

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ФИЛИПЕЦЬ ОЛЬГА ЗІНОВІЙВНА

ДИСЕРТАЦІЯ

**МОВНИЙ АВТОСТЕРЕОТИП ПОЛЯКА І ГЕТЕРОСТЕРЕОТИП
УКРАЇНЦЯ В СЕРЕДОВИЩІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПОЛЬЩІ
(НА МАТЕРІАЛІ АНКЕТУВАННЯ 2018–2020 РОКІВ)**

03 – Гуманітарні науки

035 – Філологія

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ О. З. Филипець

Науковий керівник:

Кравчук Алла Миколаївна

Кандидат філологічних наук, професор

Львів – 2024

АНОТАЦІЯ

Филипец О.З. **Мовний автостереотип поляка і гетеростереотип українця в середовищі студентської молоді Польщі (на матеріалі анкетування 2018–2020 років).** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 03 «Гуманітарні науки» зі спеціальності 035 «Філологія». – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2024.

Динаміка польсько-українських контактів на всіх рівнях – від міжнародного до міжособистісного – сприяє розвитку стереотипних уявлень про два народи. Актуальність дослідження мотивовано потребою комплексного вивчення автостереотипних рис поляка і гетеростереотипних рис українця в середовищі польської студентської молоді на репрезентативному фактичному матеріалі. Мета дисертації – дослідити сучасний (2018–2020 років) мовний автостереотип поляка й гетеростереотип українця в колективній свідомості сучасної студентської молоді Польщі. Об'єктом дослідження є стереотипні риси поляка й українця в колективній свідомості студентів польських університетів, а предметом – мовний автостереотип поляка та гетеростереотип українця як складових мовної картини світу студентської молоді сучасної Польщі. Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що вперше в українському й польському мовознавстві на матеріалі великого за обсягом анонімного анкетування здійснено комплексний аналіз автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця в колективній свідомості студентів закладів вищої освіти сучасної Польщі (на матеріалі анкетування 2018–2020 років) й зіставлено згадані стереотипи. Уперше проаналізовано образи «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка й українця як трьох варіантів стереотипу. На основі аналізу авто- і гетеростереотипів поляка й українця засвідчено ціннісні орієнтири сучасної польської молоді щодо представників своєї та української національностей.

Теоретико-методологічне підґрунтя дослідження становлять передусім праці етнолінгвістів люблінської і вроцлавської школи вивчення стереотипів як складових мовної картини світу й інших мовознавців, які займалися дослідженням стереотипних уявлень (Є. Бартмінського, С. Небжеговської-Бартмінської, В. Пісарека, К. Пісаркової, Р. Токарського, В. Хлебди, Я. Анусевича та ін.). Дослідження виконано на основі проведеного в 2018–2020 рр. анкетування 1195 студентів гуманітарних спеціальностей із 8-ми польських університетів: Жешівського (197 респондентів), Лодзького (197), Університету Миколая Коперника в Торуні (166), Університету ім. Адама Міцкевича в Познані (140), Вроцлавського (140), Силезького (128), Ягеллонського (117) університетів та Університету ім. Марії Кюрі-Скłodовської в Любліні (110). Матеріалом дослідження стали 20782 одиниці (13201 – для характеристики поляка і 7581 – українця) – лексеми, словосполучення, усталені сполуки різного ступеня семантичної зрощеності, речення, невеликі тексти (наприклад, анекдоти) з 2390 анкет, 1195 з яких присвячено автостереотипові поляка і 1195 – гетеростереотипові українця. У дисертації підтверджено доцільність залучення даних анкетування як інструменту виявлення мовних стереотипів серед соціально однорідної і кількісно репрезентативної (не менше 100 осіб із одного осередка) групи респондентів.

Проаналізовано психологічний, соціологічний і лінгвістичний підходи до розуміння терміна «стереотип» і прийнято його семантико-формальне трактування як сукупності суб'єктивно детермінованих уявлень про предмет, що включає в себе описові й оцінні риси, а також такі, що є результатом інтерпретації дійсності в рамках пізнавальних суспільних моделей. З'ясовано, що стереотип не обмежується негативними рисами як складовими упередження, а містить емоційну характеристику та нейтральні, категорійні риси об'єкта, які формують його образ у свідомості пересічного носія мови. Представлено відмінності терміна «стереотип» від поширених у когнітивній етнолінгвістиці термінів «поняття», «концепт», «прототип». Порушено проблему категоризації як механізму впорядкування знань про позамовну дійсність, яка найповніше відображається в максимальних дефініціях слів, серед яких – когнітивна

дефініція й експлікація понять. Окреслено теорії класичної (логічної) та натуральної (прототипної) категоризації. Проаналізовано сутність відкритого характеру значення слова.

Досліджено студентські дефініції і відповідники етнонімів *Polak* і *Ukrainiec*; виявлено риси «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка й асоційовані з представниками згаданих національностей «предмети» (в широкому розумінні); простежено риси поляка й українця на основі фразематичних одиниць й анекдотів. На підставі студентських дефініцій слів *Polak* і *Ukrainiec* встановлено категоризації цих етнонімів: географічну, політичну, етнічну, культурну, суспільну, самоідентифікацію, комунікативно-психічну, мовну та національну. На основі студентських дефініцій при автостереотипному підході поляк – це особа, яка народилася, проживає в Польщі і має польське походження, національність, є громадянином Польщі, це європеєць, слов'янин, особа, що декларує свою належність до польського народу, відчуває глибокий зв'язок із Польщею й ідентифікує себе як поляк, шанує й культивує польські традиції і культуру. Гетеростереотипна перспектива студентських дефініцій показує, що українець – це особа, що народилася, проживає в Україні, є сусідом поляків, має українське громадянство й національність, походить з України, є гордим за своє походження, розмовляє українською мовою, ідентифікує себе з українським народом і виражає зв'язок із Україною, є патріотом, декларує своє патріотичне ставлення до українських традицій, культури, є прив'язаним до своєї батьківщини, часто в Польщі є студентом. Виявлено відповідники етнонімів *Polak* та *Ukrainiec* і їх категоризації: географічну, політичну, етнічну, культурну, суспільну, самоідентифікацію, комунікативно-психічну, мовну та національну. На позначення поляка студентська молодь пропонує переважно назви: *cebulak, cebula, Polaczek - cebulaczek, Janusz i Grażyna, Seba, Karyna, Dżesika, Polonus, Polonia, brat, sąsiad, nosacz, sąsiad, patriota, orzel, biało-czerwony, obywatel Polski, złodziej, rodak, nasz, swój, Lach, Lechita*. Серед студентських номінацій українця найчастішими є: *sąsiad, kijowianin, obcokrajowiec, cudzy, obywatel Ukrainy, banderowiec, upowiec, emigrant, uchodźca, pra-*

cownik, człowiek, mężczyzna, brat, Sasza. Rusin, Rusek, ruski, kozak, Słowianin, mieszkaniec Kresów, szoszon.

Риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка й українця та риси, виокремлені на основі характерних для поляка й українця «предметів» – асоціацій, фразематичних одиниць й анекдотів про поляка й українця, творять лексико-семантичні групи («аспекти»), що відображають спосіб інтерпретації певного сегмента позамовної дійсності. В образах «типового», «справжнього», «ідеального» поляка й українця виокремлено комунікативно-психічний, політичний, суспільний, культурний аспекти та аспект «зовнішній вигляд». Стереотип «справжнього» поляка й українця коливається між образом «типового» й «ідеального» репрезентантів відповідної національності. Стереотип «справжнього» поляка крізь призму виявлених аспектів корелює між стереотипами «типового» й «ідеального» репрезентанта, однак домінує в ньому елемент бажаності й зразковості. Стереотип «ідеального» поляка базується на позитивних рисах зі стереотипу «типового», а також є опозицією до негативних рис «типового» поляка. У світлі комунікативно-психічного аспекту «справжній» українець більшою мірою відповідає «типовому», ніж «ідеальному». Крізь призму суспільного, політичного, культурного аспектів та «зовнішнього вигляду» стереотип «справжнього» українця частіше тяжіє до уявлень про «ідеального» представника, адже містить більше одиниць – експонентів однієї риси, а також маркери ідеальності й бажаності (заперечні речення, речення із компонентом «*powinien*»). Модель «ідеального» представника української національності в межах комунікативно-психічного, політичного, культурного, суспільного аспектів і аспекту «зовнішній вигляд» частково опирається на позитивні риси із образу «типового» українця і містить деякі опозиційні риси до негативних ознак із варіанта «типового».

Виявлено автостереотип поляка й гетеростереотип українця на основі назв характерних для них «предметів» крізь призму політичного, суспільного, культурного, кулінарного, побутового аспектів та аспектів «зовнішній вигляд» і «матеріальні цінності». У мовній картині світу студентів із поляком асоцію-

ються (у послідовності спадання кількості фіксацій відповідних назв): герб, біло-червоний прапор, спортивний костюм, босоніжки зі шкарпетками, пакет із мережі магазинів «Бедронка», вуса, великий пивний живіт, польські національні страви бігос і журек, вареники, відбивна, квашені огірки, бульйон, пиво, горілка, автомобіль «Пассат». Гетеростереотип українця в колективній свідомості студентів формують такі асоціації: народне вбрання, вишиванка, вінок, спортивний костюм, фірмовий і брендовий одяг, хутро, валіза, наплічник, робітниче вбрання, кросівки, коралі, український борщ, вареники, пельмені, солодощі, українські цукерки, цукерки «Корівка», халва, шоколад «Рошен», сало, алкоголь, горілка, синьо-жовтий прапор, гімн, національний герб, Карта поляка.

Фразематичні одиниці на позначення поляка відсилають до комунікативно-психічного, суспільного, культурного, політичного аспектів, а одиниці на позначення українця – ще й додатково до кулінарного. За даними аналізу сучасних фразематичних одиниць поляк: уміє вчитися на своїх помилках і є умілим, знає польську мову, є хоробрим, нестабільним у поглядах, відкритим, недолугим, гостинним, скупим, лицарем і шляхтичем. Засвідчено нечіткість і плинність меж аспектів, що зумовлює взаємонакладання їхніх периферійних зон. Зіставний аналіз авто- і гетеростереотипних уявлень дає змогу з'ясувати, що однаковими для поляка і українця є уявлення про них як мешканців, громадян, відповідно, Польщі й України, патріотів, слов'ян і європейців. Для двох аналізованих національностей виявлено традиційні стереотипи: поляка – католика, шляхтича, лицаря, а українця – православного, бандерівця, упівця, козака. Сприйняття поляка й українця в колективній свідомості польської молоді пов'язано із росією, однак ремарки анкетованих засвідчують помилковість і невідповідність цих асоціацій. У свідомості студентської молоді Польщі українець постає як заробітчанин, робітник, дешева робоча сила, а також як студент, друг, брат, союзник і колега, який навчається в Польщі за програмою академічної мобільності «Еразмус». З поляком студенти асоціюють поширені в польській лінгвокультурі метафори: *Janusz i Grażyna, Polaczek-cebulaczek, cebula*. Засвідчено закорінену в ментальності польської молоді

бінарну опозицію «свій – чужий», крізь призму якої поляка окреслено як свого, нашого, а українця як іноземця, чужого. При гетеростереотипному підході перцепція українця відбувається у світлі категорій «Захід – Схід» як людини зі сходу. Простежено ціннісні орієнтири, за допомогою яких студентська молодь окреслює представників своєї й української національностей. Так, у ментальності сучасної польської молоді закріплено такі цінності: толерантність, чесність, приємність, увічливість, щирість, веселість, приязність, готовність допомогти, доброзичливість, умілість, освіченість, бажання розвиватися, культурність, родинність, гостинність, працьовитість. Серед цінностей польської молоді є знання польської мови й історії, турбота й повага до історії, культури, які, на думку, респондентів, повинні характеризувати також представників інших національностей. На основі анкетування простежено кореляцію географічного розташування носіїв мови зі специфікою стереотипів поляка й українця як складових студентської мовної картини світу. Виявлено, що географічне розташування міст Польщі щодо кордону з Україною зумовило частішу появу серед люблінських і жешівських студентів окреслень українця як сусіда, «шошона», асоційованих із українцем назв солодоців (*cukierki «Krówki», chałwa, słodycze*), рис «схильність до скарг, нарікання», «заздрість». Детермінація географічним чинником автостереотипних уявлень виявляється на підставі асоційованих із поляком назв страв, що є характерними для тих міст, з яких походять респонденти (цибуляник із Любліна, роґалик Святого Марціна з Познані тощо).

Еволюція стереотипних уявлень зумовлена суспільно-політичними чинниками. За результатами попередніх досліджень автостереотипу поляка 1990 та 2000 років домінують політичний і культурний аспекти, у світлі яких поляк є патріотом, прив'язаним до культури, характеризується солідарністю, є ідеалістом, але водночас поляк є контрабандистом, торговцем. Натомість на підставі даних анкетування 2018–2020 років не виявлено стереотипних рис поляка як ідеаліста, солідарної людини, контрабандиста, торговця. У сучасних дослідженнях, на противагу попередньому в 2009 році, не виокремлено гетеростереотипу

українця – землероба, торговця, українки як жінки легкої поведінки, не асоціюються з українцем Помаранчева революція і президент України В. Ющенко. Реконструкція сучасних мовних авто- і гетеростереотипу поляка й українця дає можливість простежити перепрофілювання студентських уявлень у бік комунікативно-психічного й суспільного аспектів.

Ключові слова: стереотип, мовна картина світу, зіставний аналіз, дефініція, категоризація, семантика, фразематична одиниця, цінності, асоціації, анкетування, польська мова, варіантність, ментальність, колективна мовна свідомість.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Дика (Филипець) О. Стереотипні риси сучасного українця у свідомості молодих поляків (на матеріалі анкетної когнітивної дефініції). *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті ак. Л. Булаховського: збірник наукових праць*. Київ, 2018. Вип. 33. С. 24–34.

2. Филипець О. Автостереотипні риси поляка в анекдотах (на матеріалі анкетування студентської молоді Польщі). *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. Запоріжжя, 2021. № 2. С. 134–142.

3. Филипець О. Способи категоризації етноніма поляк у «інтерпретаціях» студентів Сілезького університету. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2020. № 14. (1). С. 42–48.

4. Филипець О. Стереотип поляка в сучасній польській фразематиці (на основі анкетування студентів польських вишів). *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 2023. Т. 3. № 65. С. 181–188.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

5. Филипец О. Автостереотип поляка і гетеростереотип українця у середовищі торунських студентів. *Z bliska i z daleka. Język polski w badaniach językoznawców łwowskich i toruńskich* / Pod red. M. Gębki-Wolak, A. Krawczuk, Toruń, 2019. S. 217–234.
6. Филипец О. Етностереотипні уявлення про поляка та українця серед студентів Жешівського університету (крізь призму асоціацій із предметами). *Zeszyt Naukowy Prac Ukrainoznawczych*. 2019. № 3. S. 155–165.
7. Филипец О. «Типовий» і «справжній» українець у мовній свідомості студентів Ягеллонського університету. *Полоністика у світлі традицій і викликів сучасності. Збірник праць з нагоди п'ятнадцятиліття кафедри польської філології Львівського національного університету імені Івана Франка* / За ред. І. Бундзи, А. Кравчук. Київ, 2021. С. 143–156.
8. Fyłypiec O. Jak studenci nazywają Ukraińca i Polaka (na materiale danych ankietowych z ośmiu polskich uniwersytetów). *Słowo. Studia językoznawcze*. Rzeszów, 2020. ¹ 11. S. 93–108.
9. Fyłypiec O. Najnowszy stereotyp Ukraińca w środowisku studentów poznańskich i lubelskich. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza*. Poznań, 2020. T. 27. №1. S. 45–60.
10. Fyłypiec O. Stereotypowe cechy «wzorcowego» Polaka i Ukraińca w kręgu wartości współczesnej młodzieży w Polsce. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio N, Educatio Nova*. Lublin, 2021. T. 6. №1. S. 425–445.
11. Fyłypiec O. Współczesny stereotyp Polaka i Ukraińca: wizja studentów łódzkich (na podstawie badań ankietowych). *Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. Łódź, 2020. № 27. S. 111–131.

ANNOTATION

Fylypets O.Z. The linguistic self-stereotype of a Pole and the hetero-stereotype of a Ukrainian among Polish students (based on the 2018–2020 survey). – Qualification research work presented as a manuscript.

Thesis for the Doctor of Philosophy degree in the field of knowledge 03 "Humanities" in the specialty 035 "Philology". – Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2024.

The dynamics of Polish-Ukrainian contacts at all levels - from international to interpersonal – contribute to the development of stereotyped ideas about the two peoples. The study's relevance is motivated by the need for a comprehensive survey of the self-stereotypical features of a Pole and hetero-stereotypical features of a Ukrainian among Polish student youth on representative factual material. The thesis aims to investigate the modern (2018–2020) linguistic self-stereotype of a Pole and the hetero-stereotype of a Ukrainian in the collective consciousness of contemporary student youth in Poland. The object of the research is stereotypical features of Poles and Ukrainians in the collective consciousness of Polish university students, and the subject is the linguistic self-stereotype of a Pole and the hetero-stereotype of a Ukrainian as components of the language picture of the world among student youth in modern Poland. The scientific novelty of the obtained results lies in the fact that for the first time in Ukrainian and Polish linguistics, a comprehensive analysis of the self-stereotype of a Pole and the hetero-stereotype of a Ukrainian in the collective consciousness of students of higher education institutions in modern Poland was carried out based on a large-scale anonymous questionnaire (based on surveys from 2018-2020) and compared mentioned stereotypes. For the first time, the images of the "typical", "real", and "ideal" Poles and Ukrainians were analyzed as three versions of the stereotype. Based on the analysis of the self- and hetero-stereotypes of Poles and

Ukrainians, the value orientations of modern Polish youth towards representatives of their own and Ukrainian nationalities have been stated.

The theoretical and methodological basis of the research is primarily the works of ethnolinguists at the Lublin and Wrocław schools of studying stereotypes as components of the linguistic picture of the world and other linguists who were engaged in the study of stereotypical representations (J. Bartmiński, S. Niebzhęgovska-Bartmińska, V. Pisarek, K. Pisarkova, R. Tokarsky, V. Khlebda, Ya. Anusevych, etc.). The research was carried out based on a survey conducted in 2018–2020 among 1,195 students of humanities majors from 8 Polish universities: Rzeszów (197 respondents), Łódź (197), Nicolaus Copernicus University in Toruń (166), Adam Mickiewicz University in Poznań (140), Wrocław (140), Silesian (128), Jagiellonian (117) universities and Maria Curie-Skłodowska University in Lublin (110). The material of the study was 20,782 units (13,201 for the description of a Pole and 7,581 for a Ukrainian) – lexemes, word combinations, established compounds of varying degrees of semantic fusion, sentences, short texts (for example, anecdotes) from 2,390 questionnaires, 1,195 of which were devoted to autostereotypes of Poles and 1,195 – heterostereotypical Ukrainians. The thesis confirms the practicality of using questionnaire data to identify language stereotypes among a socially homogeneous and quantitatively representative (at least 100 people from one community) group of respondents.

The psychological, sociological, and linguistic approaches to understanding the term "stereotype" were analyzed, and its semantic-formal interpretation was adopted as a set of subjectively determined ideas about the subject, which includes descriptive and evaluative features, as well as those that are the result of the reality interpretation within cognitive, social models. It was found that the stereotype is not limited to negative features as components of prejudice but contains an emotional characteristic and neutral, categorical features of the object, which form its image in the average native speaker's mind. The differences between the term "stereotype" and the terms "notion", "concept", and "prototype" common in cognitive ethnolinguistics are presented. The problem of categorization as a mechanism for organizing knowledge about non-speech reality is raised, which is most fully reflected in the maximum

definitions of words, including cognitive definitions and explanations of concepts. The classical (logical) and natural (prototypical) categorization theories are outlined. The essence of the word's open nature of the meaning is analyzed.

Student definitions and counterparts of *Polak* and *Ukrainiec* ethnonyms were studied; features of a "typical", "real", and "ideal" Pole and "objects" associated with representatives of the mentioned nationalities (in the broadest sense) are revealed; traits of Poles and Ukrainians are traced based on phraseological units and anecdotes. Based on *student definitions of words Polak and Ukrainiec* established the categorization of these ethnonyms: geographical, political, ethnic, cultural, social, self-identification, communicative-psychological, linguistic, and national. Based on student definitions with an autostereotypical approach, a Pole is a person who was born, lives in Poland, and has Polish origin and nationality, is a citizen of Poland, is a European, a Slav, a person who declares their belonging to the Polish people, feels a deep connection with Poland and identifies as a Pole, honors and cultivates Polish traditions and culture. The heterostereotypical perspective of student definitions shows that a Ukrainian is a person who was born, lives in Ukraine, is a neighbor of Poles, has Ukrainian citizenship and nationality, comes from Ukraine, is proud of origin, speaks the Ukrainian language, identifies with the Ukrainian people and expresses connection with Ukraine, is a patriot, declares patriotic attitude to Ukrainian traditions, culture, is attached to their homeland, is often a student in Poland. Correspondents of the ethnonyms *Polak* and *Ukrainiec* and their categorizations were identified: geographical, political, ethnic, cultural, social, self-identification, communicative-psychological, linguistic, and national. To denote a Pole, student youth mainly offer names: *cebulak, cebula, Polaczek-cebulaczek, Janusz i Grażyna, Seba, Karyna, Dżesika, Polonus, Polonia, brat, sąsiad, nosacz, sąsiad, patriota, orzeł, biało-czerwony, obywatel Polski, złodziej, rodak, nasz, swój, Lach, Lechita*. Among the student nominations of a Ukrainian, the most frequent are: *sąsiad, kijowianin, obcokrajowiec, cudzy, obywatel Ukrainy, banderowiec, upowiec, emigrant, uchodźca, pracownik, człowiek, mężczyzna, brat, Sasza, Rusin, Rusek, ruski, kozak, Słowianin, mieszkaniec Kresów, szoszon*.

Features of a "typical", "real", and "ideal" Pole and Ukrainian and features identified based on "subjects" characteristic of Poles and Ukrainians – associations, phraseological units, and anecdotes about Poles and Ukrainians create lexical-semantic groups ("aspects"), which reflect the way of interpreting a particular segment of non-verbal reality. In the images of the "typical", "real", and "ideal" Pole and Ukrainian, communicative and psychological, political, social, and cultural aspects and the aspect of "appearance" are distinguished. The stereotype of a "real" Pole and Ukrainian fluctuates between the image of "typical" and "ideal" representatives of the respective nationality. The stereotype of the "real" Pole through the prism of the revealed aspects correlates with the stereotypes of the "typical" and "ideal" representative. Still, the element of desirability and exemplarity dominates it. The stereotype of the "ideal" Pole is based on positive traits from the "typical" stereotype and is also in opposition to the negative characteristics of the "typical" Pole. In the light of the communicative and psychological aspect, the "real" Ukrainian corresponds more to the "typical" than the "ideal". Through the prism of social, political, cultural aspects and "appearance", the stereotype of a "real" Ukrainian more often gravitates towards ideas about an "ideal" representative because it contains more units – exponents of one trait, as well as markers of ideality and desirability (negative sentences, sentences with a component *powinien*). The model of the "ideal" representative of the Ukrainian nationality within communicative, psychological, political, cultural, and social aspects, and the "appearance" aspect is partially based on positive features from the image of a "typical" Ukrainian and contains some oppositional features to negative features from the "typical" variant.

The auto-stereotype of a Pole and the hetero-stereotype of a Ukrainian based on the names of the "objects" characteristic of them through the prism of political, social, cultural, culinary, everyday aspects and aspects of "appearance" and "material values" were revealed. In the students' linguistic picture of the world, the following are associated with a Pole (in descending order of the number of corresponding names fixations): emblem, white-red flag, sports suit, sandals with socks, package from the Biedronka chain of stores, mustache, big beer belly, Polish national dishes

bigos and zurek, dumplings, chop, pickles, broth, beer, vodka, Passat car. The hetero-stereotype of a Ukrainian in the collective consciousness of students is formed by the following associations: national dress, vyshyvanka, wreath, sports suit, brand clothes, fur, suitcase, shoulder bag, work clothes, sneakers, coral, Ukrainian borshch, varenyky, meat dumplings, sweets, Ukrainian candies, Korivka candies, halva, Roshen chocolate, lard, alcohol, vodka, blue-yellow flag, anthem, national emblem, Pole card.

Phrasematic units for the designation of a Pole refer to communicative-psychological, social, cultural, and political aspects, and units for the designation of a Ukrainian refer to culinary elements as well. According to the analysis of modern phraseological units, a Pole: knows how to learn from his mistakes and copes with his troubles, knows the Polish language, is brave, unstable in his views, open, humble, hospitable, miserly, a knight, and a nobleman. The vagueness and fluidity of the aspects that cause the overlapping of their peripheral zones are proven. A comparative analysis of self- and heterostereotypic representations makes it possible to find out that the same for a Pole and a Ukrainian are the ideas about them as residents, citizens, respectively, of Poland and Ukraine, patriots, Slavs, and Europeans. Traditional stereotypes were revealed for the two analyzed nationalities: a Pole is a Catholic, a nobleman, a knight, and a Ukrainian is an Orthodox, a Bandera and Ukrainian Insurgent Army supporter, and a Cossack. The perception of a Pole and a Ukrainian in the collective consciousness of Polish youth is associated with Russia; however, the respondents' comments testify to the fallacy and inconsistency of these associations. In the minds of Poland's student youth, a Ukrainian appears as a wage earner, a worker, a cheap labor force, as well as a student, friend, brother, ally, and colleague studying in Poland under the Erasmus academic mobility program. Students associate metaphors common in Polish linguistic culture with the Pole: *Janusz i Grażyna*, *Polaczek-cebulaczek*, *cebula*. The binary opposition "own - foreign" rooted in the mentality of Polish youth has been proven through the prism of which a Pole is defined as one's own, ours, and a Ukrainian as a foreigner, a stranger. With a hetero-stereotypical approach, the perception of a Ukrainian takes place in the light of the category "West-East" as a person from the East. Value orientations, with

the help of which student youth outline representatives of their and Ukrainian nationalities, have been traced. Thus, the following values are enshrined in the mentality of modern Polish youth: tolerance, honesty, pleasantness, politeness, sincerity, cheerfulness, friendliness, willingness to help, benevolence, the ability to take care of oneself, education, the desire to develop, culture, family, hard work, familiarity, and hospitality. Among the values of Polish youth are knowledge of the Polish language and history, care, and respect for history and culture, which, according to the respondents, should also characterize representatives of other nationalities. Based on the questionnaire, the correlation between the geographical location of the native speakers and the specificity of the stereotypes of Poles and Ukrainians as components of the student's linguistic picture of the world was traced. It was revealed that the geographical location of the Polish cities in relation to the border with Ukraine led to more frequent descriptions of the Ukrainian among the students of Lublin and Rzeszów as a neighbor, "shoshon", the names of sweets associated with Ukrainians (*cukierki «Krówki», chałwa, słodycze*), feature "tendency to complain, grumble", "envy". The determination of self-stereotypical perceptions by the geographical factor will be revealed based on the names of dishes associated with Poles, which are characteristic of the cities where the respondents come from (onion pie from Lublin, St. Martin's bagel from Poznań, etc.).

The evolution of stereotypes is determined by social and political factors. According to the results of previous studies on the self-stereotype of a Pole in the 1990s and 2000s, the political and cultural aspects dominate, in the light of which a Pole is a patriot attached to culture, characterized by solidarity, is an idealist. Still, at the same time, a Pole is a smuggler, a trader. On the other hand, based on the 2018–2020 survey data, no stereotypical features of a Pole as an idealist, a person of solidarity, a smuggler, or a trader were found. In contrast to the previous one in 2009, modern research does not single out the hetero stereotype of a Ukrainian – a farmer, a trader, Ukrainian women as women of easy virtue, the Orange Revolution, and the President of Ukraine V. Yushchenko are not associated with a Ukrainian. The reconstruction of modern linguistic auto- and hetero-stereotypes of Poles and

Ukrainians makes it possible to trace the repurposing of student ideas towards communicative, psychological, and social aspects.

Key words: stereotype, linguistic picture of the world, comparative analysis, definition, categorization, semantics, phraseological unit, values, associations, questionnaire, Polish language, variant, mentality, collective linguistic consciousness.

LIST OF PUBLICATIONS BY THESIS TOPIC

Scientific works where the main scientific results of the thesis are published

1. Дика (Филипець) О. Стереотипні риси сучасного українця у свідомості молодих поляків (на матеріалі анкетної когнітивної дефініції). *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті ак. Л. Булаховського: збірник наукових праць*. Київ, 2018. Вип. 33. С. 24–34.

2. Филипець О. Автостеретипні риси поляка в анекдотах (на матеріалі анкетування студентської молоді Польщі). *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. Запоріжжя, 2021. № 2. С. 134–142.

3. Филипець О. Способи категоризації етноніма поляк у «інтерпретаціях» студентів Сілезького університету. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2020. № 14. (1). С. 42–48.

4. Филипець О. Стереотип поляка в сучасній польській фразематиці (на основі анкетування студентів польських вишів). *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 2023. Т. 3. № 65. С. 181–188.

Scientific works certifying the approval of the thesis materials:

5. Филипець О. Автостеретип поляка і гетеростеретип українця у середовищі торунських студентів. *Z bliska i z daleka. Język polski w badaniach językoznawców lwowskich i toruńskich* / Pod red. M. Gębki-Wolak, A. Krawczuk, Toruń, 2019. S. 217–234.

6. Филипец О. Етностереотипні уявлення про поляка та українця серед студентів Жешівського університету (крізь призму асоціацій із предметами). *Zeszyt Naukowy Prac Ukrainoznawczych*. 2019. № 3. S. 155–165.

7. Филипец О. «Типовий» і «справжній» українець у мовній свідомості студентів Ягеллонського університету. *Полоністика у світлі традицій і викликів сучасності. Збірник праць з нагоди п'ятнадцятиліття кафедри польської філології Львівського національного університету імені Івана Франка* / За ред. І. Бундзи, А. Кравчук. Київ, 2021. С. 143–156.

8. Fyłypec O. Jak studenci nazywają Ukraińca i Polaka (na materiale danych ankietowych z ośmiu polskich uniwersytetów). *Słowo. Studia językoznawcze*. Rzeszów, 2020. № 11. S. 93–108.

9. Fyłypec O. Najnowszy stereotyp Ukraińca w środowisku studentów poznańskich i lubelskich. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza*. Poznań, 2020. T. 27. №1. S. 45–60.

10. Fyłypec O. Stereotypowe cechy «wzorcowego» Polaka i Ukraińca w kręgu wartości współczesnej młodzieży w Polsce. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio N, Educatio Nova*. Lublin, 2021. T. 6. №1. S. 425–445.

11. Fyłypec O. Współczesny stereotyp Polaka i Ukraińca: wizja studentów łódzkich (na podstawie badań ankietowych). *Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. Łódź, 2020. № 27. S. 111–131.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	24
ВСТУП.....	26
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ ...	36
1.1. Поняття стереотипу в гуманітарних науках	36
1.1.1. Стереотип у соціології й психології	36
1.1.2. Стереотип у лінгвістиці	42
1.1.3. «Поняття», «стереотип», «прототип», «концепт»: місце стереотипу серед термінологічного інструментарію когнітивної етнолінгвістики	49
1.2. Сутність процесу категоризації.....	52
1.3. Нові парадигми дефініювання значення слова в сучасній лінгвістиці... 57	
1.3.1. Максимальні дефініції (експлікація понять, когнітивна дефініція та відкрита дефініція).....	58
1.3.2. Проблема відкритого значення слова.....	60
1.4. Методологія і методика дослідження стереотипів поляка й українця в середовищі студентської молоді Польщі.....	62
Висновки до розділу 1	71
РОЗДІЛ 2. АВТОСТЕРЕОТИП ПОЛЯКА СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПОЛЬЩІ.....	75
2.1. Способи категоризації етноніма Polak.....	75
2.1.1. Географічна категоризація	78
2.1.2. Політична категоризація.....	80
2.1.3. Етнічна категоризація	83
2.1.4. Категоризація самоідентифікації	84
2.1.5. Національна категоризація	85
2.1.6. Мовна категоризація	86
2.1.7. Культурна категоризація	87
2.1.8. Комунікативно-психічна категоризація.....	88
2.1.9. Суспільна категоризація	88

2.2. «Відповідники» слова Polak	91
2.2.1. Географічна категоризація	93
2.2.2. Політична категоризація	93
2.2.3. Етнічна категоризація	94
2.2.4. Категоризація самоідентифікації	94
2.2.5. Національна категоризація	95
2.2.6. Мовна категоризація	95
2.2.7. Культурна категоризація	95
2.2.8. Комунікативно-психічна категоризація	97
2.2.9. Суспільна категоризація	98
2.3. Автостереотипні риси «типового», «справжнього» та «ідеального» поляка	100
2.3.1. Автостереотипні риси «типового» поляка	100
2.3.1.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	103
2.3.1.2. <i>Суспільний аспект</i>	106
2.3.1.3. <i>Політичний аспект</i>	107
2.3.1.4. <i>Культурний аспект</i>	108
2.3.1.5. <i>Аспект «зовнішній вигляд»</i>	109
2.3.2. Автостереотипні риси «справжнього» поляка	110
2.3.2.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	111
2.3.2.2. <i>Суспільний аспект</i>	113
2.3.2.3. <i>Політичний аспект</i>	114
2.3.2.4. <i>Культурний аспект</i>	114
2.3.2.5. <i>Аспект «зовнішній вигляд»</i>	115
2.3.3. Автостереотипні риси «ідеального» поляка	116
2.3.3.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	117
2.3.3.2. <i>Суспільний аспект</i>	119
2.3.3.3. <i>Політичний аспект</i>	120
2.3.3.4. <i>Культурний аспект</i>	121
2.3.3.5. <i>Аспект «зовнішній вигляд»</i>	122

2.4. Автостереотипний образ поляка на основі характерних для нього «предметів».....	123
2.4.1. Суспільний аспект	125
2.4.2. Політичний аспект.....	125
2.4.3. Культурний аспект	126
2.4.4. Аспект «зовнішній вигляд»	127
2.4.5. Кулінарний аспект	130
2.4.6. Аспект «матеріальні цінності».....	132
2.4.7. Побутовий аспект	133
2.5. Автостереотипні риси поляка на основі фразематики.....	135
2.5.1. Комунікативно-психічний аспект.....	136
2.5.2. Суспільний аспект	139
2.5.3. Політичний аспект.....	140
2.5.4. Культурний аспект	142
2.6. Автостереотипні риси поляка в анекдотах	144
2.6.1. Комунікативно-психічний аспект.....	145
2.6.2. Суспільний аспект	146
2.6.3. Політичний аспект.....	149
2.6.4. Культурний аспект	149
2.6.5. Аспект «зовнішній вигляд»	150
Висновки до розділу 2.....	151

РОЗДІЛ 3. ГЕТЕРОСТЕРЕОТИП УКРАЇНЦЯ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПОЛЬЩІ..... 161

3.1. Способи категоризації етноніма Ukrainiec.....	161
3.1.1. Географічна категоризація	162
3.1.2. Політична категоризація.....	164
3.1.3. Етнічна категоризація	166
3.1.4. Категоризація самоідентифікації	167
3.1.5. Національна категоризація	168

3.1.6. Мовна категоризація	169
3.1.7. Культурна категоризація	170
3.1.8. Комунікативно-психічна категоризація	170
3.1.9. Суспільна категоризація	171
3.2. «Відповідники» слова Ukrainіes	173
3.2.1. Географічна категоризація	174
3.2.2. Політична категоризація	174
3.2.3. Етнічна категоризація	175
3.2.4. Категоризація самоідентифікації	175
3.2.5. Національна категоризація	176
3.2.6. Мовна категоризація	176
3.2.7. Культурна категоризація	177
3.2.8. Категоризація «зовнішній вигляд»	177
3.2.9. Суспільна категоризація	178
3.3. Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього» та «ідеального» українця.....	180
3.3.1. Гетеростереотипні риси «типового» українця	180
3.3.1.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	181
3.3.1.2. <i>Суспільний аспект</i>	184
3.3.1.3. <i>Політичний аспект</i>	186
3.3.1.4. <i>Культурний аспект</i>	186
3.3.1.5. <i>Аспект «зовнішній вигляд»</i>	188
3.3.2. Гетеростереотипні риси «справжнього» українця	190
3.3.2.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	190
3.3.2.2. <i>Суспільний аспект</i>	192
3.3.2.3. <i>Політичний аспект</i>	193
3.3.2.4. <i>Культурний аспект</i>	194
3.3.2.5. <i>Аспект «зовнішній вигляд»</i>	195
3.3.3. Гетеростереотипні риси «ідеального» українця.....	196
3.3.3.1. <i>Комунікативно-психічний аспект</i>	197

3.3.3.2. Суспільний аспект	198
3.3.3.3. Політичний аспект.....	199
3.3.3.4. Культурний аспект	199
3.3.3.5. Аспект «зовнішній вигляд»	200
3.4. Гетеростереотипний образ українця на основі характерних для нього «предметів»	201
3.4.1. Суспільний аспект	202
3.4.2. Політичний аспект.....	203
3.4.3. Культурний аспект	203
3.4.4. Аспект «зовнішній вигляд»	204
3.4.5. Кулінарний аспект	206
3.4.6. Аспект «матеріальні цінності».....	207
3.4.7. Побутовий аспект	208
3.5. Гетеростереотипні риси українця на основі фразематики	209
3.5.1. Комунікативно-психічний аспект.....	210
3.5.2. Суспільний аспект	210
3.5.3. Кулінарний аспект	211
3.5.4. Політичний аспект.....	211
3.5.5. Культурний аспект	211
3.6. Гетеростереотипні риси українця в анекдотах	212
3.6.1. Суспільний аспект	212
3.6.2. Політичний аспект.....	213
3.6.3. Культурний аспект	213
Висновки до розділу 3.....	214
ВИСНОВКИ	224
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	234
ДОДАТКИ.....	261

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АЗВ – аспект «зовнішній вигляд»

АМц – аспект «матеріальні цінності»

АП – анекдоти про поляка

АУ – анекдоти про українця

В – Вроцлав

ВТССУМ – Великий тлумачний словник сучасної української мови / За ред.
В. Бусела

ГК – географічна категоризація

ЕК – етнічна категоризація

Ж – Жешів

ЗВО – заклад вищої освіти

ІП – «ідеальний» поляк

ІУ – «ідеальний» українець

К – Катовіце

КЗВ – категоризація «зовнішній вигляд»

КК – культурна категоризація

КлА – кулінарний аспект

КПА – комунікативно-психічний аспект

КСІ – категоризація самоідентифікації

Кр – Краків

Л – Лодзь

Лб – Люблін

МК – мовна категоризація

НК – національна категоризація

П – Познань

ПА – політичний аспект

ПбА – побутовий аспект

ПЕСУМ – Публічний електронний словник української мови, <http://ukrlit.org/slovnyk>

ПК – політична категоризація

СА – суспільний аспект

СД – студентська дефініція

СДП – студентська дефініція етноніма *Polak*

СДУ – студентська дефініція етноніма *Ukrainiec*

СК – суспільна категоризація

СП – «справжній» поляк

СТСУМ – Сучасний тлумачний словник української мови / За ред. В. Дубічинського

СУ – «справжній» українець

СУМ – 11 – Сучасний тлумачний словник української мови / За ред. І. Білодіда

Т – Торунь

ТП – «типовий» поляк

ТУ – «типовий» українець

ФМО – фразематична одиниця

ФМОП – фразематична одиниця про поляка

ФМОУ – фразематична одиниця про українця

ХПП – характерні «предмети» для поляка

ХПУ – характерні «предмети» для українця

DS – Dobry słownik języka polskiego i poradnia językowa, <https://dobryslownik.pl/>

ISJP – Inny słownik języka polskiego / Pod red. M. Bańki

JWP – Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych / Pod red. J. Bartmińskiego

LASiS – Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów. T. 1. DOM / Pod red. J. Bartmińskiego, I. Bielińskiej-Gardziel, B. Żywickiej

MSSIMP – Miejski słownik slangu i mowy potocznej, <https://www.miejski.pl/>

SJP – Słownik języka polskiego PWN / Pod red. E. Sobol, <https://sjp.pwn.pl/>

SJPD – Słownik języka polskiego / Pod red. W. Doroszewskiego

SL – Słownik slangu, mowy potocznej i gwary lokalnej, <https://slang.pl/>

SSISL – Słownik stereotypów i symboli ludowych / Pod red. J. Bartmińskiego

USJP – Uniwersalny słownik języka polskiego / Pod red. S. Dubisza

WSJP – Wielki słownik języka polskiego, <https://wsjp.pl/>

WSU – Wielki słownik ucznia / Pod red. M. Bańki

ВСТУП

Актуальність. Динамічний розвиток польсько-українських взаємин на всіх рівнях, від міждержавного до міжособистісного, зумовлює появу нових етнічних стереотипів, що віддзеркалюються в польській мові. Багатоаспектність явища стереотипу, з одного боку, та, з другого, акумуляція в сучасній гуманітарній науці різних підходів до його вивчення, відкривають перед науковцями нові евристичні можливості в цій царині. Явище стереотипізації в традиційній науковій думці (українській та польській зокрема) не нове, однак здебільшого воно стає предметом досліджень у галузі соціології, історії та літературознавства (наприклад, відомі дослідження етнічних стереотипів: соціологічні – А. Ясінської-Кані [160], З. Бокшанського [102], Я. Блушковського [101]; історичні – Л. Зашкільняка [12], М. Мудрого [22]; літературознавчі – М. Зубрицької [323], Р. Купідури [182] та інших). Лінгвістичний ракурс вивчення уявлень про себе і людей з-поза власної спільноти уможливорює виявлення особливостей формування, функціонування й еволюції стереотипів у ментальному лексиконі носіїв певної мови, а отже, відображає притаманний певній етнокультурній спільноті сегмент мовної картину світу. Важливість і насущність всебічного аналізу способів та особливостей реалізації в мові стереотипних уявлень підтверджують численні наукові публікації в цій галузі, зокрема студії комплексного характеру, які здійснюють українські та зарубіжні вчені на матеріалі різних мов і культур світу. Доцільність і перспективність лінгвістичних досліджень стереотипів обґрунтовують, наприклад, Б. Фрадін [134], Дж. Лайонс [204], А. Амоссі, Р. Перрот [53], К. Аллан [52], Дж. Анскомбре [55], Дж. Клейбер [169], К. Коноллі, Дж. Фодор, Л. Глейтмен, Х. Глейтмен [124], Х. Крейнер, П. Стурт і С. Гаррод [180].

Про лінгвістичний характер стереотипних уявлень уперше в польському мовознавстві згадали В. Пісарек [242] і К. Пісаркова [243].

У польському мовознавстві фундаментальні теоретичні підвалини для реконструкції і поглибленого вивчення мовних стереотипів заклали: Є. Бартмінський [63; 67; 69; 68; 71; 72; 78; 80; 81; 82; 84; 85; 86; 87; 88; 89; 90; 92; 93;

94], С. Небжеговська-Бартмінська [221; 222; 223; 224], М. Гроховський [138], А. Мірга [219], З. Бенедиктович [97], Г. Карделя [165], В. Хлебда [122], Я. Ануєвич [56], Й. Панасюк [239], А. та М. Лібури [201], Г. Савіцька [261], В. Новак [231], Р. Токарський [290; 293], З. Грень [137], Й. Тамбор [286], С. Васюта [307], Й. Дионізяк [129]. С. Бартмінський, очільник люблінської етнолінгвістичної школи, опрацював і обґрунтував теорію стереотипів як складових мовної картини світу, запропонував методологію мовознавчих досліджень стереотипних уявлень про різні назви об'єктів із урахуванням мовносистемної, текстової та анкетної матеріальної бази [64; 65; 67; 69; 70; 71; 72; 73; 78; 80; 81; 82; 84; 88; 89; 90; 92; 93; 94]. С. Небжеговська-Бартмінська представляє взаємовідношення між стереотипами й цінностями в мовній картині світу, а також зосереджує увагу на дефініюванні й профілюванні понять в етнолінгвістиці [221; 222; 223; 224; 225; 226].

Стереотипи назв національностей на різних часових зрізах і різній матеріальній базі є предметом досліджень польських і українських мовознавців: А. Нев'яри [229], М. Марчевської [213], М. Лашкевич [206], А. Пайдзінської [237], Т. Семашко [28; 29; 30; 31; 32; 33; 34], Н. Дяченко [9]. Авто- і гетеростереотипи різних національностей представляє публікація праць широкого кола науковців, яка є результатом проведеного в Кракові симпозіуму на тему «Народи і стереотипи» [305]. Стереотипам назв із різних лексичних категорій, наприклад, назв національностей (поляка, американця, єврея, угорця), назв професій чи видів занять (військового, футбольного фаната, студента), назв представників конфесій (протестант), присвячено студії «Стереотипи – боротьба з вітряками?» за редакцією А. Буйновської та Й. Шадури [113].

У доробку польських мовознавців знаходимо певну кількість праць про автостереотип поляка на підставі різної матеріальної бази. С. Бартмінський у 2001 році аналізує мовну картину світу поляків кінця ХХ ст., де – на тлі інших національностей – розглядає автостереотипний образ поляка у свідомості студентської молоді на основі даних з анкет, а також – 14-ма роками пізніше – досліджує концепт *Polak* у динаміці [78; 92]. У працях польських дослідників вивчено автостереотип поляка на матеріалі: польської пареміології [57; 278],

польських афоризмів [294], листів польського письменника С. Бжовського [279; 280], думок, уявлень поляків у великому часовому проміжку – половини IV ст. – кінця XX ст. [227; 228], культурем чи слів-ключів польської культури [229].

У польському й українському мовознавстві є праці про гетеростереотип поляка у свідомості носіїв різних мов, головно студентської молоді, із застосуванням різного типу методів зібрання матеріалу (наприклад, анкетування, ексцерпція мовного матеріалу з текстів преси). Ці дослідження відображають специфіку гетеростереотипних уявлень про поляків серед українських студентів, котрі навчаються в ЗВО¹ Польщі [155; 156; 157; 158], українських студентів львівських ЗВО [17; 179], американських студентів [218; 321; 322], угорських студентів [248], словенських студентів [297; 298; 299; 300; 301; 302; 303], молоді із сусідніх з Польщею країн (України, Білорусі, Чехії, Німеччини, Словаччини), білорусів і литовців [74; 197], болгар, що проживають у Польщі [216], німців [198]. Досліджено образ поляка у європейській перспективі, зокрема зосереджено увагу на польській ідентичності [246]. Сучасні стереотипні образи поляка представляють дослідження, здійснені на матеріалі вміщених в інтернет-просторі медійних текстів і мемів [112; 151; 152].

Відомі також мовознавчі дослідження, що стосуються відображення стереотипу поляка в підручниках для вивчення польської мови як іноземної [104; 126; 277], а також проєкції цих стереотипних уявлень на дидактичний процес [155; 156; 157; 158; 177; 240]. Образ поляка в україномовній неказковій прозі простежує Л. Шума [48].

В українській і польській лінгвістичній науці є також праці про гетеростереотип українця, який простежено головно на підставі даних з анкетування, мовно-системних даних чи текстів різних стилів. Фундаментальні дослідження Є. Бартмінського, проведені в 1995, 2001, 2006 роках, стосуються гетеростереотипних рис українця в середовищі студентської молоді Польщі [76; 78; 87]. Е. Пацлавська у 2009 році простежує відмінність гетеростереотипного сприйняття українця на заході і сході Польщі [236]. Стереотипний образ

¹ Перелік умовних скорочень уміщено на початку дисертації.

українця в польській народній культурі представлено в працях М. Лашкевич [206; 207]. А. Тирпа – серед інших назв національностей – розглядає образ українця в польських діалектах на матеріалі художніх і текстів розмовного стилю [295]. Г. Сойка-Машталєж вивчає мовну картину українців і української нації в польській пресі міжвоєнного двадцятиліття 1918–1939 років [274]. А. Малішевська аналізує стереотип українця як бандерівця і борця за свободу в Польщі в середовищі української меншини [212].

Стереотипові українця присвячено багато праць українських мовознавців. Однак дослідження такого типу враховують переважно текстові чи мовно-системні типи даних, наприклад: сучасну польську пресу і тексти із журналів 90-х рр. ХХ ст. – початку ХХІ ст. [24; 45; 247], польський літературний дискурс [5], уміщені на інтернет-форумах тексти поляків [18], традиційний світогляд українців [265], український фольклор [49].

Мовну репрезентацію стереотипного бачення українців поляками на матеріалі фразеології, анкетування 30 студентів польських університетів та історіографічних, соціологічних джерел досліджують у статті Н. Дяченко та І. Вольська [9]. Враховуючи невелику матеріальну базу, дослідниці представляють гетеростереотип українця на підставі студентських дефініцій лексеми *Ukrainiec*, слів, які респонденти вживають замість згаданої лексеми, і рис «типового» українця [9]. Етніми *українець* і *поляк* є стимулами в психолінгвістичному експерименті дослідження реакцій, які слугують відображенням ментального лексикону носіїв української мови [21].

Актуальність пропонованого дослідження полягає в тому, що воно заповнює нішу в проаналізованому науковому доробку вчених: на сьогодні в українському і польському мовознавстві бракує комплексних досліджень (із урахуванням географічного чинника), здійснених на репрезентативному фактичному матеріалі, предметом яких є автостереотип поляка та гетеростереотип українця, що побутують у колективній свідомості сучасної польської студентської молоді. Окрім того, більш істотної аргументації потребує обґрунтування доцільності залучення анкетних даних як інструменту пре-

зентації і виявлення стереотипних уявлень серед соціально однорідної групи респондентів та потреби введення до анкетних запитань модифікаторів «типовий», «справжній», «ідеальний» для семантичного розрізнення трьох варіантів стереотипу.

Мета дисертації – дослідити сучасний (2018–2020 року) мовний автостереотип поляка й гетеростереотип українця в колективній свідомості студентської молоді Польщі.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

1) проаналізувати зміст і обсяг терміна «стереотип» у сучасній гуманітарній науці;

2) обґрунтувати доцільність лінгвістичного підходу до вивчення стереотипів назв національностей;

3) опрацювати анкети для комплексного дослідження мовного автостереотипу поляка та гетеростереотипу українця, провести відповідне анкетування серед студентів ЗВО Польщі різних регіонів і систематизувати отримати дані;

4) виявити способи категоризації етнізмів *Polak / Ukrainiec* на основі студентських дефініцій і референційних відповідників (варіантів) цих лексем;

5) систематизувати, шляхом створення аспектно² конфігурації, автостереотипні риси поляка і гетеростереотипні риси українця на основі аналізу рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка / українця, переліку характерних для них «предметів», фразематичних одиниць (фразеологізмів, прислів'їв, приказок і інших відтворюваних зворотів) та анекдотів про поляка / українця;

6) з'ясувати ціннісні орієнтири респондентів в підході до представників польської та української національностей;

7) зіставити образ «типового», «справжнього» та «ідеального» поляка й українця і простежити відмінності трьох варіантів стереотипу;

8) встановити специфіку автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця залежно від географічної локалізації респондентів;

² Під аспектною конфігурацією розуміємо опрацьовану на основі аналізу й інтерпретації емпіричного матеріалу систему «аспектів» – груп ономасіологічно організованих загальних типів ознак (напр. «політика», «культура») з ядрено-периферійною структурою. Детальніший аналіз терміна див. розділ 1.4.

9) зіставити виявлений на основі даних з анкетування автостереотип поляка і гетеростереотип українця;

10) залучаючи дані попередніх досліджень подібного характеру, простежити еволюцію стереотипу поляка та українця в Польщі.

Об'єктом дослідження є стереотипні риси поляка й українця в колективній свідомості студентів польських університетів.

Предметом дослідження є мовний автостереотип поляка та гетеростереотип українця як складова мовної картини світу студентської молоді сучасної Польщі.

Теоретико-методологічна основа. Для дослідження мовного автостереотипу поляка та гетеростереотипу українця використано передусім такі методи: описовий – при інтерпретації та типології вербалізованих у мові стереотипних уявлень; зіставний – при зіставленнях: стереотипу поляка й українця; рис «типового», «справжнього» та «ідеального» поляка й українця; досліджуваних стереотипів у різних регіонах Польщі; студентських і словникових дефініцій лексем *Polak / Ukrainiec*. Застосовано методи кількісних підрахунків, соціологічний (анкетування), психолінгвістичний метод дослідження вільних асоціацій, метод словникових дефініцій, метод польового моделювання лексико-семантичних угруповань як засіб аналізу приписуваних полякові та українцеві рис і створених на їхній базі аспектних конфігурацій. До методу лінгвогеографічної кореляції вдаємося при з'ясуванні можливої специфіки досліджуваних стереотипів залежно від критеріїв географічної локалізації респондентів.

Дослідження здійснюється на анкетному матеріалі. **Матеріалом дослідження** є 20782 одиниці (13201 одиниця для характеристики поляка, 7581 – для характеристики українця) – лексеми, словосполучення, усталені сполуки різного ступеня семантичного зрощення, речення, невеликі тексти (наприклад, анекдоти).

Джерелами дослідження стало 2390 анкет, із яких 1195 присвячено автостереотипові поляка і 1195 – гетеростереотипові українця. Анкети містять по 11 запитань, що стосуються даних про автостереотип поляка, і, відповідно, даних про гетеростереотип українця. Анкетування проведено серед 1195 студентів ЗВО

Польщі в її різних (8) регіонах: 197 студентів спеціальності «Германська філологія», «Прикладна лінгвістика» та «Журналістика» філологічного факультету Жешівського університету, 197 студентів спеціальностей «Логопедія» та «Польська філологія» філологічного факультету Лодзького університету, 166 студентів спеціальності «Прикладна лінгвістика і копирайтинг» гуманітарного факультету Університету Миколая Коперника в Торуні, 140 студентів спеціальності «Польська філологія» факультету польської та класичної філології Університету імені Адама Міцкевича в Познані, 140 студентів спеціальності «Польська філологія» філологічного факультету Вроцлавського університету, 128 студентів спеціальності «Польська філологія» філологічного факультету та здобувачів післядипломної освіти Силезького університету в Катовіцах, 117 студентів спеціальності «Антропологічно-культурна», «Видавнича справа» факультету полоністики Ягеллонського університету в Кракові, 110 студентів спеціальності «Польська філологія» та «Іспанська філологія» гуманітарного факультету Університету імені Марії Кюрі-Склодовської в Любліні.

Джерельною базою дисертації є також словники польської й української мов: тлумачні [3; 13; 37; 42; 154; 267; 269; 296; 309; 308], етимологічний [23], словник синонімів [103]. В окремих випадках для з'ясування значення культурних конотацій деяких мовних одиниць ураховано тексти інтернет-контенту в пошуковій системі Google.

Практичне значення дисертації полягає в можливості використання її результатів: в університетських курсах «Культура польської мови», «Лексикологія сучасної польської мови», «Методика викладання польської мови», «Актуальні проблеми когнітивної лінгвістики», «Польське лінгвокультурознавство», «Філософія мови»; для укладання тлумачних та перекладних (польсько-українських) словників, асоціативних словників, посібників, підручників із польської і/чи української мови як іноземної, для створення сайтів з вивчення обох мов, для запровадження нових польсько-українських освітніх програм чи проєктів.

Теоретичне значення дисертація має в інтердисциплінарному вимірі, оскільки її результати можуть бути використані в найновіших літературознав-

чих, соціологічних, психологічних, історичних та ін. дослідженнях. Отримані дані реконструйованих мовних стереотипів поляка й українця слугуватимуть джерелом при укладенні анкет відкритого і закритого типу при дослідженнях стереотипів назв національностей чи назв мешканців міст. Результати дисертації є ваговою базою для зіставлення й виявлення стереотипу поляка й українця після повномасштабного вторгнення росії в Україну і, відповідно, масової міграції українців до Польщі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що: вперше в українському й польському мовознавстві на матеріалі великого за обсягом анонімного анкетування 2018–2020 рр. здійснено комплексний аналіз автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця в колективній свідомості студентів ЗВО сучасної Польщі; уперше зіставлено автостереотип поляка й гетеростереотип українця серед студентів із різних регіонів Польщі; при дослідженні авто- і гетеростереотипів в українському та польському мовознавстві модифіковано прийнятий у польській етнолінгвістичній школі набір аспектів для вивчення етностереотипів і створено власну аспектну типологію на підставі емпіричної бази; вперше в українському і польському мовознавстві зіставлено образи «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка / українця як трьох варіантів стереотипу; на основі аналізу авто- і гетеростереотипів поляка / українця засвідчено ціннісні орієнтири сучасної польської молоді при описі представників польської й української національностей.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами. Дисертацію виконано відповідно до тем науково-дослідної роботи кафедри польської філології філологічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка в 2017–2024 рр.: «Актуальні проблеми польської філології в Україні: дослідницька проблематика і методика викладання» 2015–2017 рр. (номер державної реєстрації 0115U003727), «Польсько-українські мовні і літературні контакти і лінгводидактика» 2018–2020 рр. (номер державної реєстрації 0118U001324), «Сучасна польська мова і література в розвитку і контактах» 2021–2023 рр. (номер державної реєстрації

0121U110297), «Актуальні проблеми сучасної полоністики» 2024–2026 рр. (номер державної реєстрації 0124U002290).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним науковим дослідженням. Основні положення та висновки роботи авторка сформулювала одноосібно. Наукові положення та методики інших авторів, висвітлені в дисертації, наведені з відповідними покликаннями. Публікацій у співавторстві немає.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовані у 16 виступах на 3 внутрішньоуніверситетських, 4 всеукраїнських і 9 міжнародних конференціях: XVI, XVII, XVIII Всеукраїнська наукова конференція молодих філологів «Vivat academia» (Львів, 20 квітня 2018 р.; 19 квітня 2019 р.; 24 квітня 2020 р.); XXVI, XXVII, XXVIII Міжнародний славістичний колоквіум, присвячений пам'яті слов'янських просвітників святих Кирила і Мефодія (Львів, 17–18 травня 2018 р.; 16–18 травня 2019 р.; 14–15 травня 2020 р.); Етнолінгвістичний семінар в Закладі текстології і граматики сучасної польської мови Інституту польської філології Університету імені Марії Кюрі-Склодовської в Любліні під керівництвом проф. Є. Бартмінського (3 червня 2019 р.); Всеукраїнська конференція «Мова. Література. Реальність» на базі Київського національного університету імені Т. Шевченка (Київ (онлайн), 28–30 жовтня 2020 р.); Міжнародна наукова конференція «Полоністика у світлі традицій і викликів сучасності» (Львів, 4–6 жовтня 2019 р.); Міжнародний конгрес польської мови і культури (Щецин (онлайн), 22–24 вересня 2021 р.); Міжнародна наукова конференція «Wartości w językowym obrazie świata Polaków i Litwinów III. Przeszłość i Współczesność w języku i kulturze» (Вільнюс–Люблін, (онлайн), 4 жовтня 2021 р.); VII Світовий Конгрес полоністів (Вроцлав (онлайн), 22 жовтня 2021 р.); звітні конференції кафедри польської філології (Львів, 3 лютого 2020 р.; 5 лютого 2021 р.; 2 лютого 2024 р.); Міжнародна наукова конференція «Сучасні виклики у викладанні українцям польської мови, літератури і культури» (Львів, 19–20 квітня 2024 р.).

Публікації. Основні положення дисертації викладено в 11 публікаціях, із них 6 є у виданнях, що входять у міжнародні наукометричні бази, 4 – статтями у фахових виданнях України, 1 – статтею у збірнику наукових праць.

Структура дослідження. Дисертація складається зі змісту, анотації українською та англійською мовами, переліку умовних позначень, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. У першому розділі проаналізовано термін «стереотип» відповідно до психологічного, соціологічного та лінгвістичного підходів до його трактування; представлено термін «стереотип» на тлі інших – «протитипу», «концепту», «поняття»; простежено способи дефініювання лексем у когнітивній лінгвістиці (т. зв. Максимальна дефініція, експлікація понять, відкрита дефініція, когнітивна дефініція) та представлено проблему категоризації. Другий розділ присвячено аналізу автостереотипу поляка серед студентів ЗВО сучасної Польщі на підставі: студентських дефініцій і відповідників лексеми *Polak*, рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка, характерних для нього «предметів», сучасних фразематичних одиниць та анекдотів про поляка. У третьому розділі простежено гетеростереотипні уявлення про українця в середовищі студентської молоді сучасної Польщі на основі: студентських дефініцій і відповідників лексеми *Ukrainiec*, рис «типового», «справжнього», «ідеального» українця, характерних для нього «предметів», сучасної фразематики та анекдотів про українця. Висновки представляють результати комплексного дослідження мовного автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця в зіставному аспекті. Основний текст дисертації охоплює 208 сторінок, загальний обсяг роботи – 285 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ

1.1. Поняття стереотипу в гуманітарних науках

Стереотип³, за визначеннями сучасних словників польської мови, – це скорочене, спрощене зображення реальності, що містить оцінку, функціонує в суспільній свідомості і стосується речей, осіб, суспільних груп, інституцій та ін., часто основане на неточному або такому, що не відповідає знанню про світ; закріплене у свідомості великої групи людей уявлення про когось або про щось, яке не завжди відповідає реальності та важко піддається змінам [SJP, s. 959; USJP, s. 1391; ISJP, s. 688; WSJP]. В українських лексикографічних джерелах стереотип – це «те, що часто повторюється, стало звичайним, загальноприйнятим і чого дотримуються, що наслідують у своїй діяльності» [СУМ – 11; ВТССУМ, с. 1390; СТСУМ, с. 1256; ПЕСУМ], а також – «усталений в традиціях, незмінюваний, обмежений образ дійсності, що функціонує в суспільній свідомості, подаючи хибні уявлення про осіб, предмети й світ» [13, с. 451]. Отже, розуміння стереотипу в польських та українських лексикографічних джерелах можна звести до спрощеного або неправдивого зображення реальності чи до образу людей, закріпленого у колективній свідомості, для нього характерні довготривалість і стійкість до змін.

Питання про природу та сутність стереотипу цікавить науковців у галузях соціології, психології, етнології, літературознавства, філософії мови, і хоча цей термін має відмінні визначення в кожній із цих дисциплін, учені виокремлюють низку спільних ознак: незмінність, постійність, довготривалість, відсутність верифікації, часова протяжність, негнучкість, конвенційність (див., наприклад, [239, s. 84]). Далі коротко представляємо розуміння явища стереотипу в соціології, психології і зосереджуємося на його дослідженні в лінгвістиці.

³ У словниках української та польської мови знаходимо – серед іншого – фіксацію первісного значення слова «стереотип», яке вживається із ремаркою «друкарський»: «пластина, плита із металу, гуми або пластмаси з точним відтворенням друкарського набору, що дає можливість водночас друкувати на кількох машинах, в різних місцях і т. ін.» [ВТССУМ, с. 1390; 23, с. 310; СТСУМ, с. 1256; ПЕСУМ] або «первісна копія друкарської форми із металу або штучного матеріалу, яка використовується в друкарстві» [WSJP].

1.1.1. Стереотип у соціології й психології. Уперше термін «стереотип» у сучасному значенні знаходимо в фундаментальній праці американського публіциста У. Ліппмана «Громадська думка»⁴ [202], у якій автор окреслює стереотип як «прийнятий в історичній спільноті зразок сприйняття, фільтрації, інтерпретації інформації, що виявляється в процесі розпізнавання та пізнання навколишнього світу й базується на попередньому досвіді індивіда» (цит. за: [46]), а також одночасно визначає це явище як «картину в голові людини», яка є «реакцією на стимули зовнішнього світу і своєрідним перетворенням у розумі людини» [цит. за 306, s. 304]. Ці картини є однобічними, схематичними або частковими і представляють образ якогось явища, людини, речі [83, s. 372]. У. Ліппман писав, що ці мисленнєві конструкції, т.зв. картини в головах людей, передаються від покоління до покоління і допомагають людям дізнатися про світ, перш ніж вони його побачать⁵ [202, р. 93]. Процесом сприйняття керують певні прекоцепції, що полягають у визначенні об'єктів зовнішнього світу як «своїх» чи «чужих» [202, р. 90]. Очевидно, що такі схематичні картини у свідомості людини постають відповідно до її психічних потреб і є витвором культури, до якої належить людина [90, s. 54]. У стереотипові У. Ліппман убачав реалізацію двох функцій, які полягають в економії зусиль при пізнанні світу (психічна) та захисті статусу, місця в суспільстві (суспільна) [90, s. 54].

Відомий польський дослідник стереотипів Є. Бартмінський, аналізуючи наукову літературу про різні підходи до вивчення стереотипних уявлень, пише, що соціологи, які розвивають концепцію У. Ліппмана, звужують дослідницьку перспективу. У їхніх працях наголошується на відношенні стереотипів до поведінки людини і формуванні на її основі певної картини суспільної дійсності [90, s. 55]. З цього робимо висновок, що представники соціологічної парадигми дослідження явища стереотипу виділяють лише його суспільну функцію.

⁴ Попередником згаданої теорії на польському науковому ґрунті вважають Я. С. Бистроня, який у виданій 1935 р. праці «Національна мегаломанія» («Megalomania narodowa») [116] не вживав слова «стереотип», але писав про «колективні уявлення» [306, s. 304; 205, s. 158], акцентуючи при цьому на психологічній основі цього явища.

⁵ Тут і далі переклад із польської мови українською наш – О. Ф.

Вивчення явища стереотипу в соціологічній перспективі представлено працями багатьох західних і українських учених [1; 27; 36; 43; 44; 99; 118; 125; 164; 170; 176; 232; 262; 281; 285; 318] тощо.

Крізь призму соціологічної парадигми західний соціальний психолог Х. Тайфель розуміє стереотипи як «певні узагальнення, які робить індивід у пізнавальному процесі категоризації. Головною функцією цього процесу є спрощення або систематизація великої кількості складної інформації, яка надходить із оточення, з метою поведінкової і пізнавальної адаптації» [285, s. 7]. На думку вченого, апробація цих узагальнених суджень соціальними групами чи цілим суспільством робить їх соціальними стереотипами, яким притаманна поширеність [285, s. 7]. Функції стереотипів, у концепції Х. Тайфеля, зводяться до індивідуальної і соціальної. Першу функцію визначає її когнітивний і евалюативний компонент, а другу – конструювання та репрезентація позитивного образу власної групи чи середовища стосовно інших, а також підтримка ідеології груп, які визначають ці судження [285, s. 7].

Залежно від того, в чому соціологи вбачають сутність стереотипу та які його функції чи елементи виокремлюють, наприклад, польські соціологічні підходи до визначення терміна «стереотип» можна поділити на три напрями [276]. Перший напрям соціологічних досліджень стереотипів формують праці таких учених, як А. Капішевський [164], С. Новаковський [232], Б. Вільська-Душинська [318] та ін. У світлі першого соціологічного підходу під стереотипом розуміють уявлення про певну етнічну групу, які існують у свідомості осіб, пов'язаних між собою переконаннями і поглядами [164, s. 27]. Ці уявлення можуть бути також частиною свідомості одиничних суб'єктів [164, s. 27]. У колективних і одиничних уявленнях природу стереотипу вбачає також соціолог С. Новаковський, який пише: «стереотип – це мисленнєве скорочення, за допомогою якого члени окремої групи бачать членів інших груп» [232, s. 65]. При цьому вчений додає, що, будучи поняттям про цілу групу, стереотип виступає також образом кожного окремого її представника [232, s. 65]. А. Сосновський і Є. Валков'як наголошують, що в працях представників цього

соціологічного напрямку виокремлено чинники, які впливають на схильність людей до стереотипного мислення. Наприклад, серед них виділяють часті контакти груп, яких стосуються стереотипи, адже безпосередні індивідуальні контакти служать послабленню схематичного мислення. Наголошують також на рівні освіти і суспільної активності членів груп. Серед іншого виокремлюють довготривалі етнічні конфлікти і пропагандистську діяльність [276, 1978, s. 209]. Аналізуючи функції стереотипів, учені беруть до уваги стереотипні уявлення про іноземців, які можуть упливати на взаємне сприйняття і міжетнічні контакти малого і масштабного характеру [276, s. 209].

На протипагу першому підходу до трактування стереотипів, другий [118; 170; 262; 281] стосується проблем способу і структури бачення реальності, результатом якого є продукт у вигляді образу в колективній свідомості [276, s. 210]. Свою думку щодо визначення терміна «стереотип» висловив Ю. Халасінський: «це дефініції людей, предметів, відношень і ситуацій, які ми створюємо на кожному кроці і які передає суспільна традиція» [118]. Він наголошує на тому, що стереотипи «не є результатом логічного міркування, а результатом досвіду, в якому вирішальну роль відіграють інстинктивні процеси. Це вони є найважливішим світом значень, який називають суспільною реальністю [...]» [118]. Соціолог при творенні стереотипів велику роль відводить суспільній дійсності і відрізняє її від природничої, оскільки вона не існує окремо від людей, а є такою, якою люди її бачать. Зокрема, стереотипи в цій концепції не є безпосереднім відображенням об'єктивної реальності, а показують її крізь призму почуттів людини [118, s. 48–49]. Дослідник вбачає велику роль стереотипів у формуванні суспільних відносин, він пише: «стереотипи – це дефініції, на які опирається цілий суспільний порядок» [118, s. 50].

Філософ А. Шафф у своїх уявленнях про стереотип спирається на концепції В. Гумбольда та Е. Сепіра-Уорфа і як їхній послідовник акцентує на мові як джерелі творення стереотипів. Учений стверджує, що «код культури впливає на пізнання за посередництвом мови» [263, s. 36], «стереотипи ж завжди є вербальні, оскільки виступають як зміст якогось слова» [263, s. 36].

А. Шафф приймає розуміння стереотипу як «оцінного судження (негативного або позитивного), поєднаного з переконанням», а також «судження, предметом якого є певні групи людей, які мають таке судження: емоційне і незалежне від особистого досвіду, яке повністю або частково суперечне із фактами, стійке до змін, пов'язане зі словом-назвою» [263, s. 36]. Соціолог А. Шафф досліджував також лінгвістичну природу стереотипу і в своїй праці розглянув питання взаємовідношення між стереотипом і поняттям, указуючи при цьому їхні відмінності. Передусім йдеться про те, що генеза понять не залежить від досвіду людини, а є витвором наукового мислення і містить інтелектуальний елемент. Стереотипи натомість залежать від досвіду і складаються з емоційних елементів. Учений наголошує також на відносній стабільності, тривалості стереотипів і підкреслює відносну змінність понять, які залежать від наявного знання про світ. Дослідник не оминає увагою суспільні функції двох аналізованих категорій: пізнавальну, коли йдеться про поняття, і захисну та інтеграційну, коли йдеться про стереотипи [263].

Представники психологічного напрямку досліджень пов'язують стереотип із упередженнями, переконаннями, перцептивним і категоризаційним процесами [117; 123; 209; 263; 319]. У психології стереотип визначають як «спрощене переконання про риси якоїсь групи людей, які приписують одиницям, що належать до цієї групи» [173]. Явище стереотипу є предметом аналізу й соціальної психології [123; 209]. Варто згадати про джерела виникнення стереотипів, які виділяє З. Хлевінський, аналізуючи їх з перспективи соціальної психології: 1) «стереотип як результат суспільного навчання»; 2) «стереотип як результат суспільних конфліктів» [123, s. 9]. Інші джерела наголошують на «особистісному зумовленні стереотипів (і упереджень)» і навіть на «пізнавальній зумовленості стереотипу» (цит. за: [231, s. 105]). Учений увиразнює когнітивну (пізнавальну) функцію стереотипу, яка опирається на вбогий, узагальнений зміст, який важко піддається верифікації. Оцінна й емоційна функція стереотипу зумовлює дистанціювання від інших людей. На думку дослідника, стереотип характеризує його генеративність, тобто узагальненість,

яка часто є помилковою, оскільки звертає увагу на негативні риси всієї групи, а не конкретної одиниці. З. Хлевінський також вважає, що стереотип є тривалим і не піддається змінам, а в поєднанні із іншими стереотипними судженнями творить систему стереотипів. Дослідник не оминає факту, що стереотип є явищем соціальним, адже стосується певних соціальних чи етнічних груп, має вербальне вираження і відображає суб'єкт – носія стереотипних уявлень (див.: [123, s. 9]). Окрім перелічених вище функцій стереотипу, Т. Монджицький у межах психологічної орієнтації виокремлює ще зміцнювальну і захисну функцію цінностей, а також раціоналізацію ворожості та агресії. Варто додати, що Т. Монджицький пов'язує явище стереотипу із категоризаційними процесами, які, однак, відрізняються від традиційних, де схожі між собою предмети поєднуються в категорії. Стереотипізація, на думку вченого, відбувається автоматично, є соціально детермінованою, виводиться з дитинства людини у вигляді зафіксованих і цілісних схем [215, s. 164–165].

Широко розвиненою є традиція досліджень стереотипів, що опирається на теорію психоаналізу [51; 135]. Такі наукові праці стосуються авторитарної особистості та рівня її етноцентризму, зокрема й відсутності сприйняття представників інших етносів з огляду на погане виховання, що зумовлює появу стереотипних суджень [51; 135]. Німецька науковиця У. Квастхоф пише про особливості стереотипних уявлень авторитарної людини. Вона з'ясовує, що така «особа все чуже трактує як загрозу, від якої треба захищатися» [253]. За спостереженнями вченої, здебільшого авторитарна особа має агресивні почуття до слабшої від себе людини (чи групи осіб), а не сильнішої [253, s. 16–17]. Саме з цієї психоаналітичної теорії, на думку вченої, виводиться ідея етноцентризму, що пов'язана з негативним і упередженим ставленням до чужих груп. Ці упередження є т. зв. захисним механізмом для своєї групи, а не дискримінацією чи елімінацією інших людей [253, s. 16–17].

Представники когнітивної психології чи психолінгвістики визначають стереотипи через прототипи, які відсилають до певних суспільних категорій. Прототипами, у свою чергу, називають типові чи найкращі приклади,

екземпляри з цих категорій або ж розуміють стереотипи як підклас прототипів. Стереотипи в царині цих дисциплін є «діями людського розуму, які полягають у поєднуванні ізольованих елементів у класи, групи, категорії» [185, s. 38]. Дослідниця прототипів І. Курч розглядає їх у тісному зв'язку із зовнішніми чинниками, надаючи меншу вагу внутрішнім [185, s. 35].

У клінічній психології фігурують такі функції стереотипів, як упорядкування та спрощення інформації (напр., заповнення порожніх місць, вплив на амбівалентність чи полісемічність значення), що зумовлює полегшення поведінки людини в суспільному житті. Цей напрям дослідження стереотипів ставить під сумнів негнучкість, незмінність і колективність стереотипних суджень, звертаючи увагу на їхню непостійність, суб'єктивність та індивідуальність [185, s. 37].

Отже, у соціологічній та психологічній науці обсяг терміна «стереотип» неоднаковий. Соціологи пов'язують стереотипізацію із певними нормами поведінки групи людей, спрощеними і схематичними уявленнями про людей з-поза власної спільноти, натомість представники психологічного напрямку – з упередженим ставленням, категоризацією, когнітивними, пізнавальними процесами.

1.1.2. Стереотип у лінгвістиці. Сьогодні не викликає сумнівів те, що джерелом і фундаментом для конструювання стереотипів є розмовна мова. Стереотипи мають вербальний характер вираження і за допомогою мови передаються від покоління до покоління.

Початки лінгвістичних досліджень стереотипу відображають передусім праці зарубіжних учених – німецької мовознавиці У. Квастхофф [252] і американського філософа Г. Патнема [250]. У. Квастхофф визначає явище стереотипу як «вербальне вираження переконання, скерованого на суспільні групи або одиниці, що є членами таких груп» [252, р. 28]. Учена додає: «переконання мають логічну форму судження, яке приписує класові осіб визначені властивості або способи поведінки – або теж заперечує їх – із емоційно-оцінним компонентом і незаперечним, спрощеним, узагальненням» [252, р. 28]. Згадуючи про емоційно-оцінні елементи, дослідниця звертає увагу на лінгвістичний аспект стереотипу, узагальнювальну функцію і обмежує його діапазон до групи

людей. Х. Патнем стереотипом називає «конвенціональне, часто тенденційне, інколи дуже неточне уявлення про те, як якийсь Х виглядає, як працює, яким він є» [350, р. 249]. Американський учений велику роль відводить розмовному стилю мови, а явище стереотипу розглядає в межах значення слова [250, р. 249].

На польському ґрунті вперше про лінгвістичну природу явища стереотипу пишуть В. Пісарек [242] і К. Пісаркова [243]. Ґрунтовні підвалини для вивчення стереотипів у польському мовознавстві закладають представники люблінської етнолінгвістичної школи на чолі з Є. Бартмінським [63; 68; 70; 71; 73; 77; 80; 81; 84; 89; 90].

Аналізуючи стан польських мовознавчих досліджень стереотипу, З. Грень виділяє три лінгвістичні напрями: формальний, семантичний і семантико-формальний [137, s. 68]. Додамо, що деякі мовознавці виокремлюють лише два лінгвістичні напрямки: формальний і семантичний [90; 307].

Етнічні стереотипи більшою мірою є об'єктом аналізу у працях семантичної орієнтації, аніж формальної. К. Пісаркова розглядає зміст етнічних стереотипів, збираючи шляхом анкетування всі можливі конотації певних етнонімів [243]. Етнічні назви дослідниця вважає не власними назвами, а загальними, наголошуючи на стереотипному характері їхнього змісту. Отже, стереотипом учена називає «значеннєвий надлишок над первинним значенням власної назви деяких національностей» [243, s. 6]. При цьому авторка отожднює стереотипи із семантичними конотаціями назв національностей. Конотації детермінують існування етнонімів – узагальнювальних назв у лексичній системі мови [243, s. 6]. Шляхом анкетування К. Пісаркова досліджує й апелювативні назви від назв національностей для виявлення їхніх переносних значень, фразеологізми із національними атрибутами, значення прислів'їв з етнонімним компонентом, риси національностей у формі прикметників чи іменників. Отже, анкетні дослідження дають змогу зібрати різноманітний фактаж, який, з одного боку, може бути зафіксований у лексикографічних джерелах досліджуваної мови, а, з іншого, може відобразити актуальний стан чи нові формальні вербалізатори стереотипних уявлень. Додамо, що матеріал зі

словників характеризується гомогенністю. Натомість З. Грень зазначає, що «анкетний матеріал не є гомогенним», оскільки містить формальні експоненти конотації (стереотипів) і приписувані назвам національностей риси, які ще не мають сталих відповідників у мові (ідіом) [137, s. 69–70].

До семантичної орієнтації досліджень стереотипів відноситься також праця психолінгвіста С. Рогалі [255], яку присвячено вивченню значення слова і взаємовідношень у ньому конотативних і денотативних елементів. Є. Бартмінський згадує про важливість критичних зауваг С. Рогалі щодо застосування методу семантичного диференціалу Ч. Осгуда в дослідженнях конотації слів [90, s. 67]. Згаданий метод полягає в тому, що зазначені риси розміщено на шкалі із вимірною інтенсивністю. На думку С. Рогалі, цей варіант дослідження конотативного значення слова стосується вузького розуміння значення, натомість значення слова є цілісною, неповторною структурою [90, s. 67].

Яскравим представником формального напрямку вивчення стереотипів у фразеології є С. Скорупка, який став стереотипні сполучення розуміє як «закріплені в мові словосполучення певної форми, які не відрізняються своєю семантичною складовою від суми значень своїх окремих компонентів», наприклад, *czzerwony jak burak, lekki jak piórko, silny jak koń* [186, s. 158]. У межах формального підходу стереотипи як «відтворювані з пам'яті словосполучення» окреслює А. М. Левицький [199, s. 22–23], наприклад, наголошуючи на прагматичному характері стереотипізації. С. Васюта зауважує, що «таке розуміння стереотипу міститься в одному полі зі словами *мовне кліше* і *мовний шаблон*» [307, s. 13].

У межах формального розуміння стереотипу як «усталеного, тобто відтвореного, а не створеного спеціально, збереженого в колективній пам'яті словосполучення, що відповідає лексемам на конкретному рівні» [90, s. 71], Є. Бартмінський виокремлює три його види: топіки, формули та ідіоми [89; 90]. У першому випадку («топіки») йдеться про усталені сполучення семантичних одиниць⁶, які ще не мають закріпленої вербальної форми, наприклад: *Mazur rodzi się*

⁶ У цьому випадку семантичні одиниці розуміємо як лексеми, що зберігають своє самостійне значення у словосполученнях.

ślepy, Dobra matka kocha dziecko, Szewcy piją. «Формулами» вчений називає закріплені семантичні сполучення із усталеною вербальною формою, наприклад, *szewska pasja, patrzeć jak sroka w kość*, а «ідіомами» – формальні сполучення із затертою семантичною мотивацією, наприклад, *rzucac mięsem, wieszac psy na kim* [90, s. 70–71]. Із розвитком мови «топіки перетворюються у формули, а формули в ідіоми» [90, s. 71]. Хоча С. Бартмінський і С. Васюта визначають такий підхід до вивчення стереотипів як формальну орієнтацію, З. Грень уміщує його в семантико-формальному напрямі, стверджуючи: «такий підхід відповідає поглядам К. Пісаркової, оскільки також розглядає семантичні одиниці (лексеми), однак більшою мірою враховує формальний бік – форма є класифікаційним критерієм» [137, s. 70]. Розвиваючи представлену думку, З. Грень уточнює: «тут ідеться про відмінність експонентів стереотипів, а не самих стереотипізованих значень, наприклад, *Murzyni wykonują najcięższe prace* – топіка з об'єктом *Murzyn, biały murzyn, robić za murzyna* – формули з об'єктом *Murzyn*» [137, s. 70].

Семантико-формальний напрямок лінгвістичних досліджень стереотипу представляє етнолінгвістичний осередок, який створив Є. Бартмінський. Із появою у 1980 році «Словника народних мовних стереотипів» [SLSJ] і 1996 році циклічної серії «Словника народних стереотипів і символів» [SSISL] відбулося розширення дослідницької перспективи, а отже – й розуміння ключового терміна «стереотип» [307]. В останній публікації під стереотипом розуміють «сформоване в певній суспільній рамі досвіду уявлення про предмет, яке окреслює, чим є предмет, як виглядає, як його трактує людина. Це уявлення закріплене в мові, доступне через мову і належить до колективного знання про світ» [SSISL, s. 9]. С. Васюта додає, що «метою такого словника є реконструкція образу ментального предмета, який є корелятом між мовою і позамовною дійсністю» [307, s. 16]. Об'єкти досліджень не обмежуються назвами людей та етнічних груп, а охоплюють також назви речей. На прикладі стереотипу матері, у публікації 1998 року Є. Бартмінський пропонує ще ширше визначення стереотипу, яке свідчить про еволюцію поглядів ученого і прихильників його теорій від формальної в бік семантико-формальної орієнтації дослідження стереоти-

пів. Дослідник пише: «я розумію стереотип у широкий спосіб, як суб'єктивно детерміноване уявлення про предмет, яке охоплює описові, оцінні риси об'єкта, а також такі риси, що є результатом інтерпретації дійсності у межах пізнавальних суспільних моделей» [84, s. 64]. У цій дефініції простежуємо нероздільне трактування формальних і семантичних елементів, які вказують на явище стереотипу. А. Рейтер стверджує, що шляхом урахування формальних і пізнавальних елементів можна якнайповніше відобразити способи категоризації позамовної дійсності (див.: [254, s. 331]). Як слушно зазначає Й. Тамбор, хоча Є. Бартмінський у дефініцію слова «стереотип» включає оцінку, він не обмежується лише нею, враховує об'єктивно нейтральні описові риси [286, s. 24]. Отже, таке розуміння стереотипу не охоплює лише негативних рис, що є складовими упередження [286, s. 24], чи лише позитивними. Є. Бартмінський стверджує, що стереотип «має пізнавальну цінність, є поточною теорією предмета, але не завжди містить лише емоції і не завжди є негативним» [84, s. 65]. Науковець не виключає факту ймовірної наявності в стереотипі емоційної характеристики аналізованого предмета [84, s. 65]. У такому визначенні відсутній критерій наявності емоційної характеристики, тобто оцінки. Й. Тамбор пов'язує стереотип із не до кінця визначеною групою об'єктів, що піддаються стереотипізації. На її думку, чіткішим видається визначення німецької дослідниці У. Квастхоф, яке скеровується на соціальні групи або одного з її членів [253, s. 13]. Й. Тамбор підсумовує, що в такому випадку оцінка становить найважливіший елемент стереотипу, адже оцінювання людей здебільшого супроводжується емоцією [286, s. 24].

За спостереженнями Й. Панасюк, «наукові дефініції стереотипу, що опрацьовані на ґрунті соціології, соціальної психології, логіки, філософії мови, лінгвістики, охоплюють такі риси, як: незмінність, постійність, довготривалість, неможливість верифікації, стійкість до змін, стійкість тривання, негнучкість і конвенційність» [239, s. 84]. Ці риси актуалізуються на підставі таких словосполучень як «стереотипне питання, стереотипна відповідь / розмова чи стереотипний спосіб мислення, де слово *стереотипний* означає «той, що повторюється без змін, завжди такий самий, шаблонний» [239, s. 84]. Учена пов'язує таке ро-

зуміння із етимологією слова «стереотип». Однак у своєму дослідженні Й. Панасюк шляхом аналізу стереотипів назв професій, членів родини, мешканців міст і регіонів підтверджує тезу про змінність стереотипів (див.: [239]). Дослідниця робить висновок, що окреслення стереотипів як елементів мовної картини світу «допускає їх змінність разом із змінами мови, позамовної дійсності, причому ці зміни не завжди є паралельними» [239, s. 97].

У польській лінгвістиці існує ще один поділ дослідницьких стратегій вивчення терміна «стереотип». В. Хлебда зауважує, що «частина мовознавців зосереджується в основному на поверхневому, очевидному, суто лінгвістичному боці стереотипу, описуючи під його етикеткою репродуковані з пам'яті сполучення слів, і протиставляє їх тимчасово створеним продуктам мови» [122, s. 32]. Натомість прихильники другого підходу беруть до уваги ментальний бік стереотипу, а саме «специфічну сукупність суджень про відрізки дійсності, що існують у пам'яті мовців» [122, s. 32]. Спостереження В. Хлебди свідчать про існування в межах другого підходу двох дослідницьких орієнтацій: психо-соціологічної та етнолінгвістичної. Перша зосереджується на дослідженнях стереотипів груп людей, національностей і т. ін., а друга є ширшою, адже вона пов'язує стереотипи із мовною картиною світу. Варто теж наголосити, що психо-соціологічна орієнтація приписує стереотипові емоційно-оцінні риси і відмежовує його від поняття. У свою чергу, етнолінгвістична орієнтація вбачає у стереотипові пізнавальну цінність, зазначаючи подібності між ним і поняттям [122, s. 32]. Загалом лінгвістичний підхід до трактування стереотипу оперує трьома назвами цього явища: лінгвальний стереотип (репродуковане словосполучення), ментальний стереотип (ментальний конструкт), лінгвоментальний стереотип (ментальний конструкт, закорінений у свідомості за допомогою мовного знака) [122, s. 32].

На думку Є. Бартмінського, стереотип має на меті представити «повний ментальний образ предмета, що охоплює як категорійні, так і характерні риси (межа між ними є нечіткою)» [63, s. 108]. Так, усі риси, що творять базу стереотипу, мають бути закріпленими, оскільки на їх основі можна виокремити варіанти (профілі) [63, s. 108; 77].

Є. Бартмінський обґрунтовує доцільність уживання терміна «мовний стереотип», який, на думку вченого, не зводиться лише до формальних стереотипів, виокремлених на основі лексичної сполучуваності, дериватів, фразеологізмів [63]. Покликаючись на праці В. Ліппмана, У. Квасткоф, Х. Патнема, очільник люблінської етнолінгвістичної школи розглядає стереотипи в руслі когнітивної семантики й антропологічної лінгвістики як «усталені уявлення про речі і людей» [63, s. 105]. А тому Є. Бартмінський називає їх семантико-формальними, семантичними стереотипами [63]. Є. Бартмінський під мовним закріпленням стереотипів, окрім їхнього формального закріплення, розуміє також «імпліковані в значеннях судження, що лежать в основі текстової єдності, постулюючи вихід поза методи структурної семантики в напрямку аналізу умов дискурсу і дотекстового опису значення, а отже – в бік урахування способу функціонування слів» [63, s. 106]. Формальні риси стереотипів вважаються вторинними, до формального закріплення стереотип може мати «семантичне закріплення, належати до пізнавальної бази мови і мовної картини світу, на яку опирається семантична цілісність тексту» [63, s. 106]. Аби відрізнити закріплені судження від незакріплених, учений пропонує користуватися верифікаційними методами: статистичними даними, способом уживання даних у формі кліше, фольклорними текстами [63, s. 106]. Приймаючи погляди А. Шаффа, У. Квастхоф, Х. Патнема про інтегральний зв'язок стереотипів з природною мовою, Є. Бартмінський не відмежовує «мовний стереотип» від «культурного».

Отже, у цій праці ми опираємося на семантико-формальний підхід до розуміння стереотипів і вслід за Є. Бартмінським послуговуємося терміном «мовний стереотип». Цей термін розуміємо не лише як закріплені, відтворювані з колективної пам'яті мовні конструкції, але й як сукупність суб'єктивних уявлень про предмет, що містять пізнавальну, оцінну інформацію і є результатом інтерпретації досліджуваного об'єкта в межах притаманних мовній спільноті пізнавальних моделей. Схиляємося вважати, що конструювання стереотипних уявлень опирається на опозиції «свій – чужий» [90; 131, s. 40; 175, s. 232; 237; 297, s. 16]. На позначення уявлень, які представники

досліджуваної спільноти мають про себе, використовуємо термін «автостереотип», а уявлення про інших людей, що не належать до репрезентантів власного середовища, називаємо «гетеростереотипами» (порівн., наприклад, [81; 175; 249; 300]).

1.1.3. «Поняття», «стереотип», «прототип», «концепт»: місце стереотипу серед термінологічного інструментарію когнітивної етнолінгвістики.

Для мовознавця важливим є розрізнення термінів «поняття», «стереотип», «прототип»⁷, «концепт». Традиція вивчення поняття сягає ще часів Платона та Аристотеля, а також цікавить представників різних галузей наук до сьогодні [130; 159; 145; 191; 193; 195; 235]. У платонівському вченні виокремлювалися універсальні поняття, ідеальні буття, що існують в реальності, але є доступними для людського пізнання. Аристотелівська концепція натомість розглядала поняття як

⁷ Вивченню проблем теорії прототипу присвячено багато праць [19; 20; 98; 111; 145; 153; 187; 188; 189; 204; 208; 264;] тощо. Під «прототипом» зазвичай розуміють «типове явище, яке творить центр категорії з розмитими межами» [145, s. 109]. Дуже часто в центрі категорії розміщується «найбільш відомий у середовищі мовців об'єкт» [145, s. 109]. Окрім центрального елемента категорії, прототипові приписують «сукупність типових для даної категорії рис, притаманних цим найкращим екземплярам» [240, s. 89] у категорії. Часто цю сукупність приписуваних прототипові рис ототожнюють із набором рис, що становлять стереотип. Й. Тамбор слушно наголошує: «риси, що становлять прототип, є видовими, вони констатують існування і спосіб існування класу зразків» [286, s. 24]. Риси, з яких складається стереотип, «виникають із уявлень, переконань і протитипних образів, закріплених у мові чи суспільстві» [286, s. 25]. Для опису віддалених від центру екземплярів застосовуються конструкції з «але»: «курка – це птах, але не літає» [286, s. 25]. Відмінність між прототипом і стереотипом Р. Гжегорчикова ілюструє прикладом часто аналізованих науковцями категорій матері, брехні та собаки. Так, прототипною вважають не генетичну матір, а ту, що народила і виховала. Для матері стереотипною рисою є турботливість, яка виокремлюється на основі закріплених у мові дериватів, фразеологізмів, словосполучень (наприклад, *matkować komuś*, *być jak matka*). Відповідно, у цьому випадку стереотипом є сукупність суспільно закріплених конотацій [147, s. 95]. Під прототипною брехнею розуміють «свідоме, егоїстично мотивоване повідомлення комусь неправди, а не фантазії чи повідомлення хворому неправди задля його добра» [147, s. 95]. У категорії собаки прототипним є такий, якому приписують типові риси: гавкає, має чотири лапи і хвіст. Стереотипним є член категорії собаки, якого характеризує «злоба (*ty psie*), неповноцінність (*pieskie życie*), служіння і вірність» [147, s. 96; 145, s. 114]. Р. Гжегорчикова стверджує, що стереотипи – це схеми мислення, що відображаються у стереотипних поєднаннях слів» [147, s. 96]. А. Рейтер пише, що розуміння прототипу допомагає «уточнити виокремлену категорію шляхом вказівки її центру, який становить прототипний екземпляр» [254, s. 332]. Наукове виокремлення центру категорії, а отже – вказівка на найкращого (зразкового) її представника, зазвичай опирається на інтуїцію науковця, яка, без проведення попередніх експериментальних досліджень, може бути помилковою [254, s. 332]. Виходом із цієї ситуації А. Рейтер вважає спосіб трактування прототипу як «низки обов'язкових рис, щоб назвати даний екземпляр представником даної категорії» [254, s. 332]. Прийнято вважати, що така низка рис може бути сукупністю спільних рис, притаманних усім елементам категорії, яка визначає центр цієї категорії і її дефініцію [254, s. 332]. Для того, аби зібрати комплекс прототипних рис, треба піддати аналізу велику кількість екземплярів досліджуваної категорії, а також близьких до неї категорій [254, s. 332]. Наприклад, Дж. Лакофф, розглядаючи взаємовідношення між соціальним стереотипом і прототипом, вважає, що стереотип є «джерелом прототипних ефектів» [189]. Для окреслення стереотипів учений використовує метонімічну модель, коли підкатегорія відображає сутність цілої категорії [189]. Ядерно-периферійні взаємовідношення між прототипом і стереотипом відображають також погляди польського мовознавця Є. Бартмінського, який вважає, що прототип є «ядром стереотипу і може від нього віддалятися чи наблизитися, тобто бути більш чи менш прототипним» (цит. за: [165]). Одним із численних прикладів застосування цієї моделі є дослідження В. Бурак про вербалізацію стереотипів родинної спорідненості в українській, польській та британській реалістичній прозі другої половини XIX століття. Дослідниця розвиває ідею про ядерно-периферійну будову колективного досвіду, в якому його прототипи розміщені в центрі (ядрі), а стереотипи розташовуються довкола прототипів, маючи різні ступені сформованості [2, с. 52].

доступну людському пізнанню сукупність рис, що відповідає класові речей, які існують у реальності (цит. за: [282]). Сучасне мовознавство розглядає поняття в руслі концептуалізму, а не реалізму, стверджуючи про його ментальну природу як виокремленого фрагмента певних знань чи уявлень у психіці людини [282, s. 172]. Поняття є своєрідною завершеною схемою, відповідною генерацією судження (або його відсутністю), яка корелює із розумовими репрезентаціями [159, s. 104]. На відміну від аристотелівських ознак поняття – об'єктивізму, обов'язковості, адекватності й достатності, у когнітивній лінгвістиці стверджують його динамічність, процесуальність, індивідуальність та культурно обумовлену відмінність уявлень [282, s. 172]. Представники когнітивної орієнтації в мовознавстві досліджують процеси утворення понять, формування ментальних світів, а також механізми фіксації цих уявлень у мові [282, s. 178]. Розмежовуючи поняття і стереотип, А. Шафф, представник соціологічного напрямку дослідження стереотипів, приписує їм різні функції. На його думку, поняття не залежить від досвіду людини, містить пізнавальний елемент і піддається змінам відповідно до накопичення знань про світ. Стереотип натомість безпосередньо залежить від людського досвіду, містить емоційні елементи, оцінку і доволі важко піддається змінам [263].

У сучасній зарубіжній і українській філологічній науці термін «концепт» не має єдиного прийнятого визначення, що зумовлено теоретичними підставами відмінних підходів і концепцій. Сенс, який науковці вкладають у цей термін, залежить від об'єктів дослідження, а також від дослідницьких підходів та орієнтацій [6, 14; 15; 16; 25; 38; 40; 41; 47; 62; 191; 312; 315].

Представники люблінської етнолінгвістики Є. Бартмінський і В. Хлебда ототожнюють терміни «концепт» і «стереотип», відмежовуючи їх від «поняття». Такий підхід учені мотивують тим, що концепт або стереотип, на відміну від поняття, складається з пізнавального, емоційного і прагматичного змісту, які сформовані на основі індивідуального чи колективного досвіду [62, s. 70–71]. Поняття обмежується лише пізнавальною функцією. Є. Бартмінський, однак, стверджує, що стереотип, на відміну від концепту, вживається із нега-

тивною конотацією, в значенні упереджень. Лексема «концепт» натомість є більш нейтральною і має ширшу сполучуваність. У польській етнолінгвістичній традиції функціонує, наприклад, словосполучення «культурний концепт» (пол. *koncept kulturowy*), який близький до терміна «мовно-культурний образ» (див.: [223, s. 110–111]). Поняття переважно розглядають як складову або частину концепту, а концепт уважають розширенням змісту поняття, адже він залучає низку додаткових ознак [35]. Варто додати, що в семіотичному трикутнику стереотипові, поняттю та концептові відводять однакове місце, яке протиставляється, з одного боку – мовному графічному знакові (лексемі, слову) та референтові – з іншого [143, s. 40].

Американський етнолінгвіст Е. Сапір розуміє концепт як «вигідну капсулу думок, яка охоплює тисячі різних досвідів і може вмещувати ще наступні тисячі» [259, s. 12–13], «характерну конфігурацію досвідів, яка прагне створити психологічно важливу цілісність, що є готовою вмістити в себе ще більше символів» [260, s. 408–415]. Німецькі лінгвісти концептом уважають «виражену в мові та опрацьовану мовою, утворену зі значень ідею, яка відрізняється від інших психічних властивостей однієї або іншої людини, при цьому її легко може зловити наша свідомість» [152]. Науковці Р. Халліг та В. Вартбург підготували працю у вигляді тезауруса, в якому впорядкували систему концептів, що відображають сприйняття дійсності пересічними носіями мови. Ці німецькі дослідники простежують відмінність між концептом і значенням слова, яке, на їхню думку, є загальним і увиразнюється лише в конкретному слововживанні. «Логічним поняттям» учені називають повторювану частину значення, т. зв. його «ядро», яке з'являється при всіх реалізаціях слова. Концепти натомість є емпірично детермінованими і віддзеркалюють мовну картину світу пересічного носія мови [152]. В українських працях зазвичай у межах концептології – науки про концепти – під ключовим терміном «концепт» розуміють «культурно зумовлену мовно-ментальну одиницю концептуальної системи людини, використовувану в процесах мислення, яка втілює проінтерпретований людський досвід (фізичний і психічний, індивідуальний і суспіль-

ний)» [39, с. 30–31; 41]. Наголошується, зокрема, на складній будові концепту, наявності численних вербалізаторів, експлікації у формі мовних одиниць. Науковці вважають, що концепт є своєрідним засобом впорядкування досвіду індивіда, акумулюванням і передачею знань [39, с. 30–31; 41].

Західні й українські мовознавці звертають увагу на лінгвокультурну природу концепту, стверджуючи, що концепт – це «асоціативне нашарування культурних смислів (конотаційних) на основне (словникове) значення слова» [10, с. 26]. В. Жайворонок пише про їхню експресивність, символічність і образність, а також про наповненість концептів етнокультурним змістом [11, с. 48]. Об'єктом із ідеального світу, який має ім'я і відображає культурно-обумовлені уявлення людини про реальний світ, називає концепт А. Вежбицька [315].

У дисертації схиляємося до вживання терміна «стереотип» з огляду на обраний об'єкт дослідження – назви національностей, який детермінує використання цього терміна. Термін «концепт», на відміну від стереотипу, має ширшу сполучуваність, є своєрідним лінгвокультурним образом об'єкта, сукупністю думок, що вміщує досвіди попередніх поколінь. Стереотип більшою мірою, ніж концепт, асоціюється із упередженнями й емоційно-оцінним змістом. Відмежовуємо стереотип від поняття й прототипу. Поняття характеризується лише пізнавальною функцією, є певною конвенцією, яка відображає знання про світ і може доволі швидко змінюватися. Натомість стереотип є емпірично детермінованим, представляє розуміння об'єктів позамовної дійсності пересічним носієм мови, має захисну й інтеграційну функцію. Вважаємо, що стереотип і прототип перебувають у ядерно-периферійних взаємовідношеннях, де центром є прототип, а стереотип може наближатися чи віддалятися від нього, тобто належати до периферії.

1.2. Сутність процесу категоризації

Сприйняття пересічною людиною об'єктів зовнішнього світу здійснюється через категоризацію [4; 38; 39; 40; 41; 58; 146; 148; 169; 187; 210; 256; 257; 258; 288; 289; 293] – «пізнавальний процес, завдяки якому створюються розу-

мові репрезентації, на основі яких класифікуємо світ, що нас оточує» [176, s. 59]. Відповідно, категоризація є своєрідним «механізмом, що допомагає впорядкувати та інтерпретувати знання про навколишній світ» [210, s. 53]. Так, саме із категоризацією пов'язується інтерпретація – основний тип відношень між мовою і зовнішнім світом. Для процесу інтерпретації необхідними є підпорядковані потребам інтерпретатора досвід та знання про категоризований об'єкт [293, s. 109]. Тому в категоризації та процесі інтерпретації чітко виявляється антропоцентризм. Про антропоцентричну спрямованість категоризації згадують Дж. Лакоф і М. Джонсон, стверджуючи, що «природні виміри категорій з'являються у результаті наших взаємин зі світом, а риси, виокремлені на основі таких взаємин, не є рисами самими в собі, але рисами інтерактивними, які мають сенс лише стосовно функціонування людини» [188, s. 191]. Важливість людського фактора в процесі категоризації також підтверджує її мета, яка полягає не у «відкритті способів групування об'єктів у зовнішньому світі, а відображенні всіх необхідних і потрібних людині способів їхнього впорядкування» [293, s. 110]. Різноманітність способів мовного впорядкування об'єктів зумовлена тим, що «вони можуть підпорядковуватися одиничним – суб'єктивним асоціаціям або можуть бути притаманні всій мовній спільноті чи певній її гомогенній частині. Способи впорядкування показують міжсуб'єктивний досвід членів такої спільноти» [293, s. 110].

Дослідники виділяють дві концепції категоризацій: класичну (логічну) та прототипну. У першому випадку йдеться про визначення чітких меж категорії, опис якої здійснюється за допомогою єдиного набору визначальних ознак, що мають містити всі категорійні представники. Важливим критерієм для класичної категоризації є те, що кожен із представників у межах категорії має однаковий статус і не може належати одночасно до двох категорій [188; 257; 258; 287, s. 47; 293, s. 118]. Тому недоречним у класичній моделі категоризації видається запитання «яким є ступінь належності предмета до категорії?», адже він або належить до неї, або ні [287, s. 74]. У межах категорії із чіткими межами не може бути «сумнівних предметів і об'єктів, що належать до категорії з пев-

ного погляду чи до якогось ступеня, але з іншого погляду до неї не належать» [287, s. 47]. В основному класична концепція категоризації оперує тезою про те, що «утворені людським розумом категорії є повністю паралельними до категорій, що існують в реальності» [293, s. 117]. Додамо, що класична модель категоризації – як єдиний і найвідповідніший опис – своїми витокami сягає ще часів Аристотеля, отримавши продовження у таких науках, як філософія, логіка [210, s. 49]. На позначення класичної концепції категоризації використовують також термін «модель обов'язкових і достатніх умов» і термін «модель атрибутів, що становлять критерій» [190]. Другий термін відсилає до необхідності «нагромадження в межах однієї категорії елементів, що спільно представляють певну кількість атрибутів» [169, s. 21].

Новіша модель категоризації (натуральна, прототипна) опирається на теорію «сімейної подібності» Л. Вітгенштайна і «теорію прототипів» Е. Рош. Центральним поняттям цієї моделі категоризації є поняття прототипу або (ширше) прототипності, під якою розуміють «репрезентативність, типовість» [210, s. 50]. На відміну від класичної, прототипна (натуральна) категоризація не передбачає визначення чітких меж категорії. Межі таких категорій вважаються відкритими і плинними, що можуть взаємопроникати і накладатися одна на одну [176, s. 60]. У центрі категорії розміщується прототип – елемент, що найкраще відображає її сутність, а її слабші елементи є більш віддаленими від центру. Таке поступове визначення ступеня належності складових елементів до категорії вимагає виявлення відмінностей між окремими елементами, що творять цю категорію [293, s. 120]. У випадку прототипної категоризації важливими є не визначальні риси, а ті, що «характеризують найрепрезентативніших представників категорії» [210, s. 51]. Експериментальні дослідження Е. Рош [256] доводять доречність використання поняття поступової належності, «яка впливає на час, що потрібен учасникам дослідження для верифікації твердження « $X \in Y$ »» [287, s. 75]. Як зазначає Р. Тейлор, результати досліджень Е. Рош [256] засвідчують також кореляцію «між ступенем належності до

категорії і частотою та послідовністю перелічення назв окремих елементів» [287, s. 75] анкетованими.

Сформовані під час прототипної категоризації категорії називають також радіальними з огляду на нечіткі межі та, як стверджує Дж. Лакофф, їхню радіальну структуру [187, s. 83]. Однак не всім категоріям притаманна радіальна структура і розмиті межі. Дослідження підтверджують також наявність прототипних ефектів у межах категорій із визначеними межами [163, s. 50]. Тому науковці стверджують, що немає уніфікованої моделі для опису і категоризації всіх слів – класична, прототипна чи поєднання двох (див.: [311, s. 27]), адже різним частинам лексикону притаманні різні пізнавальні структури [293, s. 120]. Наприклад, доведено, що поняття, які репрезентовані пересічною людиною, не вдалося описати за допомогою класичної моделі категоризації, адже при використанні такого виду понять передусім беруться до уваги невизначальні риси. Складно однак виокремити для поточних понять сталий набір рис, які б відповідали всім денотатам [183, s. 153]. Слушним, на думку Й. Мацькевич, видається введення і розрізнення термінів «наукова категорія» і «ненаукова (поточна) категорія» [210; 211]. У першому випадку йдеться про логічну (класичну) категоризацію, адже «спосіб творення логічних категорій відповідає науковому прагненню до чіткості й однозначності вживаних понять» [210, s. 51–52]. Натомість структурі натуральних категорій відповідає «ненаукове впорядкування світу на основі подібності до стереотипних прикладів і контрприкладів, із комплексним характером поточного пізнання і його антропоцентричністю» [210, s. 52]. Прийнято вважати, що «існують такі наукові категорії, які виникли шляхом переформування поточних категорій» [211, s. 243], однак ця зміна не є радикальною, а лише зумовлена іншим способом упорядкування [211, s. 244]. Спостерігається також зміна форми ненаукових категорій під впливом наукових [211, s. 52].

Категоризація базується на трьох процесах: сприйнятті множинних явищ, які оточують людину, інтелектуальному розрізненні властивостей об'єктів, що дає змогу об'єднувати їх у класи, а також мовній номінації виділених категорій і їх екземплярів за допомогою слів-етикеток [293, s. 109]. Беззаперечним ви-

дається твердження Р. Токарського, що «мовні категоризації найповніше виявляються в семантичних дефініціях слів» [293, s. 110]. Ідеться не лише про форми дефініції, яку приписують лексичній одиниці окремо, а також про загальні тенденції дефініювання лексичних груп у межах спільної категорії. Риси, що найчастіше повторюються в семантичних дефініціях слів, свідчать про їх закріплення у колективній свідомості та значущість для певної гомогенної частини мовної спільноти [293, s. 110].

Опис значення слова містить у собі дві протилежні, але взаємодоповнювальні тенденції: пов'язує хаотичні комплекси слів в упорядковані, об'єднані схожістю сукупності, визначаючи одночасно у таких сукупностях місце для всіх окремих елементів.

У науковій літературі частіше протиставляють поняття «категоризація» та «класифікація», ніж їх ототожнюють. Перше поняття – на противагу більш точному другому – є ширшим і місткішим [148, s. 222]. Розрізнення цих понять зумовлене відмінністю між науковим і упорядкуванням реальності пересічним мовцем, тобто ненауковим, «наївним». Відповідно, категоризація передує класифікації і пов'язується з «наївним», ненауковим сприйняттям світу [148, s. 223]. Класифікація передбачає «систематичний поділ чогось, наприклад, предметів чи явищ на класи, розділи, підрозділи, відповідно до визначеного принципу; класифікація певного явища чи предмета до відповідного розділу, групи» [SJP]. Г. Габрайська вслід за Дж. Лакофом та М. Джонсоном підсумовує, що класифікація здійснюється на основі однорідного критерію, враховуючи всі відомі риси про аналізований предмет [148, s. 223]. Категоризація натомість реалізується із урахуванням лише вибраних рис без визначеного критерію їх відбору [148, s. 223].

Отже, при сучасному підході до розуміння категоризації не береться до уваги визначення чітких її меж, натомість наголошується на їхній відкритості, плинності та взаємопроникненні. Центральний елемент категорії з перспективи сучасного мовознавства є прототипним і найповніше відображає її сутність, а більш віддалені від центру елементи мають різний ступінь реалізації категорійних ознак. Процес категоризації охоплює передусім сприйняття множинних

явищ і подальше їх розрізнення, виокремлення їхніх індивідуальних властивостей, а також номінацію мовними маркерами виділених категорій та їх екземплярів.

1.3. Нові парадигми дефініювання значення слова в лінгвістиці

Перехід від структуралізму до когнітивної лінгвістики та етнолінгвістики зумовив появу на ґрунті польської теоретичної семантики нових, відмінних від традиційних, концепцій дефініювання слів та структур дефініцій, а також появу нових словників, що опрацьовані на основі цих теорій (див.: [64; 65; 80; 88; 91; 93, 95, 114; 121; 132; 133; 136; 181; 214; 222; 228; 238; 241; 291, 292; 312; 324]). Так, прихильники структуралістських методів опису мовних даних відстоювали позицію щодо доцільності подання в традиційних таксономічних дефініціях лише необхідних і достатніх рис для ідентифікації денотата [139; 140; 141]. Натомість Є. Бартмінський висловив переломне твердження про те, що недоречним і непотрібним для таксономії є «скорочення кількості характерних рис до невеликої кількості достатніх рис, адже воно містить елемент довільності і ослаблює виражальну силу дефініції на ґрунті опису мови» [66, s. 19]. Така позиція, формуючи нову парадигму опису мовних значень, стала дуже важливою для розвитку не лише лексикографії, а й досліджень мовної картини світу. Далі коротко характеризуємо кожен тип так званих максимальних дефініцій – експлікацію понять, когнітивну та відкриту дефініції, а також порушуємо проблему відкритого характеру значення слова.

1.3.1. Максимальні дефініції (експлікація понять, когнітивна дефініція та відкрита дефініція). У мовознавстві з'явилися концепції, що стосуються розширеної дефініції слова і підпорядковуються антропоцентричній парадигмі досліджень. Так, Є. Бартмінський і А. Вежбицька були прихильниками використання т.зв. **максимальних дефініцій** [223, s. 155] – «семантико-культурних експлікацій, спрямованих на подання всіх важливих рис предмета, релевантних для мови, культури, комунікації» [66; 88; 93; 312, 314]. У межах цього підходу увиразнився спосіб «експлікації понять» А. Вежбицької та новий інструмент опису конотації слова – «когнітивна дефініція» Є. Бартмінського. Окремий сегмент в аналізованій парадигмі становить концепція т.зв. «відкритої дефініції» [91; 238; 291].

А. Вежбицька застосовує два способи семантичного аналізу слів. В основі першого варіанта опису значень, результатом якого є менш розбудована дефініція, лежать елементарні семантичні одиниці («індефінібілії», «атоми») [316, s. 27]. Авторка вважає, що такі «елементарні поняття існують як специфічні значення слів», експонентами яких можуть бути слова, морфеми або фраземи, вони можуть у різних мовах належати до різних частин мови і мати різні синтаксичні властивості (див.: [317, s. 19]). На думку вченої, такі універсальні семантичні примітиви є в кожній мові, проте в значеннях слів виступають у різних конфігураціях [311, s. 524]. Таку модель опису А. Вежбицька застосовує в експлікаціях емоцій, матері і сонця [138; 311, s. 34; 314, s. 251]. Еволюція наукової думки лінгвістики відбувається від використання в експлікації мінімальних семантичних одиниць («атомів») до більших семантичних частин («молекул»). Збагачуючи експлікацію поняття додатковими рисами й укладаючи їх у певні групи – фасети, дослідниця вказує на доцільність подання в дефініції, окрім «мовних доказів», наприклад, лексичних (слів, фраз), конвенційних метафор, прислів'їв, приказок, прикладів з літератури, також – «позамовних», серед яких – вербалізоване сприйняття описуваного явища пересічними носіями мови (див.: [314, s. 263]).

Науковий підхід А. Вежбицької тісно переплітається із принципами **когнітивної дефініції** Є. Бартмінського, яка, на думку вченого, має на меті показати «спосіб розуміння предмета носіями певної мови, а також показати суспільно закріплене знання про світ, категоризацію його явищ, оцінку, які можна пізнати через мову» [64, s. 42]. Отже, така дефініція має передусім бути зорієнтованою на суб'єкт і його спосіб сприйняття дійсності через мову із притаманними йому способами категоризації та оцінкою. Уводячи в науковий обіг поняття когнітивної дефініції, учений робить висновок, що «науковим дефініціям бракує того, що в простого носія мови асоціюється з певним словом, що пов'язане з його функціонуванням, бракує стереотипних елементів» [90, s. 253]. Натомість у когнітивній дефініції «немає такого обмеження, а включені суспільно стабільні і виражені в текстах конотації, стереотипи і риси, виділені культурним контекстом» (див.: [91, s. 47–61]). До когнітивної дефініції залучаються також «примовні»

дані про вірування і звичаї досліджуваної групи людей [66, s. 10]. Отримання такої інформації відбувається шляхом виокремлення усталених рис із системних, текстових і анкетних даних. Останній тип даних допомагає реалізувати першочергове завдання когнітивної дефініції – відобразити, як пересічний носій мови розуміє аналізований об'єкт. Для реалізації такого завдання сформульовано постулат «адекватності змісту», тобто «достосування змісту дефініції до поточного знання» і постулат «структурної адекватності», тобто відтворення когнітивної структури значень, а отже, підбору і укладу фасетів таким чином, щоб вони відображали досліджувану мовну свідомість [65, s. 168–169]. Виокремлені судження про об'єкт повинні мати, як зазначає Є. Бартмінський, мовну сертифікацію, тобто мовні докази [77]. Однак експериментально виявлені із розмовної мови риси мають різний рівень усталеності. Тому при описі мовних даних, як слушно вважає А. Вежбицька, треба «зберігати обережність і відокремити одиничні асоціації від асоціацій, типових для загалу» [314, s. 281]. Зрештою, під час аналізу зібраних мовних одиниць і доцільності їх залучення до значення слова надалі проблемним залишається визначення чіткого порогу усталеності рис. Наприклад, риси із низькою частотністю не мають визначених порогів. Такі риси відображають перебіг уявлень, що поступово зменшують свою інтенсивність або зникають. Однак, істотним для досліджень такого характеру є те, як вважає Є. Бартмінський, що навіть одиничні риси можуть виявитися релевантними для цілісних описів усіх аспектів, що відсилають до позамовної дійсності. Науковець підтверджує тезу про відкритість значення шляхом дослідження мовних одиниць із анкетних даних [59, s. 294]. Доцільність застосування когнітивної дефініції до опису семантики виокремлених з анкет мовних одиниць – від аксіологічних назв до етнічних стереотипів – підтверджують словникові статті із, наприклад, «Словника народних стереотипів і символів» [SSISL], «Аксіологічного лексикону слов'ян і їх сусідів» [LASiS] та праці «Мова – цінності – політика» [JWP].

Отже, максимальні дефініції відображають усі важливі для мови, культури, комунікативної ситуації риси аналізованого об'єкта. Найповніше критерії максимальних визначень реалізують експлікація понять А. Вежбицької і

когнітивна дефініція Є. Бартмінського. Експлікація понять А. Вежицької складається із універсальних семантичних примітивів (т.зв. «атомів») і додаткових рис – усталених метафор, прислів'їв, приказок, цитат із літературних творів і відображеного в мові сприйняття мови її пересічними носіями. Натомість когнітивна дефініція Є. Бартмінського орієнтована більш суб'єктивно, адже її метою є відобразити спосіб розуміння предмета носіями певної мови, а також показати суспільно закріплені в мові знання про світ, категоризацію його явищ та їхню евалюацію, що є частиною мовної картини світу.

1.3.2. Проблема відкритого значення слова. Проблема відкритості значення тісно пов'язана із проблемою **відкритого характеру когнітивної дефініції** [222]. Наприклад, низка польських учених, таких як Я. Пузиніна [251], Б. Сковронек [266], Р. Гжегорчикова [144], приписує когнітивним дефініціям функцію відкритості і використовує на їх позначення терміни «відкрита когнітивна дефініція», «когнітивна відкрита дефініція» або «відкрита дефініція». С. Небжеговська-Бартмінська, аналізуючи відмінності між когнітивною і відкритою дефініцією, пропонує говорити про «відкритість значення» дефініції, природу опису об'єкта, про трактування значення як відкритої структури», а не про відкритий характер дефініції [222, s. 566]. Вибрана матеріальна база, врахований тип раціональності та суб'єктивні інтенції і точки зору респондентів впливають на відкритість набору рис, що їх приписують досліджуваному об'єктові [222, s. 566]. Важливим елементом значення слова, як уже зазначалося вище, є закріплений у мові тип раціональності. Науковці пов'язують його із культурно зумовленим конвенційним аспектом значення, що, на їхню думку, є відповідником закріплених і верифікованих у мові стереотипних уявлень (див.: [91, s. 49]). Урахування дослідниками типу раціональності як важливого компонента значення для підтвердження критерію релевантності зумовлює перевагу використання раціональності пересічної людини над науковою, а звідси – суб'єктивної точки зору над об'єктивною (див.: [91, s. 49]).

Схиляючись до думки, що когнітивна дефініція є відображенням суб'єктивного знання представника досліджуваної лінгвоспільноти про ментальний

об'єкт, а отже – розповіддю (нарративом) про світ [75], треба врахувати, як уважає Є. Бартмінський, нарративний характер цієї дефініції. Наратив дефініції, а зокрема і когнітивної, підтверджується наявністю в ній усіх ознак тексту, він також актуалізує ознаки мовного жанру. З одного боку, когнітивна дефініція є «послідовністю слів (речень і їх еквівалентів), підпорядкованих головній інтенції пояснення смислу тематичного слова, та, з іншого, висловлюванням з визначеною формальною і семантичною структурою, комунікаційно довершеною цілісністю, яку адресат може піддати інтерпретації» [75, s. 99]. Очевидно, що когнітивна дефініція є текстом культури, тобто колективним текстом, адже вона фіксує суспільно закріплену у визначеній лінгвоспільноті норму пізнання і концептуалізацію дійсності [75, s. 99]. Такі узагальнені судження про предмет, що закріплені у суспільній свідомості, науковці називають стереотипними мотивами, своєрідними сценаріями і взірцями [77]. Завданням когнітивної дефініції є реконструкція мовних картин осіб, рослин, тварин тощо [75].

Отже, на сучасному етапі розвитку лінгвістики, окрім традиційних підходів до окреслення значення лексем, мовознавці використовують максимальний тип дефініцій, серед яких, наприклад, когнітивна дефініція, експлікація понять, відкрита дефініція. Однак, на думку науковців, останній термін на позначення такого типу визначень не є до кінця вдалим, адже варто говорити про відкритий характер значення слова, а не дефініції. Значення слова є відкритою структурою, для формування якої важливими елементами є суб'єктивна точка зору і закріпленій у мові носія тип раціональності, який пов'язується із детермінованими культурою і закріпленими в мові стереотипними уявленнями. Релевантність мовних значень підтверджується шляхом урахування раціональності пересічного носія мови порівняно з науковою інформацією.

1.4. Методологія і методика дослідження стереотипів поляка й українця в середовищі студентської молоді Польщі

Пропоноване дослідження нерозривно пов'язане із поширеним у сучасній мовознавчій науці когнітивістським і антропоцентричним підходом до вивчення

мовних явищ і міститься в сфері етнолінгвістики та когнітивної лінгвістики. Так, вивчення мовної картини світу з місцем у ній стереотипів назв національностей зумовлює необхідність застосування дослідницьких стратегій і теоретичних концепцій передусім польської (люблінської) етнолінгвістики (Є. Бартмінський [64; 65; 66; 68; 70; 71; 73; 79; 85; 86; 95], Р. Токарський [293], С. Небжеговська-Бартмінська [224; 225], та ін.), теорії стереотипів (Є. Бартмінський [63; 67; 69; 72; 76; 80; 81; 82; 84; 87; 88; 89; 90; 94], Р. Токарський [290; 293], Й. Панасюк [239], В. Хлебда [122] та ін.), теорій категоризації (класичної та прототипної) (Л. Вітгенштайн [4], Е. Рош [257; 258], Дж. Лакофф [188] та ін.).

У дисертації використано **загальнонаукові** (описовий, індукція, дедукція, синтез, аналіз) і **лінгвістичні** (зіставний, компонентний, аналіз семантичного поля і дефініційний, дистрибутивний аналіз) методи. Виокремлення в результаті аналізу основних стереотипних рис, що є елементами польських молодіжних стереотипів поляка і українця, і поєднання їх в єдине ціле здійснено за допомогою **синтезу**. Представлення стереотипних уявлень про поляка / українця на сучасному часовому зрізі здійснено із урахуванням принципів **синхронічного** підходу до вивчення мовних явищ. **Діахронічний** метод використано з метою зіставлення проведеного дослідження із працями схожого характеру для виявлення можливої еволюції стереотипних уявлень про поляка / українця і підтвердження тези про змінність етностереотипних уявлень на доволі малому відрізку часу. Для представлення теоретичних підвалин дослідження та інтерпретації зібраного з анкет фактажу вдаємося до **описового** методу та послуговуємося прийомами зовнішньої та внутрішньої інтерпретації. Зіставний метод використовуємо при зіставленні студентських визначень етнонімів *Polak / Ukrainiec* із словниковими дефініціями відповідних лексем. Виявлення способів категоризації зумовлює застосування методу компонентного аналізу. Аналіз семантичного поля застосовується при вивченні особливостей лексичного наповнення семантичних груп (аспектів), що відображають стереотипні образи «типового», «справжнього», «ідеального» поляка / українця, сучасної польської фразематики і анекдотів про поляка й українця. Зібрання

матеріалу, здійсненого шляхом застосування соціолінгвістичного методу (анкетування) дослідження, зумовило використання прийому кількісних підрахунків.

Програма етнолінгвістичних досліджень польської мовної картини світу, що включає в себе стереотипи назв національностей, опирається здебільшого на три групи мовних фактів, серед яких: система мови, анкетні та текстові дані [70]. Учені зазначають, що «вибір способу реконструкції мовної картини світу повинен відповідати способу її існування» [58, s. 283]. Погоджуємося з твердженням, що мовна картина світу за своєю онтологією є антропоцентричною, бо «є інтерпретацією дійсності з точки зору пересічного носія мови, вона передає його ментальність, відповідає його точці зору і потребам» [70, s. 157]. Як уважає Г. Габрайська, «лінгвістичні анкети – це найкоротший шлях до поточної мовної свідомості, до слів, способів їх розуміння, поєднання в синтагматичні і парадигматичні зв'язки» [149, s. 73]. Використання анкет відкритого (когнітивного) типу є дуже популярним методом при реконструкції мовних картин різних об'єктів. Такого типу анкети надають вірогідну інформацію, адже, на відміну від методу семантичного диференціалу, респонденти «самі надають відповідь із відкритого поля можливостей» [58, s. 290]. Анкетування, як зауважують учені, виступає не лише типом даних, а й методом їх нагромадження [222]. Мовознавці наголошують, що анкетування є одним із трьох джерел і методів збирання даних для проєктів під час занять із культурної лінгвістики чи етнолінгвістики [174]. Тому на потреби пропонованого дослідження використано соціолінгвістичний метод збирання фактичного матеріалу – анкетування.

Респондентами стали 1195 студентів гуманітарних спеціальностей ЗВО із різних (8) регіонів Польщі (детальніший перелік університетів, спеціальностей, кількості респондентів див. у Вступі). З огляду на широку географічну репрезентацію анкетних даних вдаємося до методу кореляції – лінгвогеографічної атрибуції, аби простежити можливі відмінності просторового поширення стереотипних уявлень про поляка / українця залежно від географічної локалізації їхніх носіїв. Кожна група охоплених анкетуванням студентів налічує понад 100 респондентів. Це свідчить про репрезентативність даних у кожному сту-

дентському середовищі. Опираємося на теоретичні праці німецьких, американських і польських учених, у дослідженнях яких аргументовано достовірність отриманих даних зі стоособової групи анкетованих [50, s. 229; 58, s. 291; 110, s. 326; 168, s. 280–290; 209, s. 341; 252, s. 30–49; 273]. Стоособовий колектив респондентів становить ментально цілісну групу і є однорідною за віком [59, s. 291]. У дисертації дотримано необхідних кількісних параметрів.

Респондентам запропоновано дві анонімні анкети відкритого характеру в паперовому⁸ варіанті: для дослідження автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця. Кожна з анкет складається із 11 запитань. Укладена анкета базується на взірцях, створених і апробованих мовознавцями для дослідження мовних стереотипів різних об'єктів, зокрема й національностей (див.: [60; 68; 72; 172; 236; 244]). З огляду на обмеження кількості сторінок дисертації дослідженню піддаємо відповіді на 8 запитань⁹ із анкети.

Перше анкетне запитання – *Kto to jest Polak / Ukrainiec?*¹⁰ – передбачає зібрання студентських дефініцій лексем *Polak / Ukrainiec*. Аналіз визначень має на меті відобразити всі наявні способи категоризації досліджуваних етнонімів. На позначення зібраних з анкет відповідей на це запитання використовуємо термін «студентська дефініція», «студентська анкетна дефініція» (далі СД). Польські вчені підтверджують значущість анкет відкритого типу для дослідження значень слів. На їхню думку, «респонденти інколи подають більш чіткі та однорідні значення слів, ніж укладачі словників» [96, s. 49]. Крім того, «дані, зібрані на основі анкет, піддаються статистичній інтерпретації і одночасно вказують на відкритий характер значення слова, оскільки респонденти подають не лише сильно закріплені (ядерні) риси, а й периферійні» [96, s. 49].

⁸ Анкетування проведено вживу, в навчальних аудиторіях, без використання додаткових платформ. Усі респонденти заповнювали анкети вручну, а потім інформація з анкет оцифрувалася.

⁹ У дисертації не аналізуємо отриманих даних із запитань анкети, що відображають особливості лексико-семантичної сполучуваності прикметників *polski (polska, polskie) / ukraiński (ukraińska, ukraińskie)* і зворотів *jak Polak, po polsku / jak Ukrainiec, po ukraińsku*: *Proszę dopisać rzeczowniki, które łączą się z wyrazami: polski (polska, polskie) / ukraiński (ukraińska, ukraińskie)*; *Proszę dopisać czasowniki do wyrażen jak Polak, po polsku / jak Ukrainiec, po ukraińsku i wyjaśnić znaczenie powstałych (razem z czasownikami) zwrotów*. Не піддаємо аналізу відповіді на *But test (On jest Polakiem / Ukraińcem, ale...)*, який є методом верифікації й підтвердження отриманих даних для «типового» варіанту стереотипу поляка й українця. Матеріал із згаданих запитань анкети стане емпіричною базою для подальших досліджень мовного авто- і гетеростереотипу поляка й українця.

¹⁰ Хто це є *Polak / Ukrainiec?*

Друге анкетне запитання – *Proszę podać wyrazy, których Pan(i) (albo ktoś inny) używa zamiast słowa Polak / Ukrainiec*¹¹ – має на меті виявити способи номінації поляка і українця. Зібрані з цієї частини анкети мовні одиниці називаємо «відповідниками», тобто словами із такою самою референцією, що й лексеми *Polak / Ukrainiec*. Респонденти як відповідники етнонімів *Polak / Ukrainiec* подають також словозмінні форми слів, антропоніми, перифрази.

Наступні три запитання анкети – 1. *Proszę podać cechy, które, Pani / Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują typowego Polaka / Ukrainca*¹²; 2. *Proszę podać cechy, które, Pani / Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują wzorcowego Polaka / Ukrainca*¹³; 3. *Proszę podać cechy, które, Pani / Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują prawdziwego Polaka / Ukrainca*¹⁴ – передбачають виявлення авто- і гетеростереотипних рис «типового», «справжнього» та «ідеального» репрезентанта досліджуваних національностей. Використання модифікаторів «типовий», «справжній», «ідеальний» дає змогу відобразити «суб'єктивність судження, відсилає до певного суб'єкта, який є інстанцією, що встановлює норму» [90, s. 91]. Є. Бартмінський вважає, що «до кожного з таких суджень можна додати метатекстову формулу: «на думку мовця», «на мою думку», «на його думку» [90, s. 91], яка не завжди виявляється на поверхні поточних стереотипних суджень. Найважливішим є модифікатор «справжній» [72; 90, s. 92]. Він представляє «ядро» стереотипу [224, s. 200] й інтегрує всі функції модифікаторів: «типового» – «такого, який є» та «ідеального» – «такого, який повинен бути». Так, модифікатор «типовий / турову» передусім реалізує узагальнювальну функцію та функцію регулярної повторюваності. У цьому випадку респондент, відповідаючи на запитання із модифікатором «типовий», володіє реальною інформацією, яка опирається на типовість і статистичну пересічність, а також є узагальненням описового судження. Натомість модифікатор «справжній» первинно реалізує модальну функцію, тобто суб'єктивну, адже подана для справжнього репрезентанта групи інформація відображає суб'єктивну (індивідуальну чи колективну) систему

¹¹ Прошу подати слова, які Ви (або хтось інший) уживаєте замість слова *Polak / Ukrainiec*.

¹² Прошу подати риси, які, на Вашу думку, найкраще характеризують типового поляка / українця.

¹³ Прошу подати риси, які, на Вашу думку, найкраще характеризують ідеального поляка / українця.

¹⁴ Прошу подати риси, які, на Вашу думку, найкраще характеризують справжнього поляка / українця.

уявлень, норм і цінностей [79, s. 45]. Ця функція дає змогу виявити, що є «справжнім» для аналізованої спільноти, а також – яким ця спільнота прагне бачити об'єкт дослідження. Є. Бартмінський зазначає, що не можна трактувати аналізовані прикметники *типовий / typowy* і *справжній / prawdziwy* як синоніми. Описуючи принципи, на які опирається праця мовознавців над «Аксіологічним лексиконом слов'ян та їхніх сусідів» [73], Є. Бартмінський наголошує, що «введення до запитання модифікатора «справжній» має скерувати відповіді в бік уявлення («Як сприймаєш і концептуалізуєш X-а?»), а не на об'єкт («Який є X?»), а отже, йдеться про отримання національно диференційованих характеристик суб'єктивних стереотипів дому, праці, Європи, честі та ін., а не енциклопедичних описів» [73, s. 10]. У сучасних словниках польської мови слово *типовий / typowy* зводиться до двох значень: 1. уособлює і містить характерні риси для певної групи предметів, осіб, явищ [SJP, s. 1070; WSJP]; 2. є представником певного типу в класифікації, становить зразок чогось [SJPD]; [SJP, s. 1070]. У більшості словників польської мови слово *справжній / prawdziwy* має різні значення. Наприклад, у SJP подано три дефініції згаданої лексеми: «1. відповідний реальності, правді; 2. автентичний, несфальсифікований; 3. такий, який зазвичай буває, типовий, має риси особи, стану, предмета, з якими порівнюється» [SJP, s. 735]. У WSJP зафісовано два значення слова *справжній / prawdziwy*: «1. відповідний реальності; 2. такий, який має всі риси того, на що вказує його назва» [WSJP]. SJPD, окрім значень «типовий, автентичний, такий, який зазвичай буває», вміщує елемент бажаності й ідеальності. У згаданому словнику вказано, що лексема *справжній / prawdziwy* вживається для підтвердження достовірності і влучності сказаного, зазвичай певного метафоричного твердження [SJPD].

Варто додати, що розуміння пересічними мовцями слова *справжній / prawdziwy* містить елемент двозначності: типовість ознаки і її бажаність, тобто те, яким повинен бути окреслюваний об'єкт. Залучення в анкетних запитаннях модифікаторів *типовий / typowy* і *справжній / prawdziwy* передбачає, серед іншого, з'ясування способу розуміння респондентами ключових у цих рубриках слів *типовий* і *справжній*.

У мовознавстві відомі праці, у яких помітною є відмінність мовних картин типового, справжнього та ідеального репрезентанта, наприклад, стереотипу матері, жінки, священника, німця, українця, росіянина, а також мовних картин назв цінностей та ін. [72; 84; 90; 94; 166; 220; 234]. Є. Бартмінський пише, що виокремлений на основі студентських анкетних відповідей образ справжньої матері «схиляється в бік зразкового образу, містить інформацію, яким хтось повинен бути», тобто близький до ідеального, і додає: «у такому образі присутній елемент ідеалізації, постулативного чи бажаного мислення» [90, s. 109]. Натомість образ «типової» матері «схиляється в бік описовості, чистої інформації, яким хтось, на думку мовців, є насправді» [90, s. 109]. Отже, для стереотипу, як підсумовує вчений, «характерною є наявність ідеологічного елемента, інколи «міфологічного», адже на образ того, що є, накладається уявлення про те, що, на думку мовців, повинно бути» [90, s. 109]. Методологічний прийом уведення до анкетних запитань модифікатора «ідеальний (зразковий) / idealny (wzorcowy)», як підтверджує, наприклад, дослідження стереотипу німця, має на меті виявити по-іншому закодований зміст стереотипу в імагінативній сфері [90, s. 249]. В основу цього методу лягла гіпотеза дзеркального відбиття в зразку (ідеальні уявлення) реального образу (типові уявлення) зі зміненими в додатньому напрямку цінностями. Важливим для аналізу ідеального зразка є можливе збереження без змін типових рис, які мали додатню евалюацію [90, s. 249]. Спостереження над стереотипом німця підтверджують, що риси «ідеального» репрезентанта частково є опозиційними до негативних рис з образу «типового» репрезентанта [90, s. 249].

Метод вільного асоціативного експерименту використано з метою зібрання слів на позначення предметів, характерних для поляка / українця (*Jakie przedmioty są charakterystyczne dla Polaka / Ukraińca?*¹⁵), і, відповідно, в результаті їхнього аналізу – реконструкції авто- і гетеростереотипних образів.

Запропоновані респондентам анкети містять ще два запитання: *Proszę podać znane Pani / Panu przysłowia, porzekadła, stałe połączenia wyrazowe, frazeo-*

¹⁵ Які предмети є характерними для поляка / українця.

*logizmy o Polakach / Ukraińcach*¹⁶ і *Proszę napisać znane Pani / Panu dowcipy o Polakach / Ukraińcach*¹⁷. Метою цих запитань було виявити авто- і гетеростереотипні риси аналізованих національностей, що встановлюються на основі запропонованих респондентами одиниць, які студенти трактують як фразеологізми, прислів'я, приказки та жарти, анекдоти¹⁸ про поляка / українця.

Риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка / українця та риси, виокремлені на підставі фразематики й анекдотів про поляка й українця, ми об'єднуємо в семантичні групи, які називаємо аспектами. Термін «аспект» уживаємо вслід за вченими етнолінгвістами в значенні «домену, виокремленого з визначеної точки зору» [224, s. 78]. При описі певного об'єкта суб'єкт бере до уваги певний напрям його розгляду, бік його інтерпретації. Таке значення терміна «аспект» накладається на поняття «перспективи», яку в категорійному апараті етнолінгвістики визначають як «сукупність властивостей семантичної структури» [86, s. 112]. Учені наголошують, що тут ідеться «про сукупність аспектів (сторін) предмета (об'єкта), які мовці беруть до уваги в не випадковому порядку. Ці аспекти укладаються в певні конфігурації і творять своєрідний профіль поняття» [86, s. 112]. В етнолінгвістичних дослідженнях – головне для укладання когнітивної дефініції – поруч із терміном «аспект» уживають термін «фасет», який означає «підкатегорію чи групу класів, що відповідають якійсь спільній характеристиці» [224, s. 78]. Часто «фасетом» називають «низку суджень, що творять експлікацію» (цит. за: [223, s. 219]). Набір фасетів є сталий, а набір аспектів – зумовлений зібраним матеріалом. У нашій роботі принцип виділення аспектів – із незначними модифікаціями – запозичено зі схожих праць люблінських мовознавців (див.: [90; 92; 109; 223]). Деякі риси

¹⁶ Прошу подати відомі Вам прислів'я, приказки, усталені словосполучення і фразеологізми про поляка / українця.

¹⁷ Прошу написати відомі Вам анекдоти про поляка / українця.

¹⁸ У польській мові на позначення терміна «анекдот» використовують термін «dowcip». Стосовно останньої рубрики про анекдоти, слід додати, що міжмовна еквівалентність термінів «dowcip» та «анекдот» не є абсолютною. Польський термін «dowcip» уживається в ширшому значенні, ніж український відповідник «анекдот», адже охоплює, окрім «смішної історії (оповідання)», ще й «короткий вислів, що викликає сміх» [SJP]. Його український відповідник «анекдот» уживають на позначення «короткого жартівливого (здебільшого вигаданого) оповідання про яку-небудь смішну подію» [СУМ – 11]. Цю тезу підтверджує низка українських фольклористичних досліджень анекдотів, якими є короткі гумористичні чи сатиричні оповідання різного змісту (див.: [7]). У дисертації анекдотом вважаємо всі форми мовної творчості студентів жартівливого характеру: короткі оповідання і вислови.

можуть входити в різні аспектні конфігурації і належати до різних семантичних груп, що зумовлено глобальнішою мовознавчою проблемою нечіткості меж семантичних полів. Наприклад, на основі рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка / українця виокремлено такі аспекти: комунікативно-психічний, суспільний, політичний, культурний, «зовнішній вигляд».

Для повнішого семантичного аналізу приписуваних полякові й українцеві рис послуговуємося термінами «конотація¹⁹», «конотативне значення», які розуміємо з точки зору психолінгвістики, що тісно пов'язана із психологією, як почуттєве ставлення, емоційно-експресивні, евалюативні чи стильові асоціації мовця, що супроводжують денотативне, основне значення слова [284]. Конотативне значення відображає ставлення мовця до обговорюваного поняття і вказує на його систему цінностей і поглядів. Як взаємозамінний термін до конотативного значення слова у психолінгвістиці використовують термін «емотивне значення слова» [184].

Для умовного визначення ступеня закріпленості виокремлених мовних одиниць, а отже, рис, що експонуються на їх підставі, у цьому дослідженні вдаємося до прийому кількісних підрахунків. Дослідники вважають, що «в статистичному сенсі риса є сильніше закріплена тоді, коли частіше приписується об'єктові у висловлюваннях або у відповідях на анкетні запитання» [90, s. 91]. Однак серед мовознавців, що аналізують стереотипні уявлення, дискусійним залишається питання, скільки разів повинна повторитися риса, щоб можна було вважати її елементом змісту мовного стереотипу, а також яким (у відсотковому відношенні) повинен бути поріг істотності. Недостатніми є відомі досі спроби виділення таких рис – відповідно до критерію рейтингу (місця в списку) і критерію частотності, адже вони відзначаються автоматизмом відтворення і довільністю [90, s. 75].

Наприклад, дослідження американських учених на тему стереотипів різних національностей лише підтверджують механічність критерію рейтингу

¹⁹ Детальніше про особливості значення терміна «конотація» див. статтю В. Ліпського «Багатозначність розуміння терміна «конотація» і його аплікативність у дослідженнях порушень мови» [203].

рис, тобто тих, які респонденти найчастіше наводять. Зрештою, список суспільно закріплених рис може бути набагато довшим, ніж узятий до уваги дослідників. Німецькі вчені у своїх працях, присвячених аналізу стереотипів, використовують критерій частотності, що полягає в поданні рис, які трапляються у відповідях 40% респондентів. Такий прийом характеризується змінною кількістю виокремлених рис [90, s. 74–75]. Недоліком такого типу списків рис, зокрема й виокремлених методом семантичного диференціалу, є неусталеність порогу істотності кількісних показників. Виходом з цієї ситуації, як вважає Є. Бартмінський, є метод з царини лінгвістичної статистики, який використовують для визначення концентрації лексики в тексті. Апробацію цього методу вчені-етнолінгвісти здійснювали в низці праць, зокрема й у тих, які є результатом роботи над проектом EUROJOS [50; 71; 73; 110; 127; 172; 234] та ін. Сутність цього методу полягає в підрахунку, яку «відносну участь у загальній частоті характерних рис має повторюваність, наприклад, двох найчастіших рис» [90, s. 81]. Подаємо зразок обчислення відносної процентної участі рис (т.зв. «показник стереотипності»), запропонований Є. Бартмінським:

$$S = \frac{100(Fh_1 + Fh_2)}{W}$$

Наприклад, такі елементи у цій формулі, як Fh_1 і Fh_2 позначають кількість повторень двох найчастіших рис, а W – суму повторюваності всіх рис у відповідях респондентів [90, s. 81]. Учені не виключають механічності цього способу обчислення, адже можна взяти до уваги будь-які риси з рейтингового списку. Тому важливо кількісні дані корелювати із якісними показниками, залучивши інформацію (стереотипні риси), отриману шляхом аналізу утворених від досліджуваної назви дериватів і фразеологізмів [90, s. 81]. Однак такий спосіб обчислення показника стереотипності рис більшою мірою відповідає дослідженням назв цінностей або аналізу ознаки в межах виокремленої дескриптивної риси.

Отже, враховуючи всі сумніви стосовно механічності кількісних підрахунків, у цьому дослідженні корелюємо кількісні та якісні показники. На-

приклад, подаємо рейтингові списки рис, що часто повторюються у межах усіх аспектів. Для рис із найбільшою частотою повторень у відповідях застосовуємо статистичний метод і у висновках обчислюємо їхню репрезентацію у відсотках відповідно до пропорції:

$$x = \frac{a * 100}{b},$$

де: a – кількість повторень досліджуваної риси, b – кількість респондентів, що відповіли на запитання, x – вираження цієї риси у відсотках.

Наповнення аспектів відображаємо загальною кількістю одиниць із повторами в абсолютних цифрах. У межах кожної з анкетних рубрик приймаємо умовний поріг істотності кількісних показників і формуємо структуру викладу аналізу – наскільки це можливо – від найчастіше згадуваних категоризацій, аспектів, рис, відповідників, характерних предметів до тих, які мають найменшу кількість згадок. У комунікативно-психічному аспекті, виокремленому для «типового», «справжнього», «ідеального» поляка / українця, з огляду на велику кількість одиниць із такою семантикою і обмеженість кількості сторінок дисертації приймаємо умовний поріг і піддаємо аналізу риси, що з'явилися у відповідях 2 і більше разів.

Висновки до розділу 1

Інтердисциплінарність терміна «стереотип» зумовлює існування різних наукових підходів до його дефініювання та розуміння. У соціології стереотип розглядається як скорочене і спрощене уявлення однієї групи людей про іншу, які мають тривалі безпосередні контакти. Стереотип є результатом досвіду людини, який нерозривно пов'язаний із суспільною реальністю і культурою. Соціологи вважають, що стереотипи утворюються з пізнавальною і поведінковою метою. Психологічний напрям дослідження стереотипів розглядає їх як певні упередження стосовно інших людей, захисний механізм, прототипну категоризацію, когнітивну генеративність, яка може бути помилковою.

Спільними для всіх галузей наукового знання, домоною яких є стереотип (мовознавства, літературознавства, психології, соціології), залишаються ознаки цього явища, такі як: незмінність, постійність, довготривалість, відсутність верифікації, часова протяжність, нееластичність, конвенційність. Виокремлені ознаки стереотипу є традиційними в науковій думці, проте мовознавці вказують на детерміновані культурними і суспільними чинниками змінність і динамічність стереотипних уявлень, що підтверджується емпіричними дослідженнями на виокремленому часовому відрізку.

У польському мовознавстві є три напрями визначення терміна «стереотип»: семантичний, формальний, семантико-формальний. У межах семантичного підходу стереотип ототожнюється із конотацією слова і вважається значеннєвим надлишком над первинним значенням назви. Формальне розуміння стереотипу зводиться до закріплених у мові або відтворюваних з пам'яті словосполучень певної форми, значення яких не відрізняється від суми значень їхніх окремих компонентів. Цей підхід використовується у фразеології. З огляду на семантико-формальну орієнтацію стереотип є суб'єктивно детермінованим уявленням про предмет, яке, окрім описових й оцінних рис об'єкта, охоплює також ті, що з'являються в результаті інтерпретації дійсності в рамках суспільних когнітивних моделей. Стереотип при згаданому підході окреслюється також як ментальний конструкт, який є закоріненним у свідомості людини за допомогою мовного знака. Так, стереотип представляє повну ментальну картину аналізованого об'єкта із категорійними і характерними рисами, межі між якими є розпливчастими.

Термін «стереотип» відрізняється від поширених у лінгвістиці термінів «концепт», «поняття», «прототип». Із останнім стереотип перебуває у ядерно-периферійних відношеннях, де ядром у цій моделі є прототипні судження як «типові», а стереотип займає периферійну позицію, віддаляючись чи наближаючись до центру. Семіотичний трикутник відображає стереотип, поняття та концепт в одній площині, яка протиставляється, з одного боку – мовному графічному знакові (лексемі, слову) та референтові – з іншого. Існують, однак,

певні відмінності між «поняттям», «концептом» і «стереотипом». Поняття є схематично завершеною, ментальною репрезентацією знань про природу виокремленого фрагмента позамовної дійсності. Ментальні конструкти у вигляді понять не залежать від досвіду людини, містять пізнавальний елемент і піддаються змінам відповідно до еволюції та накопичення знань про світ. Концепт, з одного боку, теж є культурно зумовленою мовно-ментальною одиницею концептуальної системи. Натомість, з другого боку, концепт детермінований індивідуальним чи колективним (суспільним) досвідом людини. Стереотип же безпосередньо залежить від людського досвіду, містить емоційні елементи, оцінку. Стереотип і концепт охоплюють ширший спектр рис ніж поняття, їх формує не лише пізнавально-когнітивний зміст, але й емотивний, евалюативний і прагматичний, імплікований досвідом індивіда чи групи людей. Поняття переважно розглядають як складову або частину концепту чи стереотипу, які уважають розширенням змісту поняття.

Важливим критерієм для класичної категоризації є її чіткі межі, а категорійні представники повинні містити визначений перелік ознак і мати однаковий статус. Натомість межі прототипної (натуральної) категоризації є плинними, нечіткими і, відповідно, можуть взаємонакладатися. Представники прототипних категорій перебувають у ядерно-периферійних відношеннях, де центром є прототип – екземпляр, ознаки якого репрезентують сутність усієї категорії. Однак інші складові елементи є поступово віддаленими від ядра категорії, а отже, містять менш типові і репрезентативні ознаки.

Максимальні дефініції як семантично-культурні експлікації мають на меті відобразити усі важливі риси предмета, що є релевантними для мови, культури і комунікативних ситуацій. Найповніше критерії максимальних дефініцій реалізують когнітивна дефініція та експлікація понять. Когнітивна дефініція представляє відтворений у мові спосіб розуміння виокремленого об'єкта носіями певної мови, а також виявляє суспільно закріплене знання про світ шляхом категоризації його явищ та евалюації. Структура експлікації понять складається із т.зв. «мовних доказів» (слів, фраз, конвенційних метафор, прислів'їв, прика-

зок, прикладів з літератури), також, «позамовних» даних (вербалізованих уявлень про предмет пересічними носіями мови).

Анкетування – найпопулярніший метод для зібрання інформації про стереотипні уявлення і на їхній основі реконструкції стереотипів різних об'єктів. Анкети із запитаннями відкритого характеру надають вірогідну інформацію про розуміння респондентами слів, а отже, відображають мовну свідомість пересічних носіїв мови і віддзеркалюють їхню мовну картину світу. У пропонуваному дослідженні аналізовані визначення етноніма *Polak / Ukrainiec* називаємо студентськими дефініціями, студентськими анкетними дефініціями. До анкетних запитань уводимо модифікатори «типовий», «справжній» та «ідеальний» для розрізнення трьох основних варіантів стереотипу поляка й українця. Модифікатор «типовий» передбачає зібрання пересічних, типових рис представника аналізованої національності, а модифікатор «ідеальний» зумовлює відтворення респондентами зразкових, бажаних рис, засвідчує, яким повинен бути поляк й українець. Натомість модифікатор «справжній» скеровує респондентів у бік суб'єктивних суджень, тобто має на меті представити, що є важливим для концептуалізатора, для респондента, який відповідає на це запитання. Доцільним вважаємо вживання в дисертації терміна «аспект» на позначення лексико-семантичних єдностей рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка й українця, виокремлених на підставі фразематики й анекдотів рис поляка й українця. Аспект називає домен, який детермінований аналізованим фактажем, має розпливчасті межі, радіальну структуру, що визначає більшу чи меншу наближеність до основної характеристики.

РОЗДІЛ 2. АВТОСТЕРЕОТИП ПОЛЯКА СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДИ ПОЛЬЩІ

2.1. Способи категоризації етноніма *Polak* у студентських анкетних дефініціях

Перше анкетне запитання *Kto to jest Polak?* передбачало зібрання студентських визначень згаданого етноніма. Інтерпретуючи лексему *Polak*, студенти польських ЗВО формулювали свої дефініції із широким спектром категоризацій²⁰ досліджуваної назви: **географічною, політичною, національною, культурною, етнічною, мовною, категорією самоідентифікації, суспільною, комунікативно-психічною, «зовнішній вигляд»²¹**. Так, географічна категоризація реалізує критерій місця проживання і місця народження, а політична категоризація – критерій наявності польського громадянства і патріотизму поляка. Етнічна категоризація передбачає критерій польського походження – наявності польського коріння або належність за народженням до польської місцевості чи етносу, а категоризацію самоідентифікації формують критерії почуття і декларації належності до польського народу, ототожнення себе з Польщею і поляками, польською спільнотою або ідентифікації інших людей із собою. Культурна категоризація реалізує критерій ставлення до традицій, культури Польщі та стосується рівня освіти й розвитку поляка. Мовна категоризація опирається на критерій знання польської мови, а національна – на наявність польської

²⁰ У мовознавчих дослідженнях, що стосуються стереотипів назв національностей, при аналізі студентських експлікацій етнонімів і розрізненні семантичних складників дефініції вчені послуговуються терміном «категорія», «категоризація». С. Бартмінський, наприклад, аналізуючи студентські дефініції німця, виокремлює національну, політичну, ідеологічну та категорію локалізації [90, s. 245]. А. Кравчук при аналізі студентських визначень етноніма *Polak* серед українських студентів виділяє географічну, політичну, національну, мовну і фізичну категоризації, а також – оцінку [179, s. 152–153]. Е. Пацлавська натомість при дослідженні анкетних дефініцій українця, що їх пропонують студенти із заходу і сходу Польщі, не виокремлює категоризацій, а обговорює гіпероніми (наприклад, *mieszkaniec Ukrainy, obywatel, przedstawiciel narodowości, ktoś, kto pochodzi z Ukrainy* та ін.), т. зв. родові поняття, що виражають загальнішу сутність і підпорядковують собі семантично близькі слова, а також згадує про аспекти – об'єднані спільним змістом характеристики об'єкта, що відображають певну сферу позамовної дійсності, крізь призму якої суб'єкт бачить об'єкт [236, s. 66]. У дисертації для аналізу СД етнонімів *Polak / Ukrainiec* і висвітлення способів сегментування і окреслення згадуваних етнонімів послуговуємося терміном «категоризація», яку вживаємо як поняття гіперонімічне, що виражає загальнішу сутність стосовно інших, підпорядкованих йому значень поляка і українця. Категоризація виражає чіткі вимоги для ідентифікації якогось об'єкта і має стабільні межі. Категоризацію в дисертації розуміємо як процес або як його результат і, відповідно, метонімічно до процесу на позначення утворених в результаті категорій послуговуємося терміном «категоризація».

²¹ Категоризацію «зовнішній вигляд» виділено лише на підставі двох СД, в яких вона займає непервинну позицію, тому в структурі цього підрозділу не виділяємо окремого підпункту з категоризацією «зовнішній вигляд».

національності. Суспільна категоризація ідентифікує поляка з огляду на характеристики чи риси, які є результатом його певних дій, нерозривно зв'язаних із суспільними нормами та чинниками. Комунікативно-психічна категоризація актуалізує комунікативні і психічні особливості характеру поляка, його темперамент, вдачу. Категоризація «зовнішній вигляд» представляє зовнішність поляка.

СД можуть відображати один, два і більше способів категоризації. Відповідно, для окреслення анкетних дефініцій із однією категоризацією послуговується назвою однокомпонентна, на позначення дефініцій із двома – двокомпонентна і для дефініцій із багатьма способами категоризації – багатокомпонентна дефініція. Категоризація може охоплювати цілу СД, тобто в одній дефініції може бути лише одна категоризація (наприклад, ГК (*mieszkaniec Polski*); ПК (*obywatel Polski*); ЕК (*ktoś pochodzenia polskiego; osoba pochodząca z Polski*) тощо). В більшості дефініцій, однак, поєднуються два і більше способів категоризації (наприклад, *osoba posiadająca obywatelstwo polskie, która urodziła się na terenie Polski, mieszka tutaj bądź zmieniła kraj zamieszkania, ale jednak wciąż czuje się Polakiem* (ПК, ГК, КСІ)). Аналізовані далі категоризації можуть займати в СД першу, другу чи третю позицію. Для увиразнення аналізованого способу категоризацій із зазначенням їхнього місця в СД називаємо їх первинними чи непервинними, якщо вони займають у дефініції другу, третю або кінцеву позицію. Наприклад, ГК (*mieszkaniec Polski, osoba urodzona w Polsce*) часто є первинним елементом двокомпонентної чи трикомпонентної СД, за якою слідує інші категоризації, наприклад, (непервинна) ПК (*obywatel Polski*), (непервинна) самоідентифікації (*osoba przywiązana do Polski*) і т. ін.

Як ілюстративний матеріал подаємо СД²² етноніма *Polak* в оригіналі, в повному обсязі, тобто цілі (без поділу їх на окремі частини з категоризаціями), аби представити весь спектр способів категоризацій, їхнє поєднання і зазначити позицію в кожній конкретній дефініції. Спосіб презентації матеріалу організо-

²² Зібрані СД переважно відрізняються від зафіксованих у словниках польської мови дефініцій цієї лексеми, у яких способи категоризації обмежуються етнічним, географічним, національним та політичним або одним чи кількома з них. Наприклад, поляк – «хтось, хто походить з Польщі» [ISJP, s. 158; USJP, s. 155], «людина польської національності, мешканець Польщі, громадянин цієї держави» [USJP, s. 307; WSJP, s. 660], «особа польської національності» [WSJP]. Зафіксовані в словниках дефініції стали «точкою відліку» для виявлення додаткових способів категоризації етноніма *Polak* у колективній мовній свідомості студентів Польщі.

вуємо навколо представлення кожної окремої категоризації і її семантичного наповнення у СД. Категоризації аналізуємо від первинної до кожної наступної з непервинних. У виразненні певного окреслення поляка ілюструємо найвідповіднішими прикладами. У кожному фрагменті аналізу конкретного способу категоризації подаємо дефініції один раз, без їхнього дублювання в інших частинах підрозділу. Показник вияву однієї категоризації представляє її кількісну репрезентацію в дефініціях, незважаючи на її первинність чи непервинність.

СД засвідчують також проблему взаємонакладання категоризацій, тобто один компонент дефініції може віддзеркалювати різні способи його сегментування. Прикладом нашарування двох категоризацій є СД поляка як *Europejczyka*. Словникове визначення цієї лексеми зводиться до географічної категоризації («мешканець Європи» [SJP]). Однак назва *Europejczyk* може свідчити про політичну (належність до європейської спільноти) та культурну категоризації (наявність характерних європейських поглядів, цінностей та зв'язку із європейською культурою). У дисертації залічуємо окреслення поляка як європейця до політичної категоризації.

Проблему периферійного нашарування категоризацій засвідчує також фрагмент ширшої дефініції, у якому поляк окреслюється як *rodak*. Це слово у польській мові, по-перше, вживається на позначення людини, яка має таку саму національність або походить із такого самого народу, як інша особа [WSJP; SJP]. По-друге, інше значення назви *rodak* стосується «людини, яка походить із того самого регіону, як і хтось інший» [SJP]. Полісемічність цієї лексеми зумовлює нашарування категоризацій, оскільки *rodak* одночасно може засвідчувати національну (польська національність), етнічну категоризацію (польське походження), а також – категоризацію самоідентифікації («той самий», «як і хтось інший»). Схиляємося зараховувати СД етноніма *Polak* із таким компонентом до національної категоризації з огляду на словникові значення, що вказують на національність, народ. Лексема *rodak* у своєму другому значенні семантично пов'язується із словом *krajan*, яке в польській мові вживається на позначення людини, що походить із такої самої околиці, місцевості або країни [SJP].

Значення згаданої лексеми може свідчити про етнічну категоризацію (походження) і категоризацію самоідентифікації («така сама»). Зараховуємо дефініції із таким компонентом до етнічної категоризації. Згадане явище відсилає до глобальнішої мовознавчої проблеми прототипної категоризації із ядерно-периферійним підходом структури семантичного поля (див. наприклад: [292; 293]).

Загалом з цієї анкетної рубрики зібрано 1142 (95,6%) СД етноніма *Polak* (ЛБ²³ – 106, Л – 197, Кр – 99, Ж – 192, В – 135, П – 139, Т – 146, К – 128). Відповідно, на це запитання не відповіли 53 (4,4%) респонденти.

2.1.1. Географічна категоризація. Найпоширенішою в СД поляка є географічна категоризація. Вона виступає первинним і непервинним компонентом СД лексеми *Polak*. Додамо, що географічний спосіб категоризації досліджуваного етноніма переважає над іншими способами категоризації в дефініціях, запропонованих респондентами в кожному ЗВО. У цьому виді категоризації до уваги беремо критерій місця проживання і місця народження, де студенти окреслюють поляка так: *mieszkaniec Polski* (91)²⁴ (7ЛБ, 15Ж, 26В, 8П, 8Т, 19Л, 4Кр, 4К); *rodowity*²⁵ *mieszkaniec Polski* (3) (Кр, Л, К); *osoba mieszkająca w Polsce* (22) (4В, П, 4Т, 8Л, 5К); *ktoś urodzony w Polsce* (27) (4ЛБ, 9Ж, 2В, 3П, 5Л, 3Кр, 3К); *osoba, która mieszka w Polsce* (5) (2Ж, 3Л) та ін²⁶. Представлені дефініції засвідчують, що визначальним місцем проживання і народження для поляка має бути територія Республіки Польща²⁷. Однак натрапляємо на однокомпонентні дефініції²⁸, з яких випливає, що поляком вважають людину, що проживає на території Центральної

²³ Літери в дужках означають назву міста, в якому навчаються респонденти.

²⁴ Тут і далі в дужках після елемента дефініції чи назви риси подаємо кількість однакових способів категоризацій етноніма *Polak*, слів-замінників лексеми *Polak*, рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка, анекдотів про поляка, а також у висновках відповідну репрезентацію у відсотках.

²⁵ У польській мові лексема *rodowity* вживається на позначення «того, хто народився в місці, соціальній групі чи середовищі, на яке вказує наступний іменник» [WSJP], тобто той, який займає наступну позицію у словосполученні». З огляду на запроповану респондентами сполучуваність цього прикметника із конструкцією *mieszkaniec Polski*, зараховуємо цю дефініцію до географічної категоризації.

²⁶ Іншими прикладами СД такого типу є: *mieszkaniec Polski*, *osoba urodzona w Polsce* (11) (4Кр, Л, ЛБ, 5Т); *mieszkaniec kraju Nadwiślańskiego* (Л); *osoba urodzona, mieszkająca w Polsce* (Л); *człowiek mieszkający w Polsce przez długi czas, urodzony w tym kraju* (В); *osoba, która zamieszkuje tereny Rzeczypospolitej* (В); *osoba zamieszkująca kraj nazywany Polska* (ЛБ); *ktoś, kto urodził się w Polsce lub na Kresach* (В).

²⁷ Деякі двокомпонентні СД із географічним способом категоризації містять указівки, що територія Польщі як місце народження чи проживання не є визначальним критерієм польськості. Насамперед наведемо приклади таких дефініцій, у яких географічна категоризація є основною: *osoba, która urodziła się w Polsce, mieszka tam, ale nie musi* (К); *osoba urodzona i zamieszkała w Polsce lub poza granicami Rzeczypospolitej* (2) (П, ЛБ).

²⁸ Лише одна СД (*człowiek zamieszkujący kontynent Europy Środkowej, utożsamia z narodem polskim* (П)) є первинною, за якою слідує категоризація самоідентифікації (ГК, КСІ).

Європи: *mieszkaniec Europy Środkowej* (4) (В, Л, П, К); *mieszkaniec Środkowo-Wschodniej Europy* (Ж); *człowiek zamieszkujący kontynent Europy Środkowej* (2П).

Первинна географічна категоризація місця проживання як необов'язкового елемента поєднується в дефініціях із іншими категоризаціями: *osoba urodzona w Polsce, mająca polskie korzenie, rodzinę, nie musi zamieszkiwać na terenie Polski*²⁹ (ЛБ) (ГК, ЕК); *człowiek urodzony w Polsce, posługujący się językiem polskim, ale niekoniecznie musi w Polsce mieszkać na stałe* (В) (ГК, МК); *osoba urodzona w Polsce, posługująca się językiem polskim, znająca kulturę Polski, niekoniecznie przebywająca w tym kraju, osoba pochodząca z Polski* (Кр) (ГК, МК, КК, ЕК) та ін. Непервинною географічна категоризація місця проживання є лише в одній СД: *obywatel Polski, zamieszkujący również tereny poza swoim krajem* (ЛБ) (ПК, ГК). Інтерпретуючи етнонім *Polak*, один із респондентів наводить дефініцію із первинно географічною категоризацією, яка відображає типовість та узагальненість судження шляхом уживання іменників у формі множини (*Polakami, ludzie*): *Polakami są ludzie urodzeni na polskiej ziemi lub związani polską krwią z przodkami. Polaków łączy wspólna historia, tradycje i inne kwestie kulturowe. Patriotyczna dumą narodowa, powinna charakteryzować każdego Polaka. Człowiek, który stara się zerwać ze swoimi korzeniami, nie zasługuje, by go tak określać* (Ж) (ГК, ЕК, ПК).

Географічна категоризація, займаючи різні позиції в СД (первинну, непервинну), часто поєднується із іншими³⁰ способами категоризації досліджуваної назви. Перше місце географічна категоризації етноніма *Polak* часто займає також у СД із категоризацією самоідентифікації як непервинною, наприклад, це

²⁹ У запропонованому дослідженні підкреслення використовуємо для увиразнення в студентських дефініціях аналізованого способу категоризації.

³⁰ Наведемо насамперед приклади СД поляка із географічною категоризацією на першому місці та політичною на другому, де у випадку останньої визначальним є критерій наявності польського громадянства: *osoba urodzona w Polsce, posiadająca obywatelstwo polskie* (23) (ЛБ, 5Л, 2Кр, 2В, 2Ж, 5П, 5Т, К); *osoba mieszkająca, posiadająca obywatelstwo polskie* (14) (В, 2Ж, 4Л, 6Т, К); *mieszkaniec, obywatel Polski* (10) (4Л, 6В); *osoba zamieszkująca tereny Polski i posiadająca polskie obywatelstwo* (6) (3Л, 3Ж); *mieszkaniec Polski, posiadający obywatelstwo polskie* (5) (2Кр, 3ЛБ); *osoba urodzona w Polsce, posiadająca wraz z chwilą narodzin obywatelstwo polskie* (3) (2Ж, В). Географічна категоризація як первинний елемент представлена також у багатьох анкетних дефініціях поляка із етнічною категоризацією як непервинною: *osoba zamieszkująca tereny Polski, osoba (rodowicie) pochodząca z Polski* (5) (Л, Ж, 3Кр); *mieszkaniec lub osoba pochodząca z Polski* (2) (К, П); *mieszkaniec Polski, bądź osoba, która pochodzi z Polski* (2) (Ж, В); *osoba urodzona w Polsce, mająca rodziców Polaków* (5) (2Л, П, 2Кр); *mieszkaniec Polski, człowiek pochodzący z Polski, człowiek zrodzony z Polaków* (2) (Кр, Ж); *osoba mieszkająca w Polsce i mająca polskie korzenie* (4) (2ЛБ, 2В); *mieszkaniec Polski od urodzenia, jego rodzina jest założona w Polsce* (Ж). До етнічної категоризації зараховуємо дефініцію із указівкою на місце виховання: *osoba urodzona i wychowywana w Polsce przez polskich rodziców* (5) (3Ж, Л, П).

дефініції на кшталт: *osoba, która urodziła się w Polsce lub czuje się, że jest Polakiem i się do tego przyznaje* (11)³¹ (5В, 2К, 3П, Т); *ktoś, kto urodził się w Polsce, ktoś, kto utożsamia się z polskością, czyli, ktoś, kto uważa się za Polaka lub ktoś, kto jest Polakiem* (3) (2ЛБ, Кр); *osoba urodzona w Polsce, utożsamiająca się z Polską, jako swoją ojczyznę* (10) (3Кр, Ж, 5Т, К); *mieszkaniec Polski, ale też osoba, która mimo nieobecności w kraju czuje się z nim ściśle związana* (2) (ЛБ, В); *mieszkaniec Polski lub osoba, która identyfikuje się z tym krajem* (3) (Ж, П, Л) тощо. Як засвідчує анкетний аналіз, поширеними є також СД лексеми *Polak*, у яких до географічної категоризації як первинної додається набір інших способів інтерпретації досліджуваного слова. Це, наприклад, СД: *osoba urodzona w Polsce, posiadająca polskie obywatelstwo, która utożsamia się z kulturą polską* (4) (ЛБ, 2Кр, Л) (ГК, ПК, КСІ, КК); *osoba mieszkająca w Polsce, ale również poza granicą, identyfikująca się z Polską, myślę, że nie trzeba mieć rodziców Polaków, żeby być Polakiem (np. spolonizowani Ukraińcy)* (Л) (ГК, КСІ, ЕК).

Отже, загалом географічну категоризацію відображають 549³² дефініцій (48,1%) (ЛБ – 47, Л – 85, Кр – 48, Ж – 101, В – 66, П – 77, Т – 66, К – 59).

2.1.2. Політична категоризація. Серед наведених дефініцій є такі, що містять лише політичну категоризацію: *obywatel Polski* (144) (ЛБ, Кр, Ж, В, П, Т, К, Л); *osoba z polskim obywatelstwem* (6) (5П, Ж); *osoba posiadająca obywatelstwo polskie* (16) (3Л, Кр, 2П, 4В, 6К); *osoba obywatelstwa polskiego nabytego w jakikolwiek sposób* (ЛБ); *obywatel korzystający z praw i obowiązków, zapisanych w Konstytucji* (В); *obywatel Polski, który reprezentuje wartości takie, jak Bóg, honor, ojczyzna*³³, *jest patriotą* (ЛБ). Частим типом СД лексеми *Polak* є поєднання політичної

³¹ Серед 11-ти визначень із однаковими способами категоризації цю дефініцію вибираємо як прототипну. Інші дефініції мають відмінності лише в лексичному відображенні експонентів цих категоризацій, не змінюючи при цьому їхньої сутності. Наприклад, *Polak – człowiek, który urodził się w Polsce lub odczuwa, że jest Polakiem i wyznaje fakt bycia Polakiem; ktoś, kto urodził się na terytorium Polski, identyfikuje się jako Polak i przyznaje się do tego*. Звідси слідує, що прототипна дефініція відрізняється від інших синонімами, вжитими для висвітлення конкретної категоризації (наприклад, географічна: *osoba, która urodziła się w Polsce; ktoś, kto urodził się na terytorium Polski; człowiek, który urodził się w Polsce*; самоідентифікація: *odczuwa, że jest Polakiem i wyznaje fakt bycia Polakiem; identyfikuje się jako Polak i przyznaje się do tego; czuje się, że jest Polakiem i się do tego przyznaje*).

³² Тут і далі, наприкінці аналізу кожного пункту, цифра відображає загальну кількість СД, у яких з'явилася географічна категоризація, незалежно від того, чи є вона первинною чи непервинною.

³³ Традиційний польський вислів *Bóg, honor, ojczyzna* репрезентує релігійність, честь і патріотизм поляків і, відповідно, відсилає одночасно до культурної, комунікативно-психічної та політичної категоризації чи культурного,

категоризації як первинного³⁴ елементу і категоризації самоідентифікації як непервинного: *obywatel Polski lub osoba w jakiś sposób z Polską związana* (9) (3Ж, 5Л, ЛБ); *obywatel Polski, człowiek utożsamiający się z kulturą, tradycją* (4) (2Т, ЛБ, Ж); *osoba, która ma polskie obywatelstwo lub czuje się Polakiem* (2Кр); *osoba posiadająca polskie obywatelstwo lub silnie utożsamiająca się z Polską* (3) (2П, К); *osoba, która posiada obywatelstwo polskie, posiada przynależność administracyjną, kulturową, obyczajową i religijną* (К).

Як бачимо, кожна з перелічених СД із політичною категоризацією реалізує критерій наявності польського громадянства. Однак з деяких дефініцій випливає, що для поляка допускається наявність громадянства іншої держави, наприклад: *osoba, która jest obywatelem Polski lub też może mieć inne* (Ж); *obywatel Polski lub ktoś, kto ma inne obywatelstwo, ale ma polskich rodziców lub dziadków* (Т); *osoba narodowości polskiej, a także osoba o polskich korzeniach (na pewno, nie jest to osoba posiadająca jedynie obywatelstwo polskie)* (Л) (НК, ЕК, ПК). Одна із такого типу дефініцій назви *Polak* містить указівку на необов'язкову наявність польського громадянства, щоб бути поляком, наприклад: *obywatel Polski (w sensie prawnym), ale za Polaka, można uznać każdą osobę, która identyfikuje się z tą narodowością, niezależnie od faktu posiadania przez nią obywatelstwa polskiego, zamieszkania na terenie Polski, władania językiem polskim* (П) (ПК, КСІ, ГК, МК).

Про політичну категоризацію, на нашу думку, свідчать також компоненти дефініцій, у яких поляком респонденти окреслюють особу, що прописана в містах Польщі і має польський паспорт, наприклад: *osoba zameldowana w Polsce, osoba mieszkająca od dawna w Polsce i czująca się Polakiem, Polską, osoba związana z kulturą polską* (ЛБ) (ПК, ГК, КСІ, КК); *osoba, która ciągle przebywa na*

комунікативно-психічного, політичного аспектів. У дисертації виділений у цьому й інших пунктах анкети вислів схиляємося зараховувати до політичної категоризації й політичного аспекту з огляду на експоновану польськість.

³⁴ Простежуємо, що політична категоризація як первинний елемент є частиною більш розбудованих СД із різними способами категоризації назви *Polak*: *osoba posiadająca obywatelstwo polskie, która urodziła się na terenie Polski, mieszka tutaj bądź zmieniła kraj zamieszkania, ale jednak wciąż czuje się Polakiem* (5) (П, 2Ж, 2В) (ПК, ГК, КСІ); *obywatel Polski, mieszkający w Polsce lub ktoś, kto mieszka za granicą, urodził się tam i wychował, ale jego rodzice byli Polakami i tę tożsamość narodową i kulturową mu przekazali i ten ktoś kultywuje polskość i czuje się Polakiem. Ktoś, kto wyemigrował z Polski, ale kultywuje rodzinne tradycje* (Ж) (ПК, ГК, ЕК, КК, КСІ); *obywatel państwa polskiego, osoba zamieszkująca jego teren, bądź mieszkająca w innym miejscu na świecie, ale posiadająca polskie obywatelstwo. Jest to także osoba, która czuje przynależność i bliskość z tradycją, językiem, kulturą polską oraz się z nim utożsamia* (П) (ПК, ГК, КСІ, КК).

terenie Polski, zameldowana w Polsce, ale także osoba, która identyfikuje się z Polską, czuje się Polakiem, ale przebywa za granicą, osoba, która urodziła się w tym kraju (Т) (ГК, ПК, КСІ); osoba posiadająca obywatelstwo polskie, posługująca się polskim dowodem osobistym, prawem jazdy itp., a także posługująca się biegle językiem polskim (Ж) (ПК, СК, МК).

Варто додати, що до політичної категоризації умовно зараховуємо 7 СД із визначеннями поляка як європейця з огляду на політичну належність до спільноти Європейського Союзу, наприклад: *Polak* – це *Europejczyk* (Т); *członek UE, mieszkaniac Polski* (Ж) (ПК, ГК); *członek UE, mieszkaniac Polski, Słowianin* (Т) (ПК, ГК, ЕК); *mieszkaniac RP, Europejczyk* (П) (ГК, ПК); *mieszkaniac Polski, to ja, Europejczyk, Europejka* (ЛБ) (ГК, КСІ, ПК); *smutny i biedny mieszkaniac Europy Wschodniej, Europejczyk z Zachodu, zazdroszący poziomu życia* (П) (КПК, СК, ГК, ПК); *osoba zamieszkująca teren geograficzny, zwany Polską. Sentymentalnie związana z Europą środkowo-wschodnią, legitymująca się do tego, aby stać się nowoczesnym Europejczykiem* (Кр) (ГК, КСІ, ПК). Однак окреслення поляка як європейця залишаються дискусійними, адже водночас (окрім ПК) можуть бути складовою культурної категоризації, тобто позначати людину з характерними європейськими поглядами і цінностями.

Деякі СД складаються лише з політичної категоризації (однокомпонентні), яка відображає образ поляка-патріота³⁵: *osoba, która czuje się odpowiedzialna za państwo, w którym żyje. Jest świadoma historii, chciałaby, aby jego ojczyzna się rozwijała* (П) (ПК); *patriota* (2Т); *obywatel Polski, patriota* (П) (ПК). У багатокомпонентних СД етноніма *Polak* як патріота політична категоризація частіше є непервинною: *mieszkaniac Polski, kto ma świadomość narodową, dla kogo istotne są sprawy związane z narodem i kto uczestniczy w takich sprawach, dba o język, kulturę, nie wstydzi się swojego pochodzenia* (Л) (ГК, ПК).

³⁵ Автостереотипний образ поляка-патріота і декларація патріотичної позиції в житті польської держави виразно експонуються в дефініціях, у яких політична категоризація є первинною, поєднуючись із іншими способами категоризації етноніма *Polak*: *patriota, mieszkaniac, mieszkanka Polski, ktoś, kto mimo że mieszka za granicą, identyfikuje się ze społecznością Polaków (Polonia)* (П) (ПК, ГК, КСІ), *obywatel Polski, Polak – patriota, umie poświęcić się dla własnego kraju, narodu, posługuje się językiem polskim* (Ж) (ПК, МК); *obywatel Polski, człowiek znający i szanujący polską historię i tradycje. Gotowy utonąć w obrazie swojej ojczyzny, człowiek szanujący polską kulturę w kraju i za granicą, dumny ze swojego kraju i dbający o niego jak o swój dom, miejsce przodków i własnych dzieci* (Кр) (ПК, КК); *osoba, która lubi Polskę i uważa się częścią tego państwa* (Т) (ПК, КСІ).

Отже, загалом політичну категоризацію етноніма *Polak* репрезентують 496 (41,7%) СД (Лб – 45, Л – 81, Кр – 43, Ж – 78, В – 51, П – 61, Т – 61, К – 48).

2.1.3. Етнічна категоризація. У випадку етнічної категоризації назви *Polak* визначальним є критерій польського походження, наявності польського коріння. Наведемо приклади повних дефініцій, які містять лише етнічну категоризацію: *ktoś pochodzenia polskiego* (17) (7Лб, В, 3Л, 4К, 2П); *osoba pochodząca z Polski* (62) (7Лб, 14В, 16Л, 2Кр, 9Ж, 6Т, К, 7П); *osoba, której rodzice albo przynajmniej jeden z rodziców jest Polakiem* (5) (Лб, 2Ж, П, Кр); *osoba mająca rodziców polskiego pochodzenia* (3) (Кр, Лб, К); *osoba pochodząca z Polski lub taka, która ma polskie korzenie* (Л); *człowiek pochodzenia polskiego lub wychowany w duchu Polaka przez rodziców* (2П). Простежуємо часту появу в СД етнічної категоризації як первинного³⁶ компонента, до якого додається категорія самоідентифікації, наприклад: *osoba pochodząca z Polski, czująca się Polką, Polakiem* (3) (Кр, Лб, В); *osoba pochodząca z Polski bądź uważająca się za Polaka* (2) (Кр); *osoba pochodząca z Polski, identyfikująca się z Polską* (3) (2Лб, Кр); *osoba posiadająca polskie korzenie i utożsamiająca się z nimi* (3) (Ж, Кр, К); *osoba mająca polskie korzenie, czująca związek emocjonalny z Polską* (2Кр); *osoba, wychowująca się w polskiej rodzinie, identyfikująca się z narodem polskim* (П); *człowiek, który ma rodziców lub jednego rodzica Polaka, został wychowany w polskiej kulturze i czuje się Polakiem* (Ж). Студенти із різних міст Польщі конструюють також дефініції із більш розбудованою структурою, де етнічну категоризацію як первинну доповнюють інші способи інтерпретації значення лексеми *Polak*: *osoba pochodząca z Polski lub posiadająca polskie obywatelstwo* (5) (Л, 3В, 2Ж) (ЕК, ПК); *osoba urodzona w polskiej rodzinie, mająca przodków Polaków, osoby utożsamiające się z narodem polskim bez względu na to, czy mieszkają na terenie Polski* (3) (2Лб, Ж) (ЕК, КСІ, ГК); *osoba etnicznie polskiego pochodzenia, posługująca się językiem, utożsamiająca się z polską kulturą, tradycją* (2) (П, Лб) (ЕК, МК, КСІ); *osoba po-*

³⁶ Етнічна категоризація як непервинна представлена також у компонентах СД, що окреслюють походження поляка з сарматів і полян, наприклад: *mieszkaniec państwa – Polski, mówią, że Polacy wywodzą się od starożytnych sarmatów, podkreśla się istotę szlachty w tworzeniu obrazu polskości. Tym samym uznaje się, że Polak to osoba, która od zawsze zamieszkuje ziemię w środkowej Europie* (П) (ГК, ЕК, СК); *rodowity mieszkaniec Polski, członek narodu polskiego, wywodzący się z plemiona Polan* (Ж) (ГК, ЕК).

chodząca z Polski, z polskimi korzeniami, posługująca się polskim językiem, znająca polską tradycję (2) (П, Т) (ЕК, МК, ПК); *krajan*³⁷, *rówieśnik, brat* (Ж) (ЕК, СК).

До етнічної категоризації відносимо СД, у яких етнонім *Polak* отримує значення слов'янина, представника слов'янського народу: *Słowianin, obywatel Polski, mieszkaniac Europy* (Л) (ЕК, ПК, ГК); *człowiek z narodu słowiańskiego, mieszkający na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej* (2) (Ж) (ЕК, ГК); *przedstawiciel narodu słowiańskiego, zamieszkujący Europę Wschodnią* (В) (ЕК, ГК).

Етнічну категоризацію вбачаємо також у визначеннях поляка як представника Полонії в іноземних країнах, які в СД етноніма *Polak* є непервинними: *mieszkańcy Polski oraz przedstawiciele Polonii w obcych krajach. Łączy ich więź narodowa, poczucie tożsamości, świadomość kulturowa, językowa, wspólne wartości patriotyczne* (П) (ГК, ЕК, КСІ, КК). У цій СД шляхом експліцитного уживання іменників у множині (*mieszkańcy, przedstawiciele*) виявляється також узагальненість і пересічність судження.

Отже, етнічний спосіб категоризації містять 326 (28,5%) (ЛБ – 46, Л – 47, Кр – 38, Ж – 58, В – 31, П – 42, Т – 40, К – 24) СД.

2.1.4. Категоризація самоідентифікації. Категоризація самоідентифікації³⁸ демонструє важливий для сучасної польської молоді критерій польськості – почуття і декларацію належності до польського народу, ототожнення себе з Польщею, польською спільнотою. Наведемо декілька прикладів, у яких категоризація самоідентифікації виступає як основна: *Polak* – це *osoba, która czuje się Polakiem, odczuwa więź emocjonalną z Polską* (4) (Кр); *osoba, która identyfikuje się z narodem polskim* (4) (Ж, Кр, Т, К); *osoba, która identyfikuje się z narodem polskim, kulturą i wszystkim, co z nią jest powiązane, oprócz tego czuje się częścią narodu polskiego* (2Т); *ktoś, kto czuje się związany z Polską jako miejscem urodzenia lub swoich korzeni rodzinnych* (Л); *osoba czująca się Polakiem* (П);

³⁷ До етнічної категоризації схилиємося зараховувати окреслення поляка лексемою *krajan*, що в польській мові означає «особу, яка походить із того самого регіону, з тієї самої місцевості або країни, як хтось інший» [WSJP].

³⁸ До категоризації самоідентифікації зараховуємо також СД, у яких поляка студентська молодь ідентифікує із собою. Лише у двох СД категоризація самоідентифікації із такою семантикою займає всю дефініцію: *to jest człowiek, taki sam, jak ja* (Л) (КСІ); *Polak mały to ja* (П) (КСІ). Одна СД відображає поєднання первинної категорії самоідентифікації із непервинною мовною: *osoba taka jak ja (językowo)* (ЛБ) (КСІ, МК). СД, у яких польська молодь ідентифікує поляка із собою, представляють категорію самоідентифікації як непервинну в поєднанні з іншими способами категоризації: *obywatel Rzeczypospolitej, ja, moja rodzina i znajomi, mieszkaniac Polski* (П) (ПК, КСІ, СК, ГК).

osoba, która utożsamia się z Polską (Kp); osoba, która czuje więź z Polską (K); osoba, która czuje, że jest polskiej narodowości (K). Зрідка за категорією самоідентифікації, поданою на першому місці у СД, слідує інші способи категоризації, наприклад: *Polak – це ktoś, kto w głębi serca czuje się Polką i Polakiem, nie wstydzi się o tym mówić i tego okazywać, ma polskie obywatelstwo (Ж) (КСІ, ПК); osoba, która czuje się częścią polskiej wspólnoty narodowej. Za swoje, budując własną tożsamość, uważa polską historię, tradycję, obyczaje, język, bierze czynny udział w życiu społecznym, troszczy się o dobro kraju ze strony formalnej, uważam, że wcale posiadanie obywatelstwa polskiego nie jest decydujące (П) (КСІ, ПК); człowiek, który deklaruje polską tożsamość, powiązany z kulturą polską (Т) (КСІ, КК); osoba określająca się tym mianem, najczęściej pochodząca z Polski lub utożsamiająca się z tym krajem (Kp) (КСІ, ЕК) та ін.*

Отже, категорію самоідентифікації етноніма *Polak* загалом виявлено у 227 (19,5%) (ЛБ – 30, Л – 26, Кр – 43, Ж – 42, В – 14, П – 57, Т – 40, К – 30) відповідях.

2.1.5. Національна категоризація. Натрапляємо на визначення поляка, де національна категоризація займає цілу СД у 29 випадках: *osoba narodowości polskiej* (28) (2ЛБ, 10Л, 4Ж, 2В, 3П, Кр, 6К; *narodowość* (Ж). Респонденти часто подають СД етноніма *Polak*, що відображають два способи категоризації, із національною на першому³⁹ місці: *osoba narodowości polskiej, przywiązana do swojej ojczyzny* (8) (4Л, 3Кр, ЛБ) (НК, КСІ); *osoba narodowości polskiej lub osoba utożsamiająca się z przedstawicielami tego kraju* (2) (ЛБ, П) (НК, КСІ); *osoba narodowości polskiej, też określamy tak obywatela państwa polskiego* (3) (2В, П) (НК, ПК).

Національну категоризацію виокремлюємо в СД, де поляк окреслюється як *rodak*. Лише дві СД представляють національну категоризацію із аналізованим компонентом як основну в цілому визначенні: *moi rodacy* (2Ж). У всіх

³⁹ Національна категоризація як первинна присуття також у більш розбудованих СД досліджуваного етноніма: *osoba polskiej narodowości, która urodziła się w Polsce i identyfikuje się z tą narodowością* (2) (В, К) (НК, ГК, КСІ); *osoba narodowości polskiej, której rodzice są Polakami, niekoniecznie zamieszkująca teren Polski, znający polski język, historię i obyczaje, utożsamiający się z narodowością polską* (Ж) (НК, ЕК, ГК, МК, КК, КСІ); *jest to osoba narodowości polskiej, związana z tym krajem rodzinnie (spokrewienie) lub poprzez nadanie obywatelstwa, ale niekoniecznie mieszkająca na terenie Polski. Bycie Polakiem, Polką musi się wiązać z poczuciem przynależności narodowej* (П) (НК, ЕК, ПК, ГК, КСІ); *osoba narodowości Polskiej, kraju z tysiącletnią tradycją – okupowanego przez prawie 200 lat z 20-letnią przerwą* (В) (НК, КК, ПК).

інших СД із компонентом *rodak* національна категоризація є первинною, за якою слідують різні способи категоризації: *rodak, osoba urodzona w Polsce* (5) (ЗЛ, ЛБ, К) (НК, ГК); *mój rodak*⁴⁰, *obywatel Polski* (2) (Л, Кр) (НК, ПК); *to moi rodacy, osoby, które chyba najlepiej mnie rozumieją, chyba ze względu na życie w podobnych realiach* (П) (НК, КПК, СК); *mieszkańcy Polski, moi rodacy* (Л) (ГК, НК). Узагальненість такого автостереотипу поляка підтверджують також ужиті експліцитно іменники у формі множини *rodacy, osoby*.

Отже, національна категоризація в СД етноніма *Polak* представлена 109 разів (9,5%) (ЛБ – 11, Л – 25, Кр – 11, Ж – 16, В – 8, П – 14, Т – 11, К – 13).

2.1.6. Мовна категоризація. Знання та володіння польською мовою є критерієм мовної категоризації⁴¹. Лише в 5 СД поляка мовна категоризація є первинною⁴²: *człowiek posługujący się językiem polskim, narodowości polskiej* (Ж) (МК, НК); *osoba, która mówi po polsku, kultywująca tradycję polską i jego rodzice są Polakami* (В) (МК, ЕК); *znawca języka polskiego, mieszkaniac Polski na terytorium geograficznym Polski, ktoś, kto zakłada rodzinę na terytorium Polski* (Т) (МК, ГК, ЕК); *osoba, która posługuje się językiem polskim i czuje się bardzo związana z polską kulturą, tradycjami, miejscami, która czuje dumę z Polski, czuje, że ma obowiązek służyć w życiu publicznym i odpowiednio reprezentować Polskę* (К) (МК, КСІ, ПК); *osoba posługująca się językiem polskim, związana ze swoją ojczyzną, mieszkająca na terenie Polski, mająca obywatelstwo polskie* (Л) (МК, КСІ, ГК, ПК).

Отже, мовну категоризацію виявлено у 100 (8,8%) СД (ЛБ – 14, Л – 13, Кр – 10, Ж – 21, В – 6, П – 9, Т – 12, К – 15).

⁴⁰ Дефініції такого типу із компонентами *mój rodak, moi rodacy* можуть засвідчувати нашарування категоризацій – національної і самоідентифікації.

⁴¹ Додамо, що далі в роботі характеристики представників аналізованих національностей з огляду на мову, виокремлені на підставі рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка й українця, сучасної польської фразематики, анекдотів, пов'язуємо із культурною сферою. На основі ж СД лексем *Polak / Ukrainiec* мовну категоризацію виділяємо як окрему, оскільки вона є важливим маркером ідентифікації народу.

⁴² В інших, запропонованих респондентами СД етноніма *Polak* із більш розбудованою структурою, мовна категоризація є непервинним, додатковим компонентом, наприклад: *osoba urodzona w Polsce i mówiąca po polsku* (3) (2Ж, Т) (ГК, МК); *obywatel Rzeczypospolitej Polskiej, władający językiem polskim jako ojczystym* (3Ж) (ПК, МК); *osoba, która mieszka w Polsce i posiada polskie obywatelstwo, używa na co dzień języka polskiego* (2) (Ж, Т) (ГК, ПК, МК); *obywatel Polski, urodzony w swojej ojczyźnie, posługujący się językiem polskim jako ojczystym* (2) (Л, В) (ПК, ГК, МК); *osoba mieszkająca w Polsce, mówiąca w języku polskim, przestrzegająca tradycji* (3) (Л (2), ЛБ) (ГК, МК, КК); *człowiek z polskim obywatelstwem, który czuje się Polakiem, utożsamia się z Polską, zna język polski* (3) (ЛБ, Ж, Кр) (ПК, КСІ, МК).

2.1.7. Культурна категоризація. Культурна категоризація не охоплює в жодній студентській відповіді цілої дефініції. Аналізована категоризація як первинна⁴³, до якої додаються інші способи категоризації, представлена лише в деяких дефініціях етноніма *Polak*: osoba będąca w styczności z polską kulturą, mająca poszanowanie dla kultury, tradycji, utożsamiająca się z narodem i jego historią (2) (Кр, Т) (КК, КСІ); osoba, która żyje według polskiej kultury, posługuje się językiem polskim (ЛБ) (КК, МК). osoba, dla której polska tradycja, historia, język, nie są obojętne – kultywuje je w swojej rodzinie. Przebywając wśród ludzi (w miejscach publicznych, za granicą) godnie reprezentuje Polskę – kraj cywilizowany, kulturalny, bogaty kulturowo. Prawdziwy Polak szanuje ojczystą ziemię (Кр) (КК, ПК).

До культурної категоризації зараховуємо компоненти дефініцій, у яких відображена конфесійна належність поляка і образ поляка-католика. Експоненти цих рис у структурі СД частіше (за винятком одного прикладу із первинною позицією) є непервинними: osoba religijna, tolerancyjna, patriota (Ж) (КК, КПК, ПК); mieszkaniec, obywatel Polski, katolik (Ж) (ГК, ПК, КК); obywatel Polski, patriota, złodziej, katolik (2) (Ж, Т) (ПК, СК, КК); są to osoby zamieszkałe tutaj (nie emigracja) na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, tworząc społeczeństwo zbudowane na podwalinach historyczno-semantycznych, utrzymując w ten sposób chrześcijański ład w Europie (Кр) (ГК, ПК, КК); ktoś, kto mieszka na terenie Rzeczypospolitej Polskiej lub z niej pochodzi, mówi po polsku, zna dobrze polską tradycję i często jest katolikiem (2) (К, П) (ГК, КК); to osoba zamieszkała w Polsce lub z nią powiązana, posługująca się językiem polskim, wyznania rzymskokatolickiego (przeważnie)⁴⁴ (П) (ГК, КСІ, КК).

До культурної категоризації належать дві дефініції, у яких – серед інших ознак – відображаються образи Януша і Гражини⁴⁵. Польський лінгво-куль-

⁴³ Культурна категоризація лексеми *Polak*, яка вказує на ставлення поляка до польської культури, є також непервинною в СД, наприклад: osoba zamieszkująca Polskę, żyjąca według i zwyczajów i tradycji tam panujących (ЗЖ) (ГК, КК); osoba pochodząca z Polski, mówiąca po polsku, uczestnicząca w polskiej kulturze itp. (2Л) (ЕК, КК).

⁴⁴ Типовість автостереотипу поляка-католика підтверджують ужиті експліцитно в останніх двох дефініціях прислівники *często, przeważnie*.

⁴⁵ У розмовній польській мові імена *Janusz i Grażyna* вживаються із зневагою на позначення чоловіка і жінки середнього віку, які своєю поведінкою і виглядом відображають провінційність, відсталість, низький рівень освіти тощо [WSJP]. З огляду на актуалізацію на підставі цих лексем рівня освіченості і розвитку поляка як рис, що є маркерами культури людини в широкому розумінні, схилиємося зараховувати визначення етноніма *Polak* із компонентами *Janusz, Grażyna* до культурної категоризації. Про експресивність лексеми *Janusz* див. статтю Й. Качеревської [161].

турний портрет Януша і Гражини є експонентом провінційності, відсталості, низького рівня розвитку. Окреслення поляка як Януша і Гражини у цих дефініціях є непервинними. В анкетах студенти пишуть: *człowiek zamieszkujący teren Polski, często utożsamiany z Januszem – w klapkach, sandałach, który nie potrafi zachować się w miejscu publicznym. a jego żona – Grażyna – najczęściej walczy o rzeczy na wyprzedających. Polacy mają wizerunek złodzieja, pijaka, awanturnika* (Ж) (ГК, КК, КЗВ, СК, КПК); *Janusz z grubym brzuchem* (Л) (КК, КЗВ).

Отже, загалом культурну категоризацію виявлено у 93 (8,14%) СД (Лб – 8, Л – 10, Кр – 14, Ж – 15, В – 11, П – 16, Т – 10, К – 9) лексеми *Polak*.

2.1.8. Комунікативно-психічна категоризація. Дефініції із комунікативно-психічною категоризацією висвітлюють позитивні і негативні автостереотипні риси поляка як того, що завжди нарікає і є незадоволеним, відкладає всі справи на потім, але водночас є гордим, добрим, доброзичливим, готовим допомогти. Комунікативно-психічна категоризація як єдина у всій дефініції представлена у визначеннях на кшталт: *są bardzo dobrymi ludźmi, wyjątkowymi* (Лб) (КПК); *ten, co sobie wie wszystko najlepiej, ciągle narzeka, jest ciągle niezadowolony* (Л) (КПК); *osoba narzekająca na wszystko, często porównuje się do innych osób, osoba odkładająca wszystkie rzeczy na później* (Ж) (КПК); *osoba wiecznie niezadowolona* (Ж) (КПК). Первинну⁴⁶ позицію комунікативно-психічна категоризація етноніма *Polak* у поєднанні з непервинною географічною займає лише в одній дефініції: *człowiek gotowy walczyć o to, w co wierzy, z nadzieją lub wbrew nadziei – niezależnie od miejsca urodzenia* (Лб) (КПК, ГК).

Отже, загалом комунікативно-психічна категоризація представлена в 38 (3, 32%) (Лб – 3, Л – 6, Кр – 5, Ж – 9, В – 6, П – 8, Т – 5, К – 5) СД лексеми *Polak*.

2.1.9. Суспільна категоризація. Дефініції із суспільною категоризацією характеризують поляка як родинного, працьовитого, дешеvu робочу силу,

⁴⁶ Комунікативно-психічна категоризація як непервинна, з якою поєднуються інші способи категоризації, відображена в таких СД: *osoba kochająca swój naród, często narzekająca na wszystko, co się da, w głębi serca dobra, życzliwa i potoczna* (Л) (ПК, КПК); *osoba z obywatelstwem polskim, która czuje się Polakiem, jest dumny, często narzeka i się denerwuje, ale jest bardzo rodzinny* (Т) (ПК, КСІ, КПК, СК). Як зауважуємо на підставі перелічених дефініцій, про типовість і узагальненість риси «поляк нарікає і є незадоволеним» свідчать експліцитно вжиті прислівники *często, wiecznie*.

схильного до розваг, танців, уживання алкоголю. Суспільна категоризація не виступає основою однокомпонентної дефініції. Лише одна дефініція *Polaka* містить суспільну категоризацію на першому місці: *ktos pracowity, ale i emocjonalny* (П) (СК, КПК). Цей тип категоризації здебільшого є непервинним і найчастіше поєднується з комунікативно-психічною чи політичною категоризацією: *osoba, która mobilizuje się, kiedy trzeba, rodzinna, niezłomna, nie wie, jak zachować się w obliczu nowej sytuacji, przyjazna i życzliwa, kiedy już cię pozna* (Ж) (КПК, СК); *dla mnie jest to rodak, na zachodzie traktowany jak tania siła robocza, złodziej i pijak, człowiek dumny ze swojej historii, waleczny i uparty, boi się tego, co obce i tego, czego nie potrafi zrozumieć, ale ogólnie stara się być gościnnym* (Л) (НК, СК, КПК); *mieszkaniec serca Europy, wesoly, życzliwy, kompan⁴⁷, lubi się zabawić, lubi tańczyć i śpiewać, nie stroni od alkoholu, religijny* (К) (ГК, КПК, СК, КК).

Стереотип польки-матері репрезентують дефініції із суспільною категоризацією, яка в такого типу визначеннях є непервинною і поєднується з іншими способами категоризації: *katolik, czasem lekko pozytywny wariat, matka-Polka⁴⁸* (К) (КК, КПК, СК); *patriota, matka-Polka* (К) (ПК, СК).

Нашарування категоризацій суспільної і самоідентифікації відображає компонент дефініції, у якій студент пише, що поляк є частиною його суспільства, спільноти: *osoba, która mieszka w tym kraju, pracuje, studiuje, jest częścią mojego społeczeństwa* (К) (ГК, КСІ, СК).

Отже, суспільну категоризацію загалом актуалізують 27 (2,36%) (ЛБ – 4, Л – 3, Кр – 6, Ж – 2, В – 4, П – 3, Т – 2, К – 3) СД етноніма *Polak*.

СД етноніма *Polak* емпірично підтверджують важливість урахування поточної раціональності при дослідженні механізму категоризації у мовній свідомості рідних носіїв польської мови, а отже, притаманної їм мовної картини світу. Аналіз виокремлених на підставі анкет дефініцій засвідчує, що у колективній мовній свідомості студентської молоді Польщі присутні такі категоризації етноніма *Polak*, як: географічна (549) (48,07%), політична (486) (42,55%),

⁴⁷ У польській мові слово *kompan* означає «людину, яка супроводжує нас в різних заходах» [WSJP].

⁴⁸ Словосполука *matka-Polka* у польській мові вживається на позначення «жінки, яка все своє життя присвятила сім'ї і вихованню дітей в дусі традиційних і патріотичних цінностей» [WSJP].

етнічна (326) (28,5%), категорія самоідентифікації (227) (19,87%), національна (109) (9,54%), мовна (100) (8,75%), культурна (93) (8,14%), комунікативно-психічна (38) (3,32%), суспільна (27) (2,36%), «зовнішній вигляд» (2) (0,17%) (див. Додаток 1). Виокремлення способів категоризації лексеми *Polak* у свідомості польської молоді на підставі СД виявило проблему нашарування двох або трьох категоризацій. Як було вже згадано вище, окреслення *Europejczyk* може одночасно належати до різних категоризацій: географічної (мешканець Європи), політичної (належність до Європейського Союзу), культурної (людина із певними європейськими цінностями, світоглядом, культурою). Вважаємо, що лексема *Europejczyk* реалізує політичну категоризацію. Назва *rodak* зумовлює накладання національної (особа, що має таку саму національність, як інша людина) та етнічної категоризації (особа, що походить із того самого народу чи країни, як і інша особа). Схиляємося зараховувати назву *rodak* до національної категоризації. Нашарування категоризацій убачаємо й у визначеннях поляка *mój rodak, moi rodacy*. Присвійні займенники *mój, moi* відсилають до категорії самоідентифікації, а *rodak* – до національної. Проблему нашарування категоризацій ілюструють також образи Януша і Гражини, які в польській лінгвокультурі є віддзеркаленням провінційності, відсталості, низького рівня культури та розвитку, відповідно, належать до культурної категоризації. Однак під впливом найближчих контекстів слововживання ці лексеми можуть набирати іншого смислового наповнення. Наприклад, Януша може характеризувати великий грубий живіт, шльопанці зі шкарпетками (КЗВ) і невідповідна поведінка в публічних місцях (КК), а Гражину – скупість з огляду на схильність до боротьби за речі на розпродажах (СК).

Спектр виявлених способів категоризації досліджуваного етноніма є значно ширшим від словникових, що обмежуються лише географічною, політичною, національною, етнічною категоризацією або кількома чи однією із них. У результаті аналізу, *Polak* у колективній свідомості сучасних польських студентів – це передусім мешканець Польщі, особа, що народилася і проживає (чи може не проживати) на території Польщі, громадянин Польщі; особа, що походить з Польщі, має польське коріння, особа польської національності, яка

говорить польською мовою; ідентифікує себе з Польщею або відчуває себе поляком, особа, яка виразно позиціонує себе у житті держави, знає історію, культуру Польщі та культивує польські традиції, з одного боку, є веселою, доброзичливою, гостинною, родинною, працьовитою особою, а з іншого – має схильність до вживання алкоголю й скарг, злочинів.

2.2. Відповідники слова *Polak*

Наступне, поставлене респондентам відкрите запитання анкети – *Proszę podać wyrazy, których Pan(i) (albo ktoś inny) używa zamiast słowa Polak* – мало на меті виявити слова-відповідники, тобто слова із такою самою референцією, як етнонім *Polak*.

Цей пункт анкети заповнило 927 (77,6%) респондентів, а 268 (22,4%) осіб не подало відповіді. Загалом студенти запропонували 2016 (разом із повторами) мовних одиниць – відповідників слова *Polak*. Замість назви *Polak* анкетовані подають антропоніми, метафори, словозмінні форми слова *Polak* та інших відповідників, які враховуємо до матеріальної бази в цьому підрозділі. У дослідженні – як відповідники слова *Polak* – до загальної кількості одиниць аналізу ураховуємо також речення, що є реакцією студентів на запитання чи додатковими коментарями і поясненнями щодо того, як і чому респондент називає поляка.

Відповідники лексеми *Polak* представляють способи категоризації цього етноніма в мовній свідомості польської молоді, наприклад: географічну, політичну, національну, етнічну, мовну, культурну, суспільну, комунікативно-психічну. На географічну категоризацію вказують відповідники, що позначають місце проживання поляка, а політична категоризація охоплює номінації, що стосуються громадянства, національних символів, політичних партій і патріотизму. Національна категоризація базується на відповідниках, що є дериватами, депреціативною формою назви *Polak* і вказують на польську національність. Етнічна категоризація охоплює слова, що вживаються на позначення походження, членів етнічних спільнот. Культурну категоризацію представляють відповідники лексеми *Polak*, що є експонентами конфесійної належності поляка,

рівня освіти і розвитку, а суспільну – номінації, що позначають детерміновані суспільними правилами і чинниками характеристики поляка, які вимагають послідовності його дій. Про комунікативно-психічну категоризацію свідчать відповідники, що окреслюють поляка з огляду на його комунікативні і психічні властивості, риси характеру і темпераменту.

Схема аналізу студентських номінацій поляка побудована відповідно до способів категоризації і їхнього кількісного й семантичного наповнення. Іноді складно визначити точно, якому способові категоризації відповідає лексема, тому що окремими своїми значеннями може належати до різних семантичних полів. Наприклад, польське сленгове слово *cebulak* одночасно може бути складовою культурної і суспільної категоризацій, оскільки його перше значення стосується людини, яка має обмежений кругозір мислення, є закритою на чужі культури і погляди, а також походить із села [SL; SJP] (KK). Однак у другому значенні згадуване слово вживається для окреслення скупкої, заздрісної людини зі схильністю до злочинства (порівн.: [MSSIMP; DS]) (CK). Приймаючи як більш усталене перше значення цієї лексеми і зараховуючи її до культурної категоризації, розуміємо, що вона має в цій категоризації периферійне місце і межує із суспільною категоризацією.

Накладання категоризацій ілюструють також словосполучення *Polak-cebulak*, *Polaki-Cebulaki*, *Polaczek-cebulaczek*. Враховуючи наявність у словосполученні компонента *cebulak* і похідних від нього лексем, ці приклади можуть відсилати до культурної категоризації. Однак студентський коментар поряд з одиницею *Polaczek-cebulaczek* увиразнює риси «скупість», «шахрайство», що є складовими суспільного і комунікативно-психічного аспектів (порів., наприклад, *osoba chcąca oszczędzić za wszelką cenę, nawet oszukując* (Л)). За аналогією до прийнятої позиції при аналізі студентських дефініцій етноніма *Polak* (див. 2.1.) лексему *rodak* схиляємося вважати складовою національної категоризації з огляду на перше словникове значення цієї лексеми («особа цієї самої національності, як і хтось інший» [SJP]). Згадане слово може свідчити про національну й етнічну категоризацію, а отже, відображати проблему взаємонакладання периферійних зон.

2.2.1. Географічна категоризація. Словосполучення, які виокремлюємо у відповідях усіх груп респондентів, відсилають до географічної категоризації: *mieszkaniec Polski* (45) і *osoba z Polski* (5) (В, Ж, Лб, Кр, Т), *osoba zamieszkała w Polsce* (К), *mieszkaniec kraju nad Wisłą* (Ж), *osoba urodzona w Polsce* (2) (К, Т). Як відповідники назви *Polak* студенти пропонують уживати назви мешканців міст і регіонів: *warszawiak* (5) (2Ж, Лб, Л, Т), *łodzianin* (Л), *Nadwiślanin* (3) (Ж, К, Л), *Mazur* (В), *Ślązak* (Т), *Kujawiak* (Лб). Семантичні критерії географічної категоризації реалізують також відповідники *tutejszy*⁴⁹ (3) (Ж, 2Л), *miejscowy*(Ж).

2.2.2. Політична категоризація. Для номінації поляка студенти пропонують мовні одиниці, яким приписуємо політичну категоризацію: *obywatel Polski* (97), *współobywatel* (4) (2В, Кр, П), *patriota* (37) (*choć mi trochę nie jest to jednoznaczne*) (Лб), (*w zależności od sytuacji*) (Т); *nacjonalista* (3) (В, Ж, Лб); *narodowiec* (12) (В, П, Л, Лб, К). Респонденти подають мовні одиниці, що позначають узагальнені поняття: *ojczyzna* (Л), *kraj* (Л), *nasze państwo* (Л). Студенти Ягеллонського університету подають 2 лексеми, що вживаються на позначення виборців польських партій «Право і справедливість» (пол. «*Prawo i Sprawiedliwość*») і «Громадянська платформа» (пол. «*Platforma Obywatelska*»): *pisowiec* (Кр), *peowiec* (Кр). Студент із Катовіц замість слова *Polak* подає мовну одиницю *społecznik* (К), що вживається на позначення людини із безкорисливою діяльністю в ім'я польської держави. Серед відповідників етноніма *Polak* респонденти подають назви національних символів і символ із відомої польської пісні «Гей, соколи»: *orły* (3) (П, Т), *sokoły* (П). Один раз для номінації поляка запропоновано лексему *król* (К). Один студентський відповідник етноніма *Polak* – *potomek Mieszka, Piastów* (Кр) відсилає до історичних постатей, що може свідчити про нашарування периферійних зон трьох категоризацій: політичної (історичні постаті), культурної й етнічної (походження). 4 рази як варіант слова *Polak* в анкетних відповідях запропоновано назву *biało-czerwony*

⁴⁹ У польській мові слово *tutejszy* вживається для номінації того, хто розташований в тому самому місці, в якому перебуває і з якого висловлюється мовець, оповідач [WSJP].

(3) (Ж, Кр, Т). Декларацію почуття належності до спільноти Європейського Союзу або відображення характерних європейських поглядів убачаємо в таких студентських відповідниках етноніма *Polak*: *Europejczyk* (Лб), *Europejka* (Лб), *zachodni Europejczycy* (П), *Europejczycy* (Л).

2.2.3. Етнічна категоризація. Про автостереотипне почуття належності до етнічної спільноти слов'ян свідчать відповідники лексеми *Polak* – складові етнічної категоризації: *Słowianie* (2) (В, Ж), *Słowianin* (17) (В, Ж, Кр, Л, П, Т, Лб), *Słowianka* (12) (В, П, Лб, Л, К), *Słowianki* (2Ж). Тричі в анкетах натрапляємо на етнонім *Rosjanin* (3), який, на думку студентів, здебільшого помилково вживають іноземці через ототожнення поляків із росіянами: *jest używany przez obcokrajowców, którzy się potyła* (В), *prawie* (П), *na drugiej półkuli, gdzie nas nie rozróżniają* (К). В анкетах натрапляємо на застарілі назви поляка, які, на думку респондентів, функціонують переважно серед іноземців: *Lach*⁵⁰ (18) (2В, Кр, 5Ж, К, 2П, Лб, 2Л) (*ale to nie w Polsce*) (П), (*niektórzy obcokrajowcy tak mówią*) (П); *Lachy* (5) (В, Кр, П, 2Ж) (*jako Polacy, pochodzi od wielkiej Lechii, prawdopodobnie*) (В), (*używają inne narody*) (П); *Lechita*⁵¹ (7) (2П, 2Т, Кр, 2Л); *Laszek* (Л). До етнічної категоризації зараховуємо також такі номінації поляка: *krajan* (28) (6В, 4Кр, 5Ж, 3К, 2П, 3Лб, 5Л), *krajanika* (2) (В, Лб).

2.2.4. Категоризація самоідентифікації. Репрезентантами категорії самоідентифікації є номінації поляка, які вміщують його на осі «свій», відповідно ідентифікуючи його як представника своєї групи, середовища: *swój* (24), *nasz* (33), *swoja* (2) (Ж), *nasi* (7) (П, 2Л, Лб, 3Ж), *nasza* (10) (4Ж, 2Л, 4П), *ty* (3) (Лб, П, Т) (*jeżeli mówca jest Polakiem*) (Т), *swojak* (2) (Лб, Л), *swojski* (Л). Автостереотипне бачення поляка у категорії «свій» підтверджують ужиті респондентами словосполучення – *swój człowiek* (2) (Лб, П), *nasz człowiek* (Лб), (*gdy spotyka się Polaka będąc za granicą*). Один раз натрапляємо на цитату із культового польського фільму «Сексмісія» – «*nasi tu byli*» (П).

⁵⁰ Лексема *Lach* (або її варіант *Lech*) первісно вживалася як назва племені лендзян (лендичів). Від XI століття на території Русі словом *Lach* називали представників усіх польських племен [178, s. 83]. У сучасних словниках польської мови аналізованій лексемі приписується значення «поляк» із ремаркою «застаріле» [WSJP].

⁵¹ У сучасній польській мові ця лексема у значенні «поляк» вважається застарілою [WSJP].

2.2.5. Національна категоризація. Найчастіше – на тлі інших відповідників етноніма *Polak* – натрапляємо на лексему *Polaczek*⁵² (321), яка з'являється в анкетних відповідях усіх груп респондентів. 14 разів у анкетах виявлено однойменну назву *Polak* (14) (2Кр, 4П, 2Л, 2К, 4Ж). Як відповідник лексеми *Polak* студенти подають також депреціативну форму *Polaki* (6) (Кр, Л, Лб, В). Замість слова *Polak* респонденти пропонують уживати його словозмінні форми, наприклад, *Polacy* (6) (В, Л, Ж, П, Т), деривати *Polaczki* (12) (В, К, Лб, П) (*obraźliwie* (2) (П, Лб)), *Polaczka* (2) (Л, К), *Polaczyna* (В). До національного способу категоризації ми зараховуємо й такі мовні одиниці: *rodak* (163), *rodaczka* (10) (П, Кр, Лб, К, Ж, В), *rodacy* (3) (Ж, Лб).

2.2.6. Мовна категоризація. Мовну категоризацію репрезентує речення, у якому поляк – це *osoba biegle posługująca się językiem polskim jako ojczystym* (Ж). З особливостями польської мови студенти пов'язують назви *pszek* (Л), *pszeki* (4) (П, Лб), які, на їхню думку, функціонують не в середовищі поляків, а серед осіб, що проживають поза територією Польщі. Підтвердженням цього є додатковий коментар респондента з Познані до слова *pszeki*: *chodzi o nagromadzenie głosek, sz, cz w języku polskim, ale o sobie Polak nie powie tak prawie nigdy* (П). Як відповідник полякові приписано одиницю *często klnie* (Ж), яка, з огляду на багатозначність значення, експонує особливості мови й рівень культури людини. Респондент із Жешова обґрунтовує: *ale niespecjalnie, tyle, że nasze przekleństwa mają cudowne brzmienie grozy* (Ж).

2.2.7. Культурна категоризація. Частою в межах культурної категорії у відповідях респондентів усіх 8 ЗВО є лексема *cebulak*⁵³ (212). Для номінації по-

⁵² Пропонуючи цей відповідник, студенти подають свої ремарки або коментарі: *pogardliwie* (2) (П, Ж), *używane negatywnie* (2) (П, Лб), *obraźliwie* (2) (П, К), *wartościowane ujemnie* (Лб), *ironicznie* (Т), *prześmiewczo* (Т), *złośliwie* (Л), *kpiąco* (Л), *to słowo jest nacechowane negatywnie* (Л), *ukazuje wady* (Л). Один респондент пояснює: *niektórzy używają słowa wulgarnie o kimś z zagranicy, który wraca do Polski i chwali się, że na wszystko go stać* (Ж). Остання відповідь увиразнює стереотипні уявлення про кращі фінансові можливості людини, яка працює за кордоном. У відповіді студента із Катовіц натрапляємо на інформацію, що слово *Polaczek* – *zastyżany w Internecie* (К). Варто додати, що лексема *Polaczek* із ремаркою *pogardliwie* як синонім слова *Polak* зафіксована в одному із словників синонімів польської мови [103, s. 532].

⁵³ Поряд зі словом *cebulak* серед відповідей студентів з Катовіц, Любліна і Кракова з'являються також ремарки, коментарі – більш розлогі пояснення значення пропонованого відповідника етноніма *Polak*, на основі яких простежуємо конотації цієї лексеми: *autoironicznie* (К), *jest ono użyte jako określenie pejoratywne, być może także żartobliwe* (К), *potocznie* (Лб), *obraźliwe* (Лб), *określenie pogardliwe, używane w stosunku do osoby reprezentującej najgorsze cechy narodowe* (Лб). Уживання лексеми *cebulak* на окреслення скупкої людини, яка хоче отримати найбільше шляхом найнижчих витрат, підтверджує студентський коментар: *osoba, która chce jak najwięcej jak najmniejszym kosztem* (К).

ляка респонденти пропонують лексему *cebula* (59) (9В, 11Ж, 3К, 6П, 14Л, 9ЛБ). Цей відповідник супроводжують ремарки, що відображають стилістичні й експресивні конотації: *żartobliwe określenie* (В), *tego wyrażenia używają osoby, które są negatywnie nastawione* (В). Двічі у відповідях виявляємо дериват у словозмінній формі множини – *cebulaczki* (2К). Студенти називають поляка за допомогою словосполучень-прикладок, таких, як: *Polak-cebulak* (5) (2ЛБ, 3П), *Polaki-Cebulaki* (9) (2В, 4Кр, 2Ж, К), *Polaczek-cebulaczek* (19) (В, Л, Ж, ЛБ, Т). Один зі студентів Лодзького університету подає дефініцію пропонованої номінації поляка – *Polaczek-cebulaczek: osoba chcąca oszczędzić za wszelką cenę, nawet oszukując* (Л).

До культурної категоризації зараховуємо імена *Janusz*⁵⁴ (223) і *Grażyna* (116), які в розмовній польській мові є експонентами недолугості, відсталості і низького рівня освіти. До культурної категоризації схилиємося зараховувати антропоніми, які в польській мові є відантропонічними метафорами: *Karyna*⁵⁵ (25) (*młoda, agresywna, wulgarna osoba*) (К), *Dżesика* (14) (ЛБ, Л, В, П, К, Ж, Т), *Seba* (21) (В, Ж, ЛБ, Л, П, Т), *Brajan*⁵⁶ (11), *Brajanek* (2П), *Sebiks* (3) (2Ж, Л) (*komicznie*) (Л) (*żartobliwie*) (Л).

Серед відповідей натрапляємо на такі, що окреслюють поляків, які, незважаючи на проживання за кордоном, підтримують польські звичаї, культуру: *Polonus*⁵⁷ (6) (К, П, ЛБ, Л), *Polonia*⁵⁸ (2) (ЛБ, Л).

⁵⁴ У половині студентських відповідей на аналізоване у цьому підпункті запитання ці імена з'являються поруч, при цьому респонденти зазначають: *są to określenia, które przedstawiają bardzo prostych, pazernych, niewykształconych ludzi bez ambicji* (П), *prześmiewczo, jako symbole typowych Polaków* (ЛБ). Поруч із іменем *Janusz* – як відповідником слова *Polak* – респонденти подають ремарки, що свідчать про експресивні чи стилістичні конотації: *typowy* (2) (В, ЛБ), *stereotypowo* (Ж), *jako potoczne, żartobliwo-ironiczne określenie osoby reprezentującej stereotypowe cechy Polaka* (П), *starszy mężczyzna, skąpy* (К), *Janusze biznesu* (В), *typowy polski mąż* (Т). Значаючи ім'я *Grażyna*, респонденти подають таку інформацію: *typowa polska żona* (К), *starsza, skąpa kobieta* (К), *potoczne* (ЛБ), *określenie kolokwialne, pejoratywne* (ЛБ). Враховуючи запропоновані студентами коментарі і ремарки щодо стилістично-експресивного забарвлення номінацій *Janusz* і *Grażyna*, простежуємо, що, окрім культурної категоризації, аналізовані одиниці можуть реалізувати критерії суспільної категоризації (бідність, скупість, типова польська дружина). Звідси впливає явище взаємонакладання двох категоризацій – культурної і суспільної.

⁵⁵ Наприклад, імена *Seba*, *Sebiks*, *Karyna* і *Dżesика* є розмовною зневажливою назвою молодого чоловіка і жінки, «які своїм виглядом, поведінкою і діями викликають в людей антипатію. Особи, яких окреслюють аналізованими лексемами, характеризуються вульгарністю, глупістю, претензійністю» [WSJP].

⁵⁶ Іменем *Brajan*, *Brajanek* у метафоричному розмовному й зневажливому значенні називають хлопця, зовнішній вигляд, поведінка і дії якого вважаються проявом відсутності виховання, особливо такого, яке повинні забезпечити батьки [WSJP].

⁵⁷ Слово *Polonus* у польській мові означає «особу, яка підтримує корінні польські звичаї, ментальність і вигляд» [WSJP]. У цитованому словнику польської мови біля цієї лексеми міститься ремарка «книжне».

⁵⁸ У польській мові лексема *Polonia* вживається на позначення усіх поляків, які виїхали за кордон або вже народилися за кордоном, однак плекають польські традиції, цікавляться польською культурою і виявляють зацікавлення польськими справами [WSJP].

Культурну категоризацію формують також одиниці, що є назвами поляка з огляду на релігійні переконання і конфесійну належність: *katolik* (5) (2Ж, Л, П, Т), *chrześcijanin* (Ж). Окреслення поляка в межах культурної категорії засвідчують, що поляк, з одного боку є *inteligentny* (Кр), а з іншого – *idiota* (Л).

2.2.8. Комунікативно-психічна категоризація. Про комунікативно-психічну категоризацію свідчать такі одиниці: *swaniak* (9) (2П, Лб, Л, 2Ж, 2В, Т), *sprytny* (2Кр), *opóźniony* (Л), *romantyk* (3) (2Кр, Лб), *kręt*⁵⁹ (Л).

Отже, анкетний матеріал відображає наявність у мовній свідомості польської молоді відповідників етноніма *Polak* і їхніх способів категоризацій: культурної (771), національної (561), суспільної (186), політичної (170), етнічної (104), самоідентифікації (88), географічної (70), мовної (8), комунікативно-психічної (16) (див. Додаток 2). Виокремлення способів категоризації відповідників лексеми *Polak* засвідчує проблему нашарування двох або більше категоризацій. Простежено, що в межах культурної категорії частими є імена *Janusz* (11,06%) і *Grażyna* (5,75%) (див. Додаток 3), які, на думку польських студентів, є прототипами типових поляків і відображають обмежений світогляд, низький рівень освіти та провінційність. Широку репрезентацію серед одиниць із культурною категоризацією мають колоквиалізми *cebulak* (212), *cebula* (59), які в польськомовному обізі вживаються на позначення неосвіченої людини з села без високої культури і виховання. Як складові аналізованого типу категоризації виокремлюємо також словосполуки *Polaczek-cebulaczek* (19), *Polaczki-cebulaczki* (9). У межах культурної категорії увиразнюються антропоніми, які в польській мові є метафорами – назвами людини, яка характеризується вульгарністю, глупістю, претензійністю: *Seba* (21), *Sebiks* (3), *Karyna* (25), *Dżesika* (14). Культурну категоризацію представляють також імена *Brajan*, *Brajanek*, що вживаються у метафоричному значенні молодого хлопця із поганою поведінкою, яку не заклали йому батьки. У культурній категоризації містяться відповідники, що вживаються для номінації людини, яка, незважаючи на проживання за кордоном, підтримує польські звичаї та культуру: *Polonus* (9), *Polonia* (2). Домінантними в

⁵⁹ У розмовній польській мові слово *kręt* називає людину, яка шляхом брехні і шахрайства має на меті отримати користь для себе [WSJP].

суспільній категоризації є відповідники *brat* (17), *somsiad* (5), *sąsiad* (4), а також назва тварини із роду мавп – *nosacz*, яка функціонує в інтернет-мемах як уособлення стереотипного поляка. Відповідниками лексеми *Polak* у межах суспільної категорії є слова із негативною конотацією *złodziej* (29), *pijak* (14). Із політичної категоризації переважають відповідники лексеми *Polak*, які номінують поляка як громадянина Польщі, патріота, біло-червоного, орла: *obywatel Polski* (97), *patriota* (37), *narodowiec* (12), *biało-czerwony* (3), *orły* (3). Серед одиниць, що актуалізують національну категоризацію, високі позиції займають: депреціативна форма *Polaki* (6) і форма множини *Polacy* (6), дериват назви *Polak* – *Polaczek* (321) і його форма множини *Polaczki* (12). Репрезентантами національної категоризації є також часто згадувані одиниці, що називають людей тієї самої національності, що поляк: *rodak* (163), *rodaczka* (10). Домінантними в категорії самоідентифікації є номінації поляка, які вміщують його на осі «свій»: *swój* (24), *nasz* (33), *nasi* (7), *nasza* (10). В етнічній категоризації переважає назва *krajan* (28), а також – *Słowianin* (17), *Słowianka* (12). У результаті аналізу виявлено застарілі назви поляків *Lach* (18), *Lechita* (7). Останню назву, на думку студентів, уживають особи, що мешкають поза територією Польщі. Крізь призму мовної категоризації частим є відповідник *pszeki*, що характеризує поляка з огляду на нагромадження в польській мові звуків *psz*, *prz*. У межах географічної категорії високі позиції займають відповідники з огляду на місце проживання поляка – *mieszkaniec Polski* (5), *osoba z Polski* (5), *warszawiak* (5). Найвужче – з огляду на кількість слів із тією самою референцією, що *Polak* – відображена комунікативно-психічна категоризація (*swaniak* (9), *romantyk* (2), *prawdziwy* (2)).

2.2.9. Суспільна категоризація. Суспільну категоризацію формують анкетні приклади номінацій поляка як брата (сестри), члена родини, друга: *pobratymiec* (В), *brat* (17) (2Лб, 4Л, 4В, 2Кр, 2К, П, 2Ж), *bracia Polacy* (2) (Лб, П), *wąsowe bracia* (Л), *braterek* (К), *siostra* (6) (2Ж, 2Л, 2П), *rodzina* (2) (Л, Лб), *kolega* (Л), *kumpel* (В), *kompan* (Л), *sąsiad* (4) (Л, Ж, 2Т), *somsiad*⁶⁰ (5) (3Ж, 2Л). Один із рес-

⁶⁰ У розмовній польській мові лексемою *somsiad* зневажливо називають сусіда, який є злим, заздрисним і проявляє надмірне зацікавлення справами інших людей. Помилкова форма написання слова *sąsiad*, де відбувається заміна *ą* на *o* часто є планованою, умисною і присутня в інтернет-мемах (порівн., наприклад, [SL; MSSIMP]).

пондентів додає коментар до останнього відповідника: *to takie żartobliwe określenie z memów* (Ж). На тлі всіх відповідників аналізованого в цьому пункті етноніма виявлено слово *nosacz* (14) (Л, П, Лб, К, В, Т, Кр), що в польській мові називає тварину (мавпу), яку вирізняє характерний довгий ніс. Додамо, що тварина носач часто розміщується в польських мемах і символізує стереотипного поляка чи людину з довгим носом. Зафіксовані в словнику контексти вживання лексеми *nosacz* засвідчують її часту сполучуваність із антропонімом *Janusz* і відображають приклад притаманної полякам поведінки, а також – жадібну, некультурну людину, схильну до вживання алкоголю або людину, яка прагне бути всюди першою [WSJP]. Фінансову ситуацію поляків засвідчують приклади: *biedak* (4) (Ж, П, Лб), *biedaczek* (2Ж), *biedacy ze wschodu* (Ж). Двічі серед відповідей торунських і люблінських студентів натрапляємо на лексему *emigrant* (2) (Лб, Т).

Низка мовних одиниць окреслює поляка з огляду на працю. З одного боку, поляк є працелюбом, працьовитим, а з іншого, є ледарем, неробою чи безробітним або тим, хто мие посуд в Британії: *pracoholik* (В), *pracowity* (Кр), *pracuś* (Ж), *roboł* (Лб), *nierób* (4) (Л, Лб, 2Кр), *leń* (2) (Л, П), *bezrobotny* (В), *ci, co pracują na zmywaku (przeważnie w Wielkiej Brytanii)* (В). Перелічені окреслення демонструють одночасно автостереотип поляка працьовитого і лінивого.

Для номінації поляка студенти подають також низку антропонімів – чоловічі та жіночі імена, які в польській лінгвокультурі не є відантропонімними метафорами, тому їх зараховуємо до суспільної категоризації. Серед антропонімів виокремлюємо такі: *Halina* (7) (В, Л, К, Ж, Т), *Piotr* (4) (Ж, Т), *Adrian* (К), *Mariola* (К). Студенти із Жешова, Любліна і Кракова за слова із такою самою референцією, як і назва *Polak*, уважають польські прізвища *Kowalski* (2) (Ж, Лб), *Kaczyński* (Кр), *Lewandowski* (Кр). Перше прізвище є одним із найпоширеніших у Польщі, а два наступні відсилають до конкретних денотатів – людей, що носять ці прізвища і є загальновідомими особистостями в Польщі і за її межами.

Студентські найменування поляка охоплюють також мовні одиниці, що в польській мові вживаються на позначення людини, чоловіка, жінки: *człowiek* (10) (В, Ж, К, Л, Кр), *chłopak* (Ж), *dziewczyna* (3) (Лб, П), *mężczyzna* (8) (К, Лб,

Л, П), *kobieta* (7) (К, Лб, Л, 2П). Слово *kobieta* у двох студентських відповідях з'являється з аксіологічним компонентом: *ładna kobieta* (Лб), *piękna kobieta* (Л).

Частими є відповідники етноніма *Polak*, на основі яких актуалізуються автостереотипні риси «злодійство», «скупість», «схильність до вживання алкоголю», «нахабність»: *złodziej* (29) (П, Лб, Л, Ж, В, Т, Кр), *alkoholik* (5) (В, П, Лб), *pijak* (14) (ЗЖ, Лб, 4Л, 2П, 4Т), *skąpy* (П), *bandyta* (Л). Зрідка для найменування поляка студенти пропонують усталені словосполучення, наприклад, *matka-Polka* (3) (Ж, К, Лб, Т), яке означає жінку, що присвячує себе вихованню дітей згідно з польськими традиціями [WSJP], і *złota rączka* (Т), що означає людину, яка може все відремонтувати [WSJP].

2.3. Автостереотипні риси «типового», «справжнього» та «ідеального» поляка

2.3.1. Автостереотипні риси «типового» поляка. У цій частині праці аналізуємо відповіді на запитання анкети, яке передбачає зібрати автостереотипні риси «типового» поляка. Студентам поставлено запитання із модифікатором «типовий»⁶¹: *Proszę podać cechy, które, Pani / Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują typowego Polaka*. Пропоноване запитання передбачало виявити типові, реальні риси поляка, тобто представити, яким він є насправді в свідомості пересічного носія мови. На згадане запитання відповіло 1037 (86,7%) респондентів, що свідчить про існування в мовній свідомості польської молоді автостереотипного образу «типового» поляка. Не відповіло однак 158 (13,22%) респондентів. Аналізований матеріал охоплює 2567 (разом із повторами) одиниць – лексеми, словосполучення, речення і фрагменти ширших висловлювань. Серед лексем на позначення рис типового репрезентанта польської спільноти респонденти використовують прикметники, конкретні й абстрактні іменники. У межах цього аспекту аналізу піддаємо риси, які з'явилися в анкетах два і більше разів. Зібрані з анкет риси «типового» поляка відображають такі аспекти⁶² позамовної дійсності:

⁶¹ Про роль модифікатора *типовий / typowy* в анкетних запитаннях див. розділ 1.4.

⁶² Для аналізу детермінованих емпіричним матеріалом сторін бачення об'єкта польські етнолінгвісти послуговуються терміном «аспект». Учені розуміють його як «домен, виокремлений з визначеної точки зору» [224, s. 77]. Термін «аспект» уважають взаємозамінним із терміном «фасет», що означає загальноприйняту «групу класів, що

комунікативно-психічний, суспільний, політичний, культурний, «зовнішній вигляд». У нашому матеріалі одиниці, що відсилають до комунікативно-психічного аспекту, характеризують поляка з огляду на його комунікативні здібності та психічні особливості, які є сталими, індивідуальними і проявляються в поведінці, темпераменті та характері. Суспільний аспект охоплює одиниці, що вказують на риси поляка, детерміновані соціальними чинниками, наприклад, ставлення до грошей, праці, родинні стосунки, гостинність. Межі між комунікативно-психічним і суспільним аспектом не зовсім чіткі, однак намагаємося виділити відмінності, на основі яких їх можливо розрізнити. Одиниці – складові комунікативно-психічного аспекту більшою мірою, на противагу одиницям суспільного, стосуються психічних станів людини, її емоцій, відчуттів, темпераменту. Такі риси здебільшого є сталими, свідчать про характер і вдачу людини, не залежать від суспільних процесів і прийнятих норм. Суспільний аспект натомість утворюється на підставі рис, які є результатом певних, зумовлених різними чинниками, дій людини і їхньої апробації (сприйняття) в суспільстві. В одиницях із політичного аспекту актуалізуються ознаки з огляду на ставлення поляків до своєї держави, її політичної орієнтації, а також знання історії Польщі, пошанування її національних символів. Риси із культурного аспекту – окрім указівки на ставлення до сукуп-

відповідають якійсь спільній характеристиці» [224, s. 77] або «в'язку суджень, що творять експлікацію» [77, s. 215]. Набір фасетів, на противагу укладу аспектів, є сталим. М. Бжозовська вважає, що аспекти взаємопов'язані із суб'єктивним сприйняттям реальності і об'єктивність їхнього виокремлення є неможливою [109, s. 40–41]. Науковиця перелічує аспекти, які виокремлюють при дослідженнях назв цінностей: фізичний, біологічний, побутовий, локальний, психічний, суспільний, психо-суспільний, політичний, ідеологічний, національний, культурний, релігійний, мілітарний, історичний, етичний [109, s. 40–41]. У мовознавчих працях про стереотипи назв національностей немає монолітного переліку й укладу аспектів. Це зумовлено, звісно, ілюстративним фактажем та інтенцією дослідника – до котрого з аспектів він вирішить «закваліфікувати» аналізовану одиницю. Є. Бартмінський, наприклад, простежуючи динаміку змін стереотипних уявлень польських студентів про німця, виділяє такі аспекти, як: побутовий, психічний, етичний, фізичний, культурний, політичний, ідеологічний та суспільний. До побутового аспекту вчений зараховує, наприклад, рису працьовитість і одиниці, що вживаються як оцінка способу праці (чіткість, солідність, пунктуальність, скрупульозність, обов'язковість та ін.). До побутового аспекту вчений зараховує також такі риси німця: багатий, заощадливий, любов до пива. Зазначимо, що ці риси в дисертації ми вважаємо елементами суспільного аспекту, риси якого є детермінованими суспільством і вимагають від людини попередніх послідовних дій у взаємодії з іншими людьми. Складовою психічного аспекту в праці вченого-етнолінгвіста є риси, що стосуються психічних властивостей людини (наприклад, амбітний, упевнений в собі, без почуття гумору), а також інтелектуальних здібностей (наприклад, мудрий, дурний). У нашій праці індивідуальні психічні властивості поляка і українця схилиємося зараховувати до комунікативно-психічного аспекту, а одиниці на позначення рівня освіти і розумових здібностей – до культурного аспекту. Про етичний аспект в дослідженні Є. Бартмінського свідчить, наприклад, риса чесний, однак у дисертації схилиємося зараховувати її до комунікативно-психічного аспекту. До фізичного аспекту – окрім власне фізіологічних характеристик німця – науковець зараховує також рису галасливий, гучний, крикун. Ці риси пропонуємо залічувати до комунікативно-психічного аспекту. У межах ідеологічного аспекту Є. Бартмінський уміщує такі риси німця, як віра у силу свого народу, шовінізм, нацизм, расизм, а в межах політичного – відданість і повагу до влади та держави [90, s. 247–248]. У дисертації ідеологічного аспекту не виокремлюємо, а риси «націоналіст», «народник» (пол. *narodowiec*), «консерватист» зараховуємо до політичного аспекту.

ності матеріальних і духовних цінностей – характеризують поляка крізь призму релігії і мови, а також його рівня освіти та ввічливості. Аспект «зовнішній вигляд» формується на основі одиниць, що стосуються зовнішності людей. Межі між аспектами є нечіткими, плинними. Деякі одиниці – багатозначні, відповідно, аспекти, до яких вони відсилають у своїх різних значеннях, можуть нашаровуватися. Наприклад, виявлена в анкетах одиниця – *cebulactwo* (4) (Лб, Ж, 2К) експонує передусім заздрісну, скупку поведінку «типового» поляка. Уміщуємо цю одиницю на периферії суспільного (скупість) та комунікативно-психічного аспектів (заздрість). Явище нашарування суспільного й політичного аспектів ілюструє також одиниця *roszczeniowy* (6) (В, Лб, 2Ж, К, Т), яка вживається на позначення претензійної людини. У польській лінгвокультурі цей прикметник – з-поміж іншого – характеризує електорат або в юридичній термінології вживається на позначення процесу, що є вимогою чогось від конкретної особи чи інституції [WSJP]. Про накладання суспільного й політичного аспектів свідчить також сполучуваність прикметника *roszczeniowy*: *elektorat, związek roszczeniowy; grupa, organizacja roszczeniowa* [WSJP]. Припускаємо, що ця одиниця може бути складовою комунікативно-психічного, політичного і суспільного аспектів. Взаємонакладання аспектів простежуємо у випадку значень лексеми *chciwy*, яка водночас може виражати сильне прагнення когось щось отримати (комунікативно-психічний) або вживатися на позначення людини, яка хоче мати велику кількість грошей і матеріальних благ (СА) [WSJP]. Зараховуємо цю одиницю до периферії суспільного аспекту. Різне значення реалізує також слово *buntowniczy* (4) (2П, Л, Т), яке стосується людини, яка рішуче і наполегливо чинить опір, а також відображає бажання людини скинути владу. Відповідно, ця одиниця одночасно може відсилати до комунікативно-психічного (індивідуальні особливості характеру людини) і політичного аспектів (демонстрація непокори і опозиції владі, бунт). Значеннєву неоднозначність має також одиниця – *zamknięty w swojej hermetycznej społeczności* (2) (Лб, К), яка, з одного боку, може репрезентувати єдність певної соціальної групи як позитивну складову образу поляка (СА), а з іншого – засвідчувати його небажання щось змінювати чи комунікувати з іншими людьми (КПК).

2.3.1.1. Комунікативно-психічний аспект. Комунікативно-психічний аспект представлений позитивними й негативними рисами «типового» поляка. Аналізу в межах цього аспекту піддаємо одиниці, що з'являються в анкетах два рази і більше. Приклади, що з'явилися в анкетах лише один раз, є коментарями чи ремарками респондентів, а також указують на повторюваність і типовість аналізованої риси. Варто зазначити, що деякі одиниці мають подвійне забарвлення – позитивне і негативне, відтак – важко було визначити, яку інтенцію студентів віддзеркалює аналізована лексема. Наприклад, прикметник *dumny* (40) (8Ж, 6В, 5Кр, 4К, 2П, 4Лб, 6Л, 5Т), з одного боку, вживається на позначення людини із високою самооцінкою, яка впливає на її поведінку і контакти з іншими людьми, а з іншого – характеризує людину, що має почуття гідності та власну цінність [WSJP]. Схиляємося зарахувати лексему *dumny* до позитивних характеристик «типового» поляка. Амбівалентністю (в першому значенні) характеризуються також прикметники-синоніми *sprytny* (37) (8Ж, 4В, 2К, 3Кр, 7П, 6Т, 4Лб, 3Л) і *przebiegły* (13) (Лб, Ж, 3В, 2П, 2Т, 2Л, 2К), які водночас окреслюють людину, що є вмілий в кожній ситуації, однак при цьому обманює інших [WSJP]. Друге значення наведених вище лексем містить лише позитивну конотацію – вмілість у складних ситуаціях із найбільшою користю для себе [WSJP]. Із позитивним і негативним забарвленням уживається прикметник *głośny* (13) (2Лб, 2Ж, 5В, П, Т, Л, Кр), який позначає, по-перше, особу, що говорить чутно і голосно, а по-друге, особу, яку характеризує надмірна галасливість, гамірність [WSJP]. Полісемічною є словосполука *pewny siebie* (7) (Лб, Ж, П, Т, Л, Кр, К), яка може експонувати твердість у власних переконаннях, своїй правді, а також пов'язуватися із само впевненістю, зарозумілістю (порівн., наприклад, контексти слово-вживання *zbyt pewny siebie, nadmierna pewność siebie*). У дисертації розглядаємо можливість розташування *sprytny, głośny, pewny siebie* в ядрено-периферійній структурі комунікативно-психічного аспекту і схиляємося до негативного забарвлення цих лексем з огляду на контексти слововживання та їхнє друге значення.

На тлі запропонованих студентами позитивних рис для «типового» поляка домінує умілість: *zaradny* (47) (7Кр, 4Лб, 6К, 9Ж, 5П, 5Т, 6В, 5Л), *sobie*

poradzą (8) (3В, 4Ж, Л) *zawsze* (Л). Типовість і пересічність цієї риси підтверджує вжитий студентом із Лодзі прислівник *zawsze* і дієслово у формі третьої особи множини – *poradzą*. Серед одиниць, що також експонують позитивні риси у світлі аналізованого аспекту, високі позиції займають такі, як: *dumny* (40) (8Ж, 6В, 5Кр, 4К, 2П, 4Лб, 6Л, 5Т), *potoczny* (31) (5Ж, 6В, 2Л, 4Кр, 4Лб, 6Т, 4П), *szczerzy* (26) (6Ж, 4П, 2Т, 3К, 4В, 4Лб, 2Л), *towarzyski* (22) (3Ж, 5В, 5П, 2Кр, 3К, 2Т, Л, Лб), *uczciwy* (20) (6Ж, 4П, 2Т, 3Кр, 4К, Л), *otwarty* (19) (2Лб, 5Ж, 2П, 3Т, 3Л, 3Кр, К), *odważny* (18) (3В, 3Лб, 2П, 4Лб, 4Ж, Т, К), *zawzięty* (18) (8Ж, 2Л, 2Лб, 3В, 3Т), *ambitny* (15) (2Лб, 5Ж, 2П, 3Т, 2Л, Кр), *pomysłowy* (14) (4Ж, 2П, 2Л, 2Кр, 4К), *często miły* (15) (Лб, 2Ж, 2В, 3П, Т, Л, 3Кр, К), *wesoły* (13) (3Ж, 2В, Л, Лб, П, Кр, Т, 3К), *honorowy* (13) (3Ж, 3Л, 2Лб, П, 2Кр), *waleczny* (12) (3Ж, 2В, 3П, Т, Л, 2К), *zabawny* (11) (2Ж, 3К, 3П, Лб, Л, Т), *tolerancyjny* (10) (Лб, 3Ж, В, П, Л, 2Кр, К), *na poczucie humoru* (9) (3Ж, 3В, П, Л, Кр), *sumienny* (9) (2Лб, 2Ж, К, 3Кр, Т), *wytrwały* (9) (3Ж, Л, 3П, 2Кр), *życzliwy*⁶³ (8) (Лб, 2В, П, Л, Кр, 2К), *przyjacielski* (8) (Лб, 2Ж, Т, 2Л, 2Кр), *prosty* (8) (Лб, 2В, 2Т, Л, Кр, 2К), *uśmiechnięty* (7) (2Лб, 2Л, 3Т), *emocjonalny* (6) (К, 3В, Ж, П), *skromny* (6) (Лб, 2Ж, 2К, Т) (*zazwyczaj* (Ж)), *odpowiedzialny* (6) (В, 3Лб, Ж, К), *chętny do pomocy innym* (5) (В, Ж, Л, П, Кр), *poważny* (5) (2Т, Кр, 2Ж), *serdeczny* (5) (В, П, Л, Кр, К), *ciekawyy* (5) (2Ж, 2К, Лб), *lojalny*⁶⁴ (5) (В, 3Ж, Кр), *przyjazny* (4) (В, Лб, Л, Т), *spontaniczny* (4) (Ж, 2Л, Т). Тричі і двічі у студентських відповідях з різних ЗВО з'являються такі позитивно марковані одиниці: *sympatyczny* (3) (Л, Кр, П), *oddany* (3) (2Л, Ж), *impulsywny* (3) (Кр, П, Л), *dyskutujący*⁶⁵ (3) (В, К, Л), *dobry* (3) (Лб, Ж, К), *dowcipny* (3) (Ж, К, Л), *ostrożny* (2) (К, Л, Кр), *rozmowny* (2) (Ж, П), *stanowczy* (2) (В, Ж), *wyluzowany* (2) (Л, Лб), *cierpliwy* (2) (П, Ж),

⁶³ У польській мові слово *życzliwy* вживається на позначення людини, яка любить певну особу, бажає їй добра з метою, щоб у тієї людини все було добре [WSJP]. З огляду на зафіксовані в словнику контексти сполучуваності із лексемами, які ми вважаємо складовими комунікативно-психічного аспекту (порівн., наприклад, *życzliwy i serdeczny, życzliwy i uczynny, życzliwy i uśmiechnięty*) [WSJP], зараховуємо прикметник *życzliwy* до згаданого аспекту.

⁶⁴ Зазначимо, що це слово вживається у двох значеннях – «вірний і галасливий» [WSJP].

⁶⁵ Цю одиницю вважаємо амбівалентною з огляду на зафіксовану в словниках сполучуваність лексеми *dyskutujący* і найближчі контексти слововживання, які, з одного боку, актуалізують негативне забарвлення цього слова (*dyskutować zażarcie, ostro, namiętnie; dyskutować z matką, ojcem; dyskutować kwestię jakąś*), але, з другого – експонують позитивно-нейтральне забарвлення (*dyskutować żywo, szczegółowo; dyskutować nad temat przyszłości; dyskutować o filozofii, o literaturze, o sztuce*) (див.: [WSJP]).

bezpośredni (2Ж), *hojny* (2Лб), *śmiały* (2) (Л, Ж), *łatwo nawiązujący kontakty* (2Ж), *zdeteterminowany* (2) (Ж, Л).

Серед негативних рис «типового» поляка в межах комунікативно-психічного аспекту домінують нетолерантність та заздрість – *nietolerancyjny* (99) (18Лб, 12Ж, 6П, 7Л, 13Кр, 11Т, 15К, 17В), *zazdrosny* (96) (12Лб, 10Ж, 7П, 11Л, 10Кр, 18Т, 15К, 17В). Високі позиції в рейтингу займають такі пейоративно забарвлені одиниці: *kłótniwy* (62) (8Лб, 9Ж, 6П, 10Л, 5Кр, 9Т, 8К, 11В), *marudny* (56) (9Лб, 6Ж, 3П, 5Л, 8Кр, 6Т, 7К, 4В), *upartny* (51) (4Ж, 8Кр, 4В, 2Лб, 11П, 10Т, 9К, 5Л), *zawistny* (47) (6Лб, 6Ж, 3П, 5Л, 5Кр, 3Т, 7К, 4В), *pesymista* (35) (5Лб, 7Ж, 2В, 4П, 3Т, 4Л, 6Кр, 3К), *niezadowolone z życia* (32) (2Лб, 8В, 3П, 4Л, 4Кр, 6Т, 7К), *kombinator* (31) (5Лб, 6Ж, 3В, 2П, 2Т, 4Л, 6Кр, 3К), *ksenofob* (26) (2Ж, 5Кр, 2В, Лб, 5П, 6Т, 3К, 3Л), *cwaniak* (26) (3Лб, 4Ж, 4В, 5П, 3Т, 4Л, 3Кр), *chytry* (23) (Лб, 6Ж, 3В, 3П, 5Т, Л, 4К), *zamknięty na inność* (21) (В, 4Ж, П, Л, К, Кр, Т, 2Лб), *nieufny* (20) (2Ж, 5Кр, 2В, 6Т, 3К, 3Л), *egoista* (17), *nerwowo* (15) (2Ж, 2Кр, 2В, 3Т, 2К, 4Л), *smutny* (15) (2Лб, 4Ж, В, 3П, Л, 4Кр), *zachłanny* (15) (Лб, 4Ж, 2В, 2П, 2Т, Л, 3Кр), *przebiegły* (13) (Лб, Ж, 3В, 2П, 2Т, 2Л, 2К), *grubowaty* (13) (3Лб, 4В, П, 3Т, Л, К), *awanturniczy* (13) (2Ж, 3В, 3П, Л, 2Кр, 2К), *niechcący zmian* (10) (4Лб, Ж, Л, П, 2Кр, Т), *plotkujący* (8) (2Ж, 3П, 3Кр), *hipokryta* (8) (2В, 4Ж, 2Т), *wybuchowy* (9) (В, 3Ж, П, 3Кр, Т), *porywczy* (8) (Лб, П, 2Т, Л, Кр, 2К), *zakompleksiony* (8) (2В, 3К, Л, 2П), *rasista* (8) (2Лб, Ж, П, Л, Кр, 2К), *nieuczciwy* (8) (4К, Л, П, 2Кр), *złośliwy* (8) (2В, 4Ж, Л, Кр), *ponury* (7) (2Лб, Л, П, 2Кр, Т), *wścibski* (7) (Лб, Ж, В, П, Л, Кр, К), *brak tolerancji* (7) (В, Лб, Ж, К, Кр), *chamski* (7) (3В, 2Ж, 2К), *niemiły* (6) (Лб, В, 2П, Т, Л), *negatywne nastawienie* (6) (В, Лб, К, Л, П), *obojętny* (6) (В, 2Лб, К, 2Кр), *homofob* (6) (В, Лб, Ж, Л, Т, П), *uprzedzony* (6) (2В, Лб, К, П, Т), *arogancki* (5) (В, Ж, К, 2Т), *agresywny* (5) (Лб, 2Ж, Л, Т), *falszywy* (5) (Лб, Ж, Л, 2Т), *naiwny* (5) (В, Л, 3П), *egocentryczny* (4) (2П, Л, Т), *zapatrzony w siebie* (4) (В, 2Ж, П), *brak dystansu* (5) (Ж, К, Л, Кр). Типову схильність поляка до нарікання підтверджує низка одиниць із показниками типовості *ciągle, wiecznie, często: ciągle narzekanie* (10) (2Ж, Кр, Лб, Л, П, Т, В, 2К), *wiecznie niezadowolony* (5) (Л, П, 3Кр), *wiecznie narzekający* (4) (Ж, 3Л) (*stereotyp* (Ж)),

często narzeka (3Л). 2–3 рази з’являються в анкетах такі негативні ознаки «типового» поляка: *zarozumiały* (3) (П, Лб, Т), *megaloman* (3) (2В, П), *krytykujący* (3) (Лб, 2Кр), *przygnębiony* (3) (Ж, П, Т), *zamknięty na świat* (3) (Лб, 2К), *na poczucie własnej wyższości* (3) (В, Лб, Ж), *szukający dziury w całym* (2) (Л, П), *skupiony na sobie* (2) (К, Лб), *krnąbrny* (2) (В, П), *nic im się nie podoba* (2) (В, П), *interesowny* (2Л), *często* (П), *nieszczery* (2) (Л, Ж), *wywyższanie się* (2) (В), *niełatwo tu zaakceptować coś nowego niezgodnego z jego przekonaniem* (2) (Л, Кр), *wszystko to wina innych* (2) (Л, Ж), *bezczelny* (2) (Ж, П), *lubiący się chwalić* (2) (В, Л).

2.3.1.2. Суспільний аспект. Одиниці суспільного аспекту, з одного боку, актуалізують працьовитість «типового» поляка і його схильність перепрацьовувати, а з іншого – те, що він є лінивим, не має бажання до праці. Наприклад, «типовий» поляк – *pracowity* (200) (29Лб, 18Ж, 27В, 33П, 16Т, 30Л, 17Кр, 13К), але й *leniwy* (65) (11Л, 10Лб, 7К, 5Кр, 9В, 13Ж, 5П, 5Т). Виявляємо низку лексем, що експонують ставлення «типового» поляка до грошей і його фінансове становище: *biedny* (4) (Лб, Ж, 2К), *oszczędny* (59) (4Лб, 8Л, 7Кр, 9В, 9П, 7Т, 11Ж, 4К), *skąpy* (82), *skąpiec* (2К), *chciwy* (24) (3Лб, 4Ж, 4В, 3П, 5Т, 2Л, 3Кр), *dusigrosz* (5) (Л, 2Лб, В, Ж). Двічі натрапляємо на вказівку прототипів «типового» поляка: *typowi Janusz i Grażyna* (2) (Т, П), які в межах цього підрозділу можуть належати до двох аспектів (культурного і суспільного). Два респонденти із Торуня і Познані додають, що типові Януш і Гражина – *często chcą oszczędzić na wszystkim*⁶⁶ (2) (Т, П). У матеріалі актуалізуються «родинність» «типового» поляка: *rodzinny* (40) (7Ж, 5Лб, 6В, 5К, 7Кр, 6Т, 2Л, 2П), *ceniący rodzinę* (2) (В, К), *dbający o rodzinę* (2) (Лб, К), *przywiązany do rodziny* (2) (Ж, Кр). Часто студенти наводять одиниці, що експонують алкоголізм і схильність «типового» поляка до вживання алкоголю, наприклад: *pijactwo* (38) (5Ж, 6Лб, 5В, 5К, 5Кр, 6Т, 5Л, 2П), *alkoholik* (22) (5Лб, 3Ж, 2В, 3П, 2Т, 2Л, 3Кр, 2К), *lubiący alkohol* (11) (4В, 3П, Л, 2Кр, К), *dużo pijący* (34) (7Лб, 2Ж, 4В, 3П, 3Т, Л,

⁶⁶ З огляду на наявність студентських трактувань Януша і Гражини поряд із їхньою згадкою як заощадливих людей ці одиниці також можуть бути складовою периферійної зони суспільного аспекту, окрім культурного. У розмовній польській мові імена *Janusz i Grażyna* вживаються із зневагою на позначення чоловіка і жінки середнього віку, які своєю поведінкою і виглядом відображають провінційність, відсталість, низький рівень освіти тощо [WSJP].

7Кр, 4К), *według stereotypu Polacy piją dużo wódki* (Кр), *stereotypowo* (Л) *pijący* (3Л), *nadużycie alkoholu* (12) (5Ж, 3П, Л, 3Кр, 2К), *lubiący wypić* (8) (3Лб, Л, 3Кр, Т), *skłonność do alkoholu* (6) (Ж, К, Л). Двічі фіксуємо одиницю, яка засвідчує схильність «типового» поляка до шкідливих звичок – *skłonność do nałogów* (2) (Л, Лб). Одиниці із негативною оцінкою актуалізують рису «злочинство»: *złodziej* (17) (5Лб, 2Л, 3В, 3П, 4Т), *kradnie* (4) (2П, В, Л). Автостереотипний образ «типового» поляка як того, хто любить розваги і вечірки, творять такі одиниці: *rozrywkowy* (5) (Кр, Ж, 3Л), *zawsze* (Ж) *lubi imprezować* (10) (Лб, 2Ж, В, 2П, Л, 3К), *lubiący zabawę* (8) (4Ж, В, П, Т, Л, Лб), *lubiący poświetać* (2) (К, Л). У студентських відповідях міститься одиниця на позначення поляка як того, хто любить акції і знижки – *lubiący promocje* (8) (3В, Лб, 3Ж, Кр).

2.3.1.3. Політичний аспект. До політичного аспекту належать одиниці, що характеризують вияв патріотизму «типового» поляка. Наведені приклади відображають образ поляка-патріота, консерватора і народника (*patriota, konserwatysta, narodowiec*). Остання лексема в польській мові вживається на позначення прихильника національного, т. зв. народного політичного напрямку. Так, на думку студентів, «типовий» поляк, з одного боку, – *patriota* (81) (9Ж, 13Кр, 9В, 7Лб, 11П, 10Т, 12К, 7Л), *konserwatysta* (25) (4Ж, 4Кр, 2В, 2Лб, П, 3Т, 9К, 2Л), *narodowiec* (4) (В, Л, П, Кр). Але, з іншого боку – *nacjonalista*⁶⁷ (9) (2Лб, П, 4Т, Л, К), *pseudopatriotyczny* (3) (П, К, Л), *zaborczy* (4) (В, 2Кр, Т), *robi z siebie ofiary narodów* (2) (Кр, В). Ставлення «типового» поляка до історії Польщі на підставі поданих респондентами одиниць також актуалізується в позитивному і негативному світлі. Наприклад, «типового» поляка характеризує *duma z polskiej historii* (3) (2В, Ж), *jest przywiązany do historii kraju* (3) (2Ж, Кр), *przekonany o wielkim znaczeniu historii i patriotyzmu* (2Кр, П), однак водночас польські студенти стверджують про «типового» поляка: *nie zna historii kraju* (2Ж), *rozpamiętuje kwestie historyczne* (2) (Ж, Лб). Двічі виявлено згадку про політичні погляди «типового» поляка – *głosuje na PIS* (2) (В, П).

⁶⁷ На основі прикладів зафіксованої в словниках сполучуваності лексеми *nacjonalista* можна припустити, що це слово має негативну конотацію в польській лінгвокультурі (порівн., *nacjoniści i antysemita, nacjoniści i faszysta, nacjoniści i patrioci; komuniści i nacjoniści*) [WSJP].

2.3.1.4. Культурний аспект. На основі позитивно і негативно маркованих одиниць формується також автостереотипний образ «типового» поляка у світлі культурного аспекту. Наприклад, польська молодь стверджує, що «типового» поляка характеризує релігійність – *religijny* (66), *katolik* (46), *wierzący* (13) (4В, 2Лб, 3К, 2П, 2Кр), *pobożny* (8) (Л, Кр, Ж), *chrześcijanin* (6) (В, Лб, Л, П, Кр). Проте знаходимо часті уточнення, що ця релігійність здебільшого є показовою, гіперболізованою: *często do przesady a na pokaz* (П), *zawsze na pokaz (lub za takiego chce uchodzić)* (К), *często bardzo religijny (ale też często na pokaz)* (Кр). Типовість та узагальненість вищенаведених суджень акцентують ужиті прислівники *często*, *zawsze*. Одна відповідь свідчить про те, що старші люди ходять до костелу, незважаючи на свій вік чи здоров'я: *starsze osoby są bardzo wierzące chodzą na siłę do kościoła* (В). У цьому прикладі простежуємо маркери типовості – іменник з прикметником у формі множини та дієслово у формі третьої особи множини (*starsze osoby*, *chodzą*). Полярною – позитивною і негативною – є також характеристика «типового» поляка з огляду на його рівень освіти і розвитку. Так, студенти пишуть, що «типовий» поляк є *inteligentny* (4) (Ж, Л, Кр, П), *wykształcony* (6) (2Ж, 2К, П, Т), *mądry* (6) (2В, Лб, Ж, П, Т), але також часто зазначають: *slabo wykształcony* (3) (Л, Лб, П), *niewykształcony* (4) (В, Лб, Кр, Т), *zaściankowy* (14) (3Лб, 2Ж, 2Кр, П, 3Л, Лб, 2К), *zacořany* (10) (2Лб, 2Ж, 2К, П, 3Кр), *głupi* (3) (Ж, В, Лб), *nie zna języków* (2В), *przemądrzały* (4) (2В, Лб, Ж), *ma wąskie horyzonty* (2) (В, К), *skłonność do nadmiernego przeklinania* (7) (Лб, Ж, В, Т, Л, 2К), *wulgarny* (10) (3Ж, 2К, Л, Кр, Т, 2П) (*zależy gdzie*), *używanie wulgaryzmów* (2) (Л, Лб), *często używają wulgaryzmów* (Ж). Із зіставлення кількісних даних випливає, що неосвіченість переважає над освіченістю. Експлікатором типовості, пересічності риси є прислівник *często* і дієслово у формі третьої особи множини (*używają*) із останньої відповіді. Про традиційність «типового» поляка свідчать такі одиниці: *przywiązany do tradycji* (13) (В, Ж, П, Кр, Т, Лб), *tradycyjny* (5Ж), *tradycjonalista* (16) (3Лб, 6Ж, 3К, 2П, 2Т). Стереотипність мислення «типового» поляка і його віру в забобони засвідчують приклади: *stereotypowy* (14) (2В, 4Ж, 4К, 2Кр, Т, П), *wierzący w zabobony* (5) (Лб, Ж, П, Кр,

Т), *kierujący się stereotypami* (2Л). На позначення особистої культури «типового» поляка в анкетах з'являються лише дві одиниці із позитивною конотацією – *uprzejmy*⁶⁸ (15) (3Ж, 5К, 2П, Л, Т), *kulturalny* (Л) та одна одиниця із негативною – *nieuprzejmy* (2) (Ж, ЛБ).

2.3.1.5. Аспект «зовнішній вигляд». У межах аспекту «зовнішній вигляд» уміщуємо характеристики осіб чоловічої і жіночої статі. Наприклад, на думку респондентів, «типовому» полякові притаманні: *skarpetki połączone z sandałami* (21) (4ЛБ, 3В, 4П, 2Т, 3Л, 5К) (*w przypadku mężczyzn*), *kamizelka* (3) (Л, 2Кр), *charakterystyczne stroje* (2) (Л, В). Стосовно опису зовнішності «типового» поляка і польки в анкетах знаходимо одиниці на позначення світлої шкіри і волосся, слов'янської вроди, повноти тіла: *jasna karnacja* (4) (2ЛБ, Ж, Л), *słowiańska uroda* (2) (ЛБ, Л), *otyły* (2) (Ж, Кр), *z dużym brzuchem* (2) (В, ЛБ), *kobiety dbają o wygląd* (2Ж), *blond włosy u kobiet* (2ЛБ).

Отже, аналіз рис «типового» поляка засвідчує існування у колективній свідомості польських студентів уявлень, які відсилають до таких аспектів: комунікативно-психічного (1409), суспільного (684), культурного (290), політичного (143), «зовнішній вигляд» (41). Комунікативно-психічний аспект містить удвічі більше негативних (986) ознак, ніж позитивних (447). У світлі суспільного аспекту позитивні (378) характеристики «типового» поляка переважають над негативними (282). У межах культурного аспекту позитивні (276) ознаки втричі превалюють над негативними (85). До політичного аспекту в 6 разів частіше відсилають позитивні (123) риси «типового» репрезентанта, ніж негативні (20). З огляду на комунікативно-психічні риси в позитивному ключі «типового» поляка характеризують частіше згадувані вмілість (47), кмітливість (37), готовність допомогти (31), щирість (26), товарицькість (22), чесність (20), відкритість (19), відважність (18), завзятість (18), амбітність (15), приємність (15), ідейність (14), веселість (13), честь (13), хоробрість (12). На тлі негативно забарвлених рис у світлі згаданого аспекту високі позиції займають нетоле-

⁶⁸ Одиниця *uprzejmy* в польській мові вживається на позначення людини, дії якої відповідають загальноприйнятим принципам доброї поведінки й манер (див.: [WSJP]). З огляду на значення цієї лексеми схилиємося зараховувати її до культурного аспекту.

рантність (99), заздрість (96), сварливість (62), примхливість (56), упертість (51), заздрість (пол. *zawiść*) (47), песимізм (35), незадоволеність (32), схильність до підступних дій (31), ксенофобія (26), хитрість (26), замкненість на іншість (21), недовірливість (20), егоїзм (17), нервовість (15), сум (15), захланність (15), підступність (13), авантюризм (13). Крізь призму суспільного аспекту часто згадуваними позитивними рисами є працьовитість (200), заощадливість (59), родинність (40), а серед негативних – лінивість (65), скупість (82), пияцтво (38), алкоголізм (22), схильність до вживання алкоголю (11), злочинство (17). З огляду на політичний аспект велику кількість згадок має патріотизм (81), консерватизм (25), націоналізм (9) «типового» поляка, а до культурного аспекту найчастіше відсилають релігійність (66), назва католик (46), традиційність (14), стереотипність мислення (14), вульгарність (10), відсталість (10) та обмеженість (14), схильність уживати лайливі слова (7). В аспекті «зовнішній вигляд» велику кількість фіксацій має елемент гардеробу «типового» поляка – босоніжки, поєднані зі шкарпетками (21).

2.3.2. Автостереотипні риси «справжнього» поляка. Аналіз автостереотипного образу «справжнього» поляка охоплює відповіді на запитання – *Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują prawdziwego Polaka*. На це запитання відповіло 939 (78,6%) респондентів, однак не відповіло 256 (21,4%) осіб. Невелика кількість респондентів, які подали відповіді⁶⁹ на запитання, свідчить про недостатнє розуміння респондентами суті запитання. Завданням респондентів було визначити власну, суб'єктивну позицію: Яким для мене є «справжній» поляк?, Як я його концептуалізую, розумію й сприймаю? Варто зазначити, що студентська перцепція «справжнього» поляка охоплює позитивні і негативні риси, але містить згадки про те, яким поляк повинен бути. Подані респондентами риси «справжнього», як і «типового» поляка (див. попередній

⁶⁹ Деякі респонденти не подають конкретних рис «справжнього» репрезентанта, а зазначають, що «справжнього» поляка не існує, «справжність» є узагальненою чи «справжнім» є кожен поляк, підтверджуючи неоднозначність модифікатора: *prawdziwy Polak nie istnieje, to zbyt daleko idąca generalizacja* (2) (Л, П); *nie ma czegoś takiego* (2В); *każdy Polak jest prawdziwym Polakiem* (2) (П, В). Тричі респонденти стверджують, що «справжній» поляк є поміж «типовим» та «ідеальним» репрезентантом, увиразнюючи при цьому розуміння лексеми *prawdziwy* пересічними носіями мови: *prawdziwy Polak jest gdzieś między typowym a wzorcowym Polakiem* (3) (2В, Кр). Отже, на підставі розгорнутих коментарів респондентів, робимо висновок, що студентське розуміння модифікатора «справжній» містить двозначність.

підрозділ), відсилають також до комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного аспектів та аспекту «зовнішній вигляд». Аналізу піддаємо 1622 (разом із повторами) одиниці, що з'являються в анкетах двічі й більше.

Серед рис «справжнього» поляка натрапляємо на такі, які можуть реалізувати водночас позитивні та негативні значення, наприклад, *pewny siebie* (5) (2Л, 2Лб, П), *pewny swojego zdania* (2Лб). По-перше, ці одиниці вживаються на окреслення особи, що має тверді переконання про власну вартість, а також рішуче і впевнено поводить ся [WSJP]. По-друге, можна припустити, що вони співвідносні із поняттям самовпевненості, зарозумілості, почуттям надмірної вищості над іншими (порівн., наприклад, *zbyt pewny siebie*). Слово *gadatliwy* (2) (Ж, К) первинно характеризує людину, яка охоче і багато говорить, є красномовною. Вторинно, припускаємо, з огляду на зафіксовані в словниках контексти із словами з пейоративним забарвленням – *gadatliwy i pewny siebie*, *gadatliwy i wścibski*, *bardzo*, *strasznie*, *zbyt gadatliwy*, *gadatliwa baba*, має негативне забарвлення [WSJP].

2.3.2.1. Комунікативно-психічний аспект. Комунікативно-психічний аспект представлений одиницями із позитивною і негативною конотацією. У світлі цього аспекту домінують такі позитивні характеристики, як готовність допомогти, гордість, толерантність, чесність, умілість, відкритість, відважність, приємність, щирість, честь, доброзичливість, відкритість до інших: *potosny* (58) (13Л, 2В, 23Ж, 2Кр, 2К, 8П, 8Т), *dumny* (34) (5Л, 7Ж, 5Лб, В, 6К, 4П, 3Кр, 3Т), *tolerancyjny* (33) (2В, 11Л, Лб, 7Ж, 2К, 2Кр, 8Т) (*wobec inności*), *uczciwy* (34) (8Л, 9Ж, 3Лб, 3Кр, 5П, 2К, 4Т), *zaradny* (33) (4Л, 3Кр, 3В, 4Лб, 12Ж, 2К, 5П), *otwarty* (23) (3Л, 3В, 7К, 3П, 7Ж, Кр), *odważny* (23) (3Л, 2В, 3Лб, 5Ж, 5К, 5П), *miły* (19) (3Л, 3Кр, 2В, 5Лб, 2Ж, 4Ж), *szczery* (13) (Л, 2П, 2В, Лб, 4Ж, 2К, Т), *honorowy* (15) (5Л, 2В, 5Ж, П, Кр, Т), *życzliwy* (15) (3Л, В, 3Лб, 5Ж, П, 2Кр), *otwarty na innych* (11) (4Л, 4В, Ж, Лб). Від 8 до 4 разів польська молодь вказує на такі ознаки «справжнього» поляка: *towarzyski* (8) (3Л, В, Лб, Ж, П, Т), *serdeczny* (10) (2Лб, 3Кр, 2Ж, 2П, В), *waleczny* (8) (2Л, 3П, 2Лб, К), *skromny* (8) (Лб, 3К, 3Ж, Т), *empatyczny* (8) (4Л, 2Ж, 2Т), *skory do pomocy* (7) (3Ж, К, Лб,

2Кр), *walczący o swoje do końca* (6) (В, 2Кр, Ж, К, П), *zabawny* (6) (2Л, 2Ж, Кр, В), *wytrwały* (5) (В, 2Кр, П, Т), *wrażliwy* (5) (2Ж, 3Кр), *wesoły* (5) (Л, Кр, П, К, В), *sumienny* (5) (Л, 2Кр, 2Лб), *pomysłowy* (4) (2Кр, П, Ж), *uczynny* (4) (Кр, Лб, П, Л). 2–3 рази в студентських відповідях з'являються риси: *punktualny* (3) (2К, Ж), *wytrwały w dążeniu do celu* (3) (Лб, 2Т), *przyjacielski* (3) (Лб, К, Кр), *realista* (3) (2Л, Кр), *opiekuńczy* (3) (Л, 2К), *rzetelny* (3) (Ж, Кр, П), *sprawiedliwy* (3) (2В, П), *szanuje innych* (3) (2Л, П), *rozmowny* (3) (Лб, 2Ж), *uśmiechnięty* (3) (Л, Ж, Лб), *poważny* (3) (2Кр, В), *kochający* (3) (2Ж, Лб), *sympatyczny* (2) (Кр, Л), *otwarty na zmiany* (2Лб), *poczucie humoru* (2) (Ж, Кр), *przyjazny* (2) (Кр, В), *radzi sobie w każdych warunkach* (2В), *staje zawsze w obronie swoich walorów* (2) (Ж, Кр), *szczodry* (2) (В, Лб), *bardzo otwarty na nowe znajomości* (3Ж), *żywiłowy* (2) (Л, В), *potrafi wybrnąć z każdej sytuacji* (2Кр), *jest dobrym człowiekiem* (2Л), *odwaga do wyrażenia zdania* (2) (Л, Лб).

Студенти для «справжнього» репрезентанта польської національності подають риси із негативною евалюацією: *narzekający* (70) (7Л, 16Кр, 9В, 5К, 5П, 9Лб, 11Ж, 8Т), *nietolerancyjny* (33) (6Л, 11Кр, 3П, 2К, 2В, 7Ж, Лб, Т), *uparty* (29) (3Л, 4В, 4Лб, 7Ж, 8Кр, 3Т), *zazdrosny* (26) (2Л, 8Кр, 2П, 6К, 4Ж, 4Лб, В, 3Т), *kłótlivy* (26) (2Л, 10Кр, 6В, 2Лб, 3К, 3П), *niezadowolony* (16) (3Л, 3Кр, 3П, 2Лб, 3В, Ж, Лб), *sprytny* (13) (2Л, 3Кр, 3В, 3Лб, К, Т), *pesymista* (13) (2Л, 2Кр, 2П, 3Лб, В, Ж, 2Т), *marudny* (12) (Л, П, 3Кр, 2Лб, 4Ж, К), *zamknięty w sobie* (10) (В, 2Ж, 3Кр, П, 3Т), *nieufny* (7) (Л, Кр, Ж, 2В, 2Лб), *kombinator* (6) (2В, 2Ж, 2Кр), *egoistyczny* (6) (Л, Кр, Лб, 3В), *zawistny* (6) (Л, П, В, Лб, 2Ж), *smutny* (6) (4Л, 2Кр), *zachłanny* (5) (3Кр, В, Ж), *samolubny* (5) (Л, 2Ж, В, Лб), *awanturniczny* (5) (Л, 2Ж, Кр, В), *wybuchowy* (5) (2Ж, 2Кр, Л), *porywczy* (5) (2Кр, Т, Лб, Ж), *mściwy* (4) (Л, 2Ж, Лб), *nieuczciwy* (4) (2Л, Ж, Кр), *zarozumiały* (4) (3Лб, Ж), *radosny* (3) (2Лб, Т), *impulsywny* (3) (2Ж, Кр), *chytry* (2) (Л, Ж), *zakołeksiony* (2) (Ж, Кр), *agresywny* (3) (Ж, 2Т), *skrajny w poglądach* (2) (Л, П), *zdytansowany* (2) (Л, К), *cwaniak* (3) (2Л, К), *wyniosły* (2) (Л, Кр), *negatywne podejście do życia* (2) (В, П), *ostrożny* (2) (Л, Кр), *brak otwartości* (2) (Кр, В), *lubiący się chwalić* (2) (Лб, Ж), *chamski* (2) (Лб, Ж), *nie zawsze zadowolony z życia* (2) (Л, П).

2.3.2.2. Суспільний аспект. У межах суспільного аспекту містяться одиниці, що експонують позитивні і негативні характеристики «справжнього» поляка. До цього аспекту відсилає «працьовитість». Домінує над усіма іншими одиниця *pracowity* (158) (19В, 28Лб, 30Ж, 26Кр, 13Л, 18П, 13Т, 11Кр). Семантично цю рису доповнюють інші риси із позитивною конотацією: *chętny do pracy* (2В), *pracoholik* (3) (Ж, П, Кр), *wyróżnia się pracowitością i sumiennością* (2) (К, В), *złota rączka* (Кр). Лише тричі в анкетах з'являється одиниця із негативним забарвленням – *leniwy* (3Кр). До аналізованого аспекту відсилає також велика кількість одиниць, на основі яких актуалізується риса родинності: *rodzinny* (43) (3В, 5П, 7Лб, 9Ж, 6Л, 10Кр, 3Т), *dbający o / pielęgnujący / szanujący rodzinę* (7) (В, 2Лб, Л, К, П, Ж), *kochający swoją rodzinę* (3Ж). Для «справжнього» поляка студенти подають також одиницю, що експонує стереотип польки-матері: *matka Polka* (4) (2Кр, 2В), імовірно, трактуючи словосполуку в значенні жінки, що одночасно виконує багато функцій – робить покупки і несе дитину на руках: *z zakupami i dzieckiem pod pachą* (В). Зафіксовано також низку одиниць, що відображають схильність «справжнього» поляка до розваг і святкування: *impresowicz* (7) (Л, 2П, 4Ж), *bardzo lubi imprezy* (2) (В, П), *rozrywkowy* (4) (Л, Кр, К, Ж), *lubi się bawić* (4) (2Л, 2Ж). Подаючи останню одиницю, респондент із Лодзі трактує поляка як частину слов'янської спільноти: *jak prawdziwi Słowianie* (Л). На основі анкетних відповідей формується амбівалентний автостереотипний образ «справжнього» поляка з огляду на його фінансове становище і ставлення до грошей, наприклад, з одного боку, він є *przedsiębiorczy* (3) (Л, Ж, Лб), *oszczędny* (19) (2В, 4Кр, 6Лб, К, 6Т), а з іншого, *biedny* (4) (Кр, К, Ж, В), *skąpy* (27) (4Л, 2В, 3Лб, 6Ж, К, 7Кр, 3П, 9Т), *chciwy* (8) (Л, Лб, 3Ж, В, 2Кр). Схильність поляка до вживання алкоголю – як негативна складова образу «справжнього» поляка – представлена такими одиницями: *lubi pić* (15) (2В, 5Кр, 6Лб, Л, Ж, К), *alkoholik* (10) (3Л, 2Кр, Лб, 2Ж, 2К), *skłonny do nadużywania alkoholu* (4Ж), *pijak* (4) (В, Кр, П, К), *dużo pije* (8) (2Л, Лб, 4Кр, П). 7 разів студенти характеризують «справжнього» поляка в негативному світлі як злодія: *złodziej* (7) (2К, Л, Кр, 2Ж, В). Любов «справжнього» поляка до їжі підтверджує словосполука *lubi zjeść* (4) (2Лб, 2Ж).

2.3.2.3. Політичний аспект. До політичного аспекту відсилають одиниці на позначення лише позитивних рис, що віддзеркалюють один із його семантичних компонентів – ставлення поляка до історії Польщі. Студенти зазначають, що «справжній» поляк володіє знаннями з історії, є прив'язаним і дбає про неї, а також його характеризують почуття гордості та сентиментальності до історії. Ці ознаки експонують такі подані респондентами одиниці: *zna historię kraju* (8) (В, 3Лб, Л, 2Ж, П), *przywiązany do historii* (2Кр), *pamięta o historii* (2) (Ж, Кр), *jest mocno związany ze swoją rodziną, miejscowością i krajem* (2Ж), *dba o historię i kulturę kraju* (2) (Ж, К), *sentymentalny, szczególnie do historii narodu* (2) (Лб, П), *świadomy historii narodu* (2Л), *duma z krajowej historii* (2К), *przekonany w wielkim znaczeniu historii i patriotyzmu, choć niekoniecznie jest patriotą lub osobą zapoznaną z historią* (Кр). На підставі студентських відповідей виявлено, що образ «справжнього» поляка-патріота формується на основі таких ознак, як: *patriota* (156) (18В, 17Ж, 27Лб, 32П, 11Кр, 14К, 21П, 16Т), *oddany krajowi* (6) (К, Т, Кр, П, Лб, Л), *jest w stanie bronić swojej kochanej ojczyzny* (6) (2Кр, 2В, Лб, Ж), *poczucie patriotyzmu* (3В), *kochający Polskę* (2Л), *kochający swój kraj i ludzi* (2) (Ж, Л), *dba o dobro kraju* (3) (Л, Кр, Лб), *przywiązany do ojczyzny* (2) (Л, Кр), *przywiązany do tego, co jest polskie* (2К), *miłość do ojczyzny* (2К), *gotów oddać życie za ojczyznę* (2) (Ж, П), *wierny ojczyźnie* (2) (Л, Лб), *przywiązany do kraju* (3) (Л, Ж, Кр), *przywiązanie do swojej tożsamości, ojczyzny* (В). Одиницю *konserwatysta* (14) (3В, Лб, 2Ж, 3К, 4Кр, П) залічуємо до політичного аспекту, як позначення людини із стабільними поглядами, що стосуються головно суспільних і громадських справ. Отже, патріотизм «справжнього» поляка характеризується любов'ю до батьківщини, прив'язаністю до неї, готовністю захищати та дбати про добро країни. «Справжньому» полякові студенти приписують також класичну тріаду польських цінностей – *Bóg, honor, ojczyzna* (4) (В, П, 2Лб), яку ми схилиємося зарахувати до політичного аспекту як вияв польськості.

2.3.2.4. Культурний аспект. Культурний аспект представлений в основному одиницями із позитивною конотацією, лише 3 одиниці мають негативне

забарвлення. В очах польських студентів «справжній» поляк передусім є: *uprzejmy* (21) (5Л, 3К, П, Кр, 7Ж, В, Лб, 2Т), *kulturalny* (9) (3Л, 3Лб, 2В, П), *posiada kulturę osobistą* (2Л). В анкетах виявлено одиниці, на основі яких актуалізується релігійність «справжнього» поляка: *katolik* (20) (3Л, 4Кр, 4П, 7Лб, К, В), (*a nie na pokaz* (Лб)), *bardzo religijny* (34) (3Л, 10Кр, 2В, 3Лб, 9Ж, 4К, П, Т), *wierzący* (10) (Л, 4В, Ж, К, П, 2Кр), *chrześcijanin* (5) (3Лб, Кр, В), *wiara chrześcijańska* (2) (П, К), *pobożny* (2) (Кр, Ж), *znający wzorce chrześcijańskie i szanuje je* (2) (В, К). Виокремлюємо низку одиниць – експонентів традиційності і прив'язаності «справжнього» поляка до звичаїв Польщі: *dba o swoje tradycje* (7) (Л, Ж, Лб, Кр, 3К), *przywiązanie do tradycji*⁷⁰ (12) (Лб, 2В, Ж, 4П, 4Кр), *tradycjonalista* (11) (2К, Т, 6Лб, Ж, Л), *wychowuje dzieci w polskiej tradycji* (Л), *zachowanie tradycji narodowych* (Ж), *kultywujący tradycję polską* (2) (Лб, П). На противагу образу «типового» поляка, «справжнього» поляка молодь характеризує як більш освіченого та інтелігентного: *wykształcony* (5) (3Ж, Кр, К, Лб, Т), *inteligentny* (9) (3Л, Кр, 2Ж, Лб, 2П), *ciekawy świata* (3Л), *mądry* (4) (Л, Кр, В, Лб), *zdolny* (2) (Л, В). Мовна характеристика «справжнього» поляка відсилає також до культурного аспекту: *mówi po polsku* (5) (Л, Кр, В, Ж, Лб). У світлі культурного аспекту виявлено лише три негативно марковані одиниці: *zaściankowy* (9) (2Л, 4Кр, 2К, Ж), *zacořany* (5) (Кр, Ж, Лб, 2Л), *wulgarny* (6) (2Л, Кр, П, 2Т), *przeklina duřo* (2Л).

2.3.2.5. Аспект «зовнішній вигляд». Аспект «зовнішній вигляд» містить найменше рис з-поміж усіх аспектів. Студенти пишуть, що для «справжнього» поляка притаманні такі позитивні характеристики зовнішності: *ładna uroda* (2Л), *blada karnacja* (2) (Л, К), *słowiańska uroda* (2) (Кр, Ж). 6 разів натрапляємо на словосполучку, яка в «зовнішньому вигляді» «справжнього» поляка відображає елемент – шкарпетки до босоніжок: *skarpety z sandałami* (6) (Л, К, В, 3Лб).

Отже, аналіз засвідчує, що польська молодь бачить «справжнього» репрезентанта своєї національності у світлі комунікативно-психічного (825), суспіль-

⁷⁰ Один із респондентів зазначає, що прив'язаними до традиції є переважно представники старшого покоління поляків: *przynajmniej starsze pokolenie* (П).

ного (360), політичного (231), культурного (192) аспектів та аспекту «зовнішній вигляд» (12). Позитивна складова (474) комунікативно-психічного аспекту домінує над негативною (353). У світлі суспільного аспекту образ «справжнього» поляка в 4 рази частіше формується на підставі позитивних (278) характеристик, ніж негативних (82). У культурному аспекті позитивні (165) ознаки «справжнього» поляка представлені більшою мірою, ніж негативні (27). Політичний аспект (231) охоплює лише позитивно марковані одиниці, які польська молодь пропонує для окреслення «справжнього» репрезентанта. В аспекті «зовнішній вигляд» (12) позитивні домінують над негативними. Крізь призму комунікативно-психічного аспекту стереотип «справжнього» поляка містить такі домінуючі позитивні риси, як схильний допомагати (58), чесний (34), вмілий (33), толерантний (33), відважний (23), відкритий (23), почесний (15), приємний (15), щирий (13), кмітливий (13). Серед негативних рис у світлі згаданого аспекту в образі «справжнього» поляка домінують схильність до нарікань (70), нетолерантність (33), заздрість (26), упертість (29), сварливість (26), незадоволеність (16), песимізм (13), примхливість (12). З огляду на суспільний аспект превалюванням серед позитивних рис характеризується працьовитість (158), родинність (43), заощадливість (19), схильність до веселощів (9) «справжнього» репрезентанта. На тлі негативно маркованих рис у світлі суспільного аспекту увиразнюються скупість (27), злодійство (7), схильність до вживання алкоголю (15). У межах політичного аспекту частими є приписувані «справжньому» поляку риси патріотизм (156) і консерватизм (14), а в культурному аспекті велику кількість згадок мають риси релігійність (34), католик (20), увічливість (21), прив'язаність до традицій (12), віра (10), розумність (9), культурність (9). Крізь призму аспекту «зовнішній вигляд» втявлено елемент гардеробу «справжнього» поляка – босоніжки зі шкарпетками (6).

2.3.3. Автостереотипні риси «ідеального» поляка. Для виокремлення рис «ідеального» поляка аналізу піддаємо відповіді на запитання анкети – *Proszę podać cechy wzorcowego Polaka*. Свої реакції запропонувало 1089 (91,1%)

респондентів. Невеликий відсоток респондентів не подало своїх відповідей ((106) (8,87%)). Пропоноване запитання передбачало зібрання позитивних, бажаних, вигаданих рис, а також підтвердження гіпотези дзеркального відбиття (із позитивною евалюацією) в образі «ідеального» представника негативних рис із образу «типового».

На основі зібраних рис, як припускаємо, можна простежити ціннісні орієнтири сучасної польської молоді щодо характеристики національностей з огляду на комунікативні, психічні ознаки, рівень освіти й культури, патріотичну позицію, родинні зв'язки, ставлення до праці й з огляду на зовнішність. Варто зазначити, що перцепція респондентами «ідеального» поляка має лише позитивний вектор. Усі зібрані одиниці на позначення рис «ідеального» репрезентанта поділено відповідно до аспектів, що виокремлені для «типового» і «справжнього» поляка: комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного та «зовнішній вигляд». У цій частині праці аналіз охоплює 2817 одиниць (разом із повторами), що з'являються в анкетах два і більше разів.

2.3.3.1. Комунікативно-психічний аспект. Найповніше – з огляду на кількість рис – представлений комунікативно-психічний аспект. Так, найчастішими (з'являються понад 100 разів) рисами на тлі інших аксіологічних цінностей польської молоді є толерантність, готовність допомогти, чесність, наприклад: *tolerancyjny* (212) (40Л, 12В, 27Ж, 22К, 21Лб, 26П, 36Т, 28Кр), *rotosny* (150) (24Л, 46Ж, 10В, 14К, 11Лб, 15П, 14Т, 16Кр), *uczciwy* (131) (37Л, 9К, 10В, 31Ж, 12Лб, 14П, 9Т, 9Кр). Перцепція «ідеального» поляка визначається також такими рисами, як відважність, доброзичливість, щирість, відкритість, доброта, честь, умілість, амбітність, усмішка, сердечність, хоробрість, жертвність і відкритість для світу. Одиниці, що експлікують ці риси, часто з'являються в анкетах: *odważny* (63) (11Л, 3В, 6Ж, 11К, 12Лб, 3П, 9Т, 7Кр), *życzliwy* (58) (8Л, 3В, 8Ж, 5К, 7Лб, 12П, 7Т, 8Кр), *szczerzy* (56) (11Л, 6В, 11Ж, 5К, 4Лб, 7П, 7Т, 5Кр), *bardziej otwarty* (45) (22Л, 6В, 10Ж, 7Кр), *dobry* (42) (10Л, 5В, 4Ж, 5К, 7Лб, 6П, 5Кр), *honorowy* (40) (16Л, 4В, 6Ж, 4К, 7Лб, 3П), *miły* (57) (13Л, В, 18Ж, 9К, 5Лб, П, 7Т, 3Кр), *zaradny* (37) (9Л, 2В, 6Ж, 8Лб, 6К, 4П, 2Кр), *ambitny*

(32) (В, 12Ж, 2К, 4Лб, 2П, 4Т, 7Кр), *empatyczny* (32) (7Л, 6В, 5Ж, 3К, 4П, 4Т, 3Кр), *uśmiechnięty* (23) (7Л, 4В, 4Ж, 2К, 3Лб, 3П), *serdeczny* (22) (4Л, 2В, 5Ж, К, Лб, 3П, 4Т, 2Кр), *waleczny* (18) (3Л, 2В, 7Ж, 4Лб, 2П), *uczynny* (17) (5Л, В, 5Ж, 2К, 4Лб), *otwarty na świat* (16) (2Ж, 2К, 3В, 3П, 2Т, 3Кр). Від 14 до 6 разів з'являються такі ознаки «ідеального» поляка, як дружність, стриманість, лояльність, гордість, вірність, приязність, правдивість, сумлінність, справедливість, вразливість, оптимістична налаштованість, вправність, тепло, впевненість у собі, креативність, відповідальність, героїзм, симпатія, щедрість, рішучість і завзятість. Для їхньої актуалізації в образі «ідеального» поляка респонденти подають такі одиниці: *przyjacielski* (14) (3Л, 2В, Ж, 3К, Лб, П, Кр, 2Т), *wyrozumiały* (13) (3Л, 5В, 3Ж, Лб, П), *lojalny* (13) (2Л, 2В, 6Ж, 3П), *dumny* (13) (Л, 2К, 4Ж, 4Лб, 2П), *wierny* (12) (3Л, В, 4Ж, К, Лб, П, Кр), *przyjazny* (11) (2Л, 4Ж, 3Лб, П, Т), *prawdomówny* (11) (4Л, 3Ж, К, 3П), *sumienny* (11) (3Л, В, 4Ж, К, Лб, Кр), *sprawiedliwy* (10) (Л, 2Ж, К, 2Лб, 2П, 2Кр), *wrażliwy* (10) (Л, В, 4Ж, К, Лб, П, Т), *bardziej optymistycznie nastawiony* (10) (Л, 2В, 2Ж, 2К, П, 2Кр), *ciepły* (9) (Л, 6Ж, 2К), *pewny siebie* (8) (2В, Ж, Лб, П, 3Кр), *kreatywny* (8) (3Ж, 2К, Лб, 2Кр), *odpowiedzialny* (8) (Л, 2К, 3Лб, 2П), *bohaterski* (7) (2К, Ж, П, Лб, 2Т), *sympatyczny* (7) (3Л, В, 2К, Лб), *szczodry* (6) (Лб, К, П, 3Т), *nienarzekający* (6) (Л, В, 2Ж, 2П), *zdeteminowany* (6) (Л, В, 3Ж, П), *zawzięty* (6) (2Ж, 2Т, 2Кр). Менше, ніж 5 разів у студентських відповідях з'являються такі одиниці: *pozytywnie nastawiony do życia* (5) (К, Ж, 3Т, 2Кр), *pomysłowy* (5) (3Л, 2Т), *radosny* (5) (3Ж, П, Кр), *zadowolony z życia* (5) (2В, К, Лб, Т), *skromny* (5) (Л, 3Ж, К), *pokorny* (5) (3В, 2Ж), *obowiązkowy* (5) (3Л, Ж, Кр), *spokojny* (4) (3Ж, Лб), *punktualny* (4) (2Л, 2Ж), *postępowy* (4) (2Л, В, П), *oddany sprawie* (2) (К, Лб), *bezinteresowny* (4) (3Ж, К), *rozmowny* (4) (2Л, 2Ж), *opanowany* (4) (2Л, 2П), *rozważny* (4) (2Ж, 2П), *cierpliwy* (3Ж), *energiczny* (3) (В, 2П), *umiejący się śmiać z samego siebie* (3) (Л, 2Кр), *stanowczy* (3) (Л, В, П), *cieszący się życiem* (3) (Л, В, П), *z poczuciem humoru* (3) (Л, 2Ж), *mający swoje zdanie* (3) (Л, 2П), *solidny* (3) (2Л, Лб), *pozytywny* (3) (Л, В, Ж), *szlachetny* (4) (Л, П, Лб, Т), *aktywny* (3) (Лб, 2Т), *dobroduszny* (3) (Ж, К, П), *pozytywnie myślący* (3Ж), *potrafią się zjednoczyć w trudnych chwilach* (3) (Ж, К,

Лб), *hojny* (3) (Л, Ж, П), *wytrzymały* (3) (В, 2Т), *zabawny* (3) (В, Ж, К), *potrafi myśleć rozsądnie* (3) (Л, Ж, Лб), *otwarty na nowe doświadczenia* (3) (Л, Ж, Лб), *kochający* (3) (2Т, Лб), *wesoły* (3) (Ж, К, Лб), *gotowy pomóc potrzebującym* (3) (П, Ж, Кр). Меншого вияву у світлі цього аспекту набувають одиниці: *walczy o swoje* (2) (В, Ж), *pogodny* (2) (Ж, Т), *łatwo nawiązujący kontakty* (2) (Л, К), *wyznaje ważne wartości* (2Л), *pełen szacunku do ludzi* (2) (Л, Ж), *silny* (2) (В, Л), *szacunek do innych* (2) (К, Лб), *stara się wyjść poza stereotypy* (2) (Лб, Т), *wspaniałomyślny* (2) (Ж, Т), *szarmancki* (2) (Л, К). Відкритість поляка до інших (громадян, представників національностей, старших осіб) демонструють позитивні риси: *otwarty na innych* (26) (Лб, 2Л, 3П, 20Т), *chętny pomagać innym* (9) (6Л, П, 2Ж, Т, Кр), *szanujący innych ludzi* (7) (Л, 5В, К), *szacunek do osób starszych i po prostu innych obywateli* (2) (К, П), *szanujący drugą osobę* (2) (Ж, К), *szacunek do innych narodowości* (2Л). 4 рази згадується важливість позитивного ставлення поляка до іноземців: *pozytywnie nastawiony wobec swoich obcokrajowców* (4) (В, Ж, Лб, К).

2.3.3.2. Суспільний аспект. Суспільний аспект для «ідеального» поляка – так само, як і для «типового» і «справжнього» – представлений одиницями на позначення його працьовитості, однак лише із позитивною конотацією⁷¹: *pracowity* (277) (64Л, 21В, 47Ж, 27К, 29П, 30Лб, 28Т, 31Кр), *robotny* (3) (2Ж, Л), *chętny do pracy* (2) (Л, П). Виділяємо низку одиниць, на підставі яких актуалізується родинність «ідеального» поляка, його прив'язаність і відданість сім'ї та сімейним традиціям: *rodzinny* (52) (9Л, 6В, 7Ж, 6К, 3Лб, 8П, 5Т, 8Кр), *dbający o rodzinę* (11) (Ж, 3К, 2Лб, 2П, 3Кр), *oddany rodzinie* (5) (В, 2Л, П, К), *kochający rodzinę* (3) (Л, П, Ж), *kultywowania rodzimej tradycji* (2) (В, Лб), *szanowanie rodziny i tradycyjnych wartości* (2) (Л, Кр). Часто респонденти наводять одиниці, що відображають гостинність «ідеального» поляка: *gościnnie* (148) (27Л, 10В, 31Ж, 16К, 13Лб, 20П, 14Т, 17Кр), *chętnie przyjmujący gości* (2) (Ж, К). Зразковість поляка визначається, на думку студентів, його фінансовим становищем і підприємливістю: *przedsiębiorczy* (5) (2Л, 2Ж, П), *dużo zarabiający* (2) (Л, Кр),

⁷¹ Зазначимо, що для попередніх образів «типового» і «справжнього» поляка виявлено рису *zapracowany*, що окреслює людину, яка має мало вільного часу з огляду на надмірну зайнятість роботою. Ця лексема також сполучується із словами, що вказують на стрес або втому (наприклад, *zapracowany i zestresowany*, *zapracowany i zmęczony* [WSJP]).

bogaty (3) (2Ж, В), *oszczędny* (3) (Лб, Т). Двічі респонденти згадують про відсутність шкідливих звичок в «ідеального» поляка: *bez nałogów* (2) (Лб, Т).

2.3.3.3. Політичний аспект. У межах політичного аспекту найчастіше згадуваною рисою «ідеального» поляка є патріотизм, що експонується одиницею *patriota* (271) (54Л, 27В, 37Ж, 38К, 37Лб, 34П, 27Т, 17Кр). Патріотизм «ідеального» поляка проявляється у відданості та любові до батьківщини, гідній репрезентації Польщі за межами держави тощо: *kochający ojczyznę*⁷² (33) (2Л, В, 2Ж, 2К, 8Лб, 11Т, 7Кр), *dumny ze swojego kraju* (12) (4Л, 3Ж, 2К, 2Лб, П), *dba o dobro państwa* (7) (Л, 5Т, П), *oddany ojczyźnie* (6) (2Л, 2К, Лб, П), *dba o ojczyznę* (3) (Л, П, Кр), *walczący o kraj* (3) (Л, В, П), *godnie reprezentuje Polskę poza granicami* (3) (В, 2П), *miłość do ojczyzny* (5) (В, Ж, Лб, 2П), *dbający o dobro narodowe* (2) (Л, П), *gotowość poświęcenia życia dla ojczyzny* (6) (2В, 2Ж, 2П), *troszczący się o ojczyznę* (3) (2Лб, Т), *broni swojej ojczyzny jak oka* (3) (Лб, Ж, П), *dbający o kraj* (5) (В, 2Ж, 2П), *przywiązany do kraju* (3) (К, 2Т), *szanuje swój kraj* (2) (Ж, П).

Зафіксовано велику кількість одиниць, що експонують ставлення «ідеального» поляка до історії Польщі. Передусім, на думку студентів, «ідеальний» поляк повинен добре знати історію, шанувати її і відчувати гордість за неї: *znajomość historii* (16) (5Л, 2В, 2Ж, 2Лб, П, К, 3Т), *szanujący historię* (3) (Л, Ж, Лб), *związany z historią swojego państwa i ją szanujący* (4) (Л, П, Т, Кр), *dumny z historii swojego narodu* (3Л, Ж), *pamiętać o historii* (3) (2Ж, П), *posiadający pełną, a nie tendencyjną wiedzę na temat swojej historii* (2) (В, К), *ma świadomość historii swojego narodu* (3) (В, 2П), *wyciągający wnioski z historii* (2В). «Ідеальний» поляк – патріот, він шанує польські національні символи, знає гімн, наприклад: *musi dbać o wartości patriotyczne* (3) (2П, Кр), *szacunek do symboli narodowych* (4) (3Л, Ж), *znajomość hymnu* (2) (Л, К). Увиразнюється позиція «ідеального» поляка у громадському, суспільному житті: *angażujący się w sprawę narodowe* (9) (Л, 3К, 2П, 3Кр), *powinien uczestniczyć w życiu swojego kraju* (4) (3Л, Лб), *pamięta o wydarzeniach narodowych* (Л), *pamiętać o dziedzictwie przodków* (Лб). Складовою

⁷² Респондент із Познані уточнює, якою має бути любов «ідеального» поляка до батьківщини: *można kochać ojczyznę na najprzeróżniejsze sposoby generalnie przez pracę duchową intelektualną albo fizyczną* (П).

образу «ідеального» поляка є певні політичні вподобання і політична активність: *powinien uczęszczać na wybory* (8) (Л, 2В, Ж, 2Т, 2Кр), *nie głosuje na Prawo i Sprawiedliwość* (3) (2Л, Кр). Серед відповідей на це запитання з'являється – на відміну від відповідей про «типового» і «справжнього» поляка – образ «ідеального» громадянина Польщі, який дотримується законів і не порушує правил: *zwracający uwagę na przepisy panujące w Polsce* (3) (2Кр, К), *niełamający prawa* (3) (В, П, Кр), *respektujący prawa i przekonania* (3) (В, Т, Кр), *wzorcowy obywatel Polski* (2) (Лб, П).

Ставлення «ідеального» поляка до польського походження експонується на основі таких одиниць – складових політичного аспекту: *dumny ze swojego pochodzenia* (27) (2Л, В, Лб, 3К, 3П, 11Т, 6Кр), *dumny z bycia Polakiem* (2) (К, П, 3Кр). Виявляємо одиницю на позначення традиційної тріади польських цінностей *Bóg, honor, ojczyzna* (10) (2К, Ж, Лб, 2П, 4Т), яку за аналогією до попередніх частин праці залічуємо до політичного аспекту як маркер польськості.

2.3.3.4. Культурний аспект. Низка одиниць, що відсилають до культурного аспекту, позначають увічливість, особисту культуру та вихованість «ідеального» поляка: *uprzejmy* (71) (12Л, 6В, 10Ж, 13К, 7Лб, 2П, 11Т, 10Кр), *kulturalny* (39) (14Л, 7В, 7Ж, 4П, 3Т, 4Кр), *posiadający wysoką kulturę osobistą* (6) (Л, В, Ж, 2К, Т), *dbający o kulturę osobistą* (4) (2Л, 2Кр), *dobre wychowanie* (7) (Л, В, 2К, 2Лб, П). У межах культурного аспекту домінують також є складова одиниць, що відображають освіченість, розумність, мудрість: *wykształcony* (53) (16Л, 7В, 12Ж, 5К, 5Лб, 2П, 2Т, 4Кр) (*żeby nie było takich sytuacji, jak owa pamiętna z udziałem Lecha Wałęsy*), *inteligentny* (22) (3Л, 2В, 5Ж, 3Лб, 4П, 3Т, 2Кр), *mądry* (18) (4Л, 2В, 2Ж, 2К, Лб, П, 3Кр, 3Т), *oczytany* (8) (2Л, В, 2Ж, 2Лб, П), *dbający o wykształcenie* (2) (Л, Кр), *chcący się rozwijać* (3) (2Л, Кр). До експонентів освіченості «ідеального» поляка залічуємо також знання іноземних мов: *znający języki obce* (4) (В, 2Ж, Кр). У ієрархії рис, які є своєрідними визначниками «ідеальності» поляка, містяться знання та культивування польської культури, традицій і прив'язаність до них: *dbający o język i kulturę* (3) (Л, Ж, П), *dbający o kulturę kraju* (2) (В, Кр), *znajomość kultury polskiej, zwyczajów, tradycji*

(2) (Л, Лб), *dbający o tradycję*⁷³ (4) (2Л, П, Кр), *szanuje/podtrzymuje tradycje* (4) (Л, В, 2Т), *powinien przywiązywać wagę do tradycji i kultury polskiej* (2) (В, П). У полі зору респондентів для «ідеального» поляка залишається релігійність: *religijny* (29) (3Л, В, 9Ж, 5К, 3Лб, 2Т, 6Кр), *wierzący* (21) (3Л, 3Лб, 7Ж, 3К, 3П, 2Т), *katolik* (20) (4Л, 2Ж, 3К, 4Лб, 5П, 2Т, 3Кр), *pobożny* (4) (Л, 3Ж), *chrześcijanin* (3) (В, К, Ж). На межі периферійних зон аспектів «культурний» і «політичний» уміщуємо одиниці, що стосуються святкування важливих державних свят і подій: *obchodzi ważne państwowe święta* (3) (Лб, 2П), *świętuje ważne wydarzenia* (2) (Ж, П). Ці одиниці, з одного боку, експліцитно виражають стосунок «ідеального» поляка до усталених державою урочистостей, та, з іншого, імпліцитно віддзеркалюють традиційність поляка.

2.3.3.5. Аспект «зовнішній вигляд». Нечастими для «ідеального» поляка, на думку польських студентів, залишаються риси, що відсилають до аспекту «зовнішній вигляд»: *schludny* (3) (2Ж, Т), *czysty* (2) (Ж, Кр), *zadbany* (3) (Ж, Л, П). Звідси бачимо, що респонденти подають менше рис «ідеального» поляка з огляду на його зовнішній вигляд.

Отже, на підставі рис «ідеального» репрезентанта польської національності виокремлено такі аспекти позамовної дійсності: комунікативно-психічний (1461), суспільний (522), політичний (489), культурний (337), «зовнішній вигляд» (8). Усі виокремлені характеристики поляка у межах цих аспектів є позитивними (100%).

Відповідно до проведеного аналізу автостереотипних рис «ідеального» поляка можна зробити висновок про основні аксіологічні цінності сучасної польської молоді, за допомогою яких визначається образ «ідеального» репрезентанта. З огляду на кількісне наповнення одиницями і актуалізацію на їхній основі рис «ідеального» поляка комунікативно-психічний аспект превалює над культурним, політичним, суспільним. Найменшою мірою представлено образ «ідеального» поляка у світлі аспекту «зовнішній вигляд». Домінантними авто-

⁷³ Подаючи цю одиницю на окреслення «ідеального» поляка, респондент із Лодзі додає, що поляк не тільки повинен бути прив'язаним до своєї культури, а також «багатокультурним»: *doceniający tradycję, ale nie w nią zapatrzyony, otwarty na wielokulturowość* (Л).

стереотипними рисами «ідеального» поляка є працьовитість (277), патріотизм (271) (у тому числі любов до батьківщини (33)), толерантність (212), готовність допомогти (150), гостинність (148), чесність (131), увічливість (71), культурність (39), відвага (63), доброзичливість (58), родинність (52), щирість (56), освіченість (53), відкритість (45), доброта (42), честь (40), приємність (57), умілість (37). У світлі культурного аспекту – на тлі інших рис – увиразнюються релігійність (29), віра (21), розумність (22), мудрість (18) «ідеального» поляка. У політичному аспекті превалюють гордість за свою країну (12), заангажованість у суспільне життя (9), піклування про добробут країни (7), участь у виборах (8). На основі вищенаведених рис можна припустити, що в мовній свідомості польської молоді патріотизм «ідеального» поляка має активний вияв, а не пасивний. Виявлено, що на тлі рис «ідеального» поляка у світлі суспільного аспекту багатство (3), великі доходи (2) та відсутність шкідливих звичок (2) не є визначальними рисами для «зразковості». У студентській візії характеристики зовнішності «ідеального» поляка зводяться до чистоти (2), акуратності (3) і доглянутості (3), які в анкетних відповідях набувають незначного вияву.

2.4. Стереотипні риси поляка на основі характерних для нього «предметів»

На потреби аналізу характерних для поляка предметів узято до уваги відповіді на запитання: *Jakie przedmioty są charakterystyczne dla Polaka?* На це запитання відповіло 837 (70,04%) респондентів, а не відповіло 358 (29,9%). Матеріальною базою є 1972 одиниці (разом із повторами). Студенти подають мовні одиниці у формі слів (найчастіше конкретних іменників), словосполучень (іменників з прикметниками). Студенти потрактували суть запитання ширше, тому як одиницю матеріалу аналізуємо фрагменти речень, які інформують про предметні асоціації з поляком, а також назви явищ та абстрактних понять. Фактичний матеріал відображає такі аспекти позамовної дійсності: культурний, кулінарний, політичний, суспільний, «матеріальні цінності», «зовнішній вигляд», побутовий. Одиниці з культурного аспекту стосуються предметів із духовної,

культурної сфери (у широкому значенні), відсилають до літератури та мовних явищ. Політичний аспект представлений одиницями, що належать до сфери державних і національних символів. Складовою цього аспекту вважаємо також історію Польщі. Суспільний аспект формується на основі одиниць на позначення предметів, що є частиною життя людини залежно від суспільних норм і вимог чи в їхній взаємодії із соціумом. До аспекту «зовнішній вигляд» відсилають одиниці, що є номінаціями назв одягу, аксесуарів, прикрас, а також стосуються тіла людини, його фізичної будови і характеристики стилю. У межах аспекту «матеріальні цінності» вміщено одиниці, що позначають предмети матеріальної сфери життя поляків: назви марок автомобілів і грошей, інструментів і знарядь праці, назви електротехніки. Кулінарний аспект охоплює одиниці, що стосуються польської кухні, національних страв, продуктів харчування. Периферійно локалізованими в згаданому аспекті є назви цигарок. Побутовий аспект актуалізується на підставі одиниць, що є назвами елементів інтер'єру, побуту. Межі аспектів є розпливчастими, а не дискретними, а їхні одиниці можуть належати до периферійних зон інших аспектів чи взаємонакладатися деякими зі своїх значень. Наприклад, одиниця *papierosy* слабо за своїм значенням пов'язується із центром виокремлених аспектів. З огляду на позначення цією лексемою т. зв. *używek* – продуктів, які споживаються або в інший спосіб уводяться в організм у вигляді субстанцій, впливають на нервову систему і в результаті цього людина відчуває приємність [WSJP], уміщуємо її на периферії кулінарного аспекту. Одиниці *kieliszek* (4) (К, Лб, Л, П), *kieliszek wódki przy każdej okazji* (Кр) відносимо також до кулінарного аспекту, оскільки трактуємо їх більшою мірою як уміст посуду, а не посуд. Посуд також відсилає до кулінарного аспекту, адже це предмет, виготовлений з метою приготування, зберігання та споживання продуктів харчування. Тричі респонденти подають одиницю *skrzydła husarskie* (3) (2Лб, Т), яка одночасно може відсилати до аспектів «культурний», «політичний», «зовнішній вигляд». По-перше, одиниця *skrzydła husarskie* (3) (2Лб, Т) може відображати семантичні ознаки політичного аспекту, адже візерунок крил був присутній на щитах гусарії – лицарської

кінноти Речі Посполитої. По-друге, ця одиниця є назвою традиційної польської нагороди (КА) для харцерських колективів, яку носили як елемент одягу (АЗВ). Зараховуємо цю одиницю до політичного аспекту, з огляду на її перше значення. Далі детальніше аналізуємо одиниці із кожного виокремленого аспекту і зазначаємо елементи, які можуть мати інший семантичний відтінок і належати до периферійних зон інших аспектів.

2.4.1. Суспільний аспект. До суспільного аспекту схиляємося зарахувати одиниці – назви видів сумок і візок, що ілюструють образ поляка під час покупок, особливо в мережі магазинів «Бедронка»: *torebka / siatka / reklamówka z Biedronki* (167) (5В, 27Лб, 18Л, 21К, 43Т, 11П, 17Кр, 25Ж), *torby z zakupami* (4) (2Л, 2В), *dziwne reklamówki na zakupy* (В), *torebka foliowa* (2) (К, Л), *reklamówka plastikowa* (Лб), *torba z supermarketu* (В), *torba z własnym prowiantem* (П), *wózek na zakupy* (2) (В, П). Любов поляка до футболу підтверджують подані респондентами приклади – *mecz piłki nożnej* (7Ж), *piłka nożna* (2В), *piłka* (2Л). До цього аспекту відсилає закорінене в польській мовній картині світу стереотипне судження стосовно актуального стану польських доріг і погано розвиненої транспортної комунікації: *polskie drogi* (7) (2В, К, Кр, 2Л, Лб), а також одинична вказівка – *dziury w asfalcie* (Кр). До суспільного аспекту залічуємо одиницю на позначення характерної для польських пляжів ширми – *parawan na plaży* (12) (4В, 2П, Лб, 2В, 3Т), що є відображенням притаманного полякам способу відпочинку і пов'язаних з ним атрибутів. Одиничні відповіді засвідчують, що для поляків характерний *wózek z dzieckiem* (Л), *podróże* (Ж), *dni na majówkę* (П).

2.4.2. Політичний аспект. До політичного аспекту відсилають одиниці, що є назвами польських національних символів, таких, як герб, гімн, прапор, і його кольорів: *godło* (43) (4Лб, 9Л, В, 4К, П, 2Кр, 6Т, 16Ж), *flaga biało-czerwona* (37) (4Л, 3В, 3Лб, 5П, 7К, 5Кр, 10Ж), *flaga polska* (20) (2Кр, 7В, 6П, 5Ж), *flaga* (13) (3Лб, 2К, 6Л, 2Кр, 5Ж), *flaga (do strajkowania)* (К), *hymn* (16) (6Л, Лб, 2В, К, 2П, Т, Ж) (*śpiewający z wielką doniosłością* (П)), *herb* (2) (П, Кр), *barwy / kolory biało-czerwone* (8) (6Л, П, Кр, Т), *barwy narodowe* (2Л), *symbole narodowe* (2) (Кр, Ж), *władza* (Ж). Респонденти пропонують також образ орла, візерунок

якого вміщується на гербі Польщі і який у польській лінгвокультурі уособлює безстрашність, силу і потугу народу: *orzeł* (26) (9Л, 3Лб, В, 3К, 4Кр, 3П, 2Т), *orzeł na piersi* (2Л), *biały orzeł ze złotą koroną na czerwonym tle* (3) (Лб, 2В), *orzeł biały* (6) (3Ж, 3П), *orzełek*. Респонденти наводять одиниці, що є назвами символів королівської влади: *korona* (3) (Кр, Л, П), *berło* (П), *buława marszałkowska* (Кр), *jablko królewskie* (Лб). Двічі натрапляємо на назву столиці Польщі – *Warszawa* (2Т), назву комплексу, що є пам'яткою архітектури у Варшаві – *Łazienki Królewskie* (2) (В, К), а також одиницю *syrenka* (2Ж) – назву міфічної істоти – русалки, яка вважається варшавським символом. Респондент із Вроцлава подає назву польських збройних сил часів Другої світової війни – *Armia Krajowa* (В), а респондент із Торуня – аббревіатуру назви польської політичної партії «Право і справедливість» – *PIS* (Т). Тричі респонденти наводять приклад *historia Polski* (3) (В, П, Л).

2.4.3. Культурний аспект. Деякі одиниці, що семантично відсилають до культурного аспекту, є назвами предметів із духовної⁷⁴ сфери, а відповідно – експонентами релігійності поляка. Це такі асоціації з поляком, як: *krzyż* (20) (4Лб, 4В, 5К, 4П, 2Л, Кр), *różaniec* (13) (В, 4Лб, Кр, 2К, П, Ж, 3Т), *kościół* (5) (Лб, К, Т, 2Ж), *figurka Matki Bożej* (П), *korona, symbolizująca pragnienie Bożej hierarchii* (П), *Pismo Święte* (2) (В, П) (*niestety otwierany wyłącznie odświętnie* (П)). Про релігійність поляків свідчить також згадка про Папу Римського – *polski Jan Paweł* (3) (Кр, В, Л). З огляду на польську культуру (у широкому розумінні) і її елементи сучасна молодь з Польщі ідентифікує з поляком таке: *kultura tradycyjna* (Л), *Disco polo* (7) (2Т, 5Ж), *polonezy* (4) (П, В, Лб, Л), *pieśni ludowe* (П), *tańce ludowe* (П), *taniec krakowiak* (2) (П, В), *tradycja* (В), *muzyka ludowa* (3) (Кр, 2П), *lajkonik* (2Кр), *śpiewanki ludowe* (Ж), *taniec polski* (Ж), *polski folklor* (Ж), *taniec Polka* (В), *biało-czerwona rozeta w święta narodowe*⁷⁵ (П). До культурного аспекту відсилають гіпероніми *książka* (5) (Л, 2П, 2Кр, В, Т), *lektury* (К), *lite-*

⁷⁴ Студенти стверджують: *w wyposażeniu domu (zwłaszcza u starszych osób) jest wiele obrazków ze świętymi* (В); *Polacy mają w domu symbole religijne* (2В), *na przykład, ikony świętych, krzyżyki, Biblię, obrazy ze świętymi* (Ж).

⁷⁵ Ця одиниця може бути складовою периферійних зон культурного (елемент культури і традицій), політичного (біло-червоні барви як національний символ) і аспекту «зовнішній вигляд» (елемент одягу під час національних свят).

ratura (В), а також назви літературних творів із указівкою на їхніх авторів – найпопулярніших польських письменників: *egzemplarz dziadów drezdeńskich Adama Mickewicza* (Кр), *literatura Tuwima* (Л), *tomu poezji Baczyńskiego* (К). Засвідчуємо низку одиниць, що стосуються мови поляка: *język* (2) (Л, Т), *trudny język* (ЛБ), *dialekt* (Ж), *wulgaryzm* (Ж), *historia języka polskiego* (ЛБ).

2.4.4. Аспект «зовнішній вигляд». З огляду на кількість репрезентацій в анкетах найповніше представлені назви «предметів», що відсилають до аспекту «зовнішній вигляд» поляка. До аспекту «зовнішній вигляд»⁷⁶ залічуємо одиниці, що окреслюють фізичні особливості тіла поляка⁷⁷. У відповідях переважають приклади, що вказують на світлу шкіру і волосся поляка, наявність у нього вусів, великий пивний живіт та тонкі слов'янські риси обличчя. Студенти подають такі одиниці: *wąsy* (29) (4ЛБ, 3В, 2Л, 11К, 3П, Т, 5Ж), *duży brzuch* (3) (В, 2Ж), *piwny brzuszek* (4) (ЛБ, П, Кр, Ж), *katolicki wyraz twarzy* (В), *broda* (2) (В, П), *włosy blond* (Ж), *jasne oczy* (Ж), *biały kolor skóry* (К), *siwizna* (В), *jasne włosy* (Л), *jasna karnacja* (ЛБ), *delikatne cechy twarzy* (Ж), *delikatne słowiańskie cechy* (Ж). До цього аспекту зараховуємо також одиницю, що відображає психічний стан людини, який емоційно відображається на обличчі: *piękny uśmiech* (Л). Виявляємо відповіді, що містять оцінку поляка-чоловіка: *zmęczony* (Ж), *brudny* (Ж).

Серед характерних для поляка «предметів», на думку студентів, містяться номінації одягу та його частин. Найчастіше польські студенти – як асоціацію з поляками – подають *dres* (41) (2В, 2Л, 2Л, 3К, 3П, Кр, 5Т, 13Ж) та додають, що для поляків характерний *styl dresiarza* (Ж). Серед іншого студенти полякові приписують назви: *biały podkoszulek* (3) (ЛБ, Л, К), *bluza bokсerska* (3Т), *hawajskie bluzy* (Т), *koszulka «żonobijka»*⁷⁸ (4) (Л, Кр, Ж, П), *biała koszulka na ramiączkach*

⁷⁶ Варто зазначити, що в межах цього аспекту, окрім одиниць на позначення зовнішнього вигляду поляка-чоловіка, вміщено також характеристики зовнішності, одягу жінки.

⁷⁷ Окрім одиниць на позначення зовнішності поляка-чоловіка, студенти подають також одиниці, що описують польку: *długie i sztuczne paznokcie* (2Ж), *czarne długie włosy* (П), *długie blond włosy* (5) (Л, 2Ж), *długie włosy* (2) (ЛБ, Л), *piękna uroda* (2В), *proste włosy* (П), *czarne brwi* (Т), *czzerwone usta* (Л). Одиниці, які стосуються польки, теж містять оцінну характеристику: *źle pomalowana* (П), *krzywo zrobione brwi* (П), *Polki zawsze są zadbane* (ЛБ). Один раз натрапляємо на одиницю *botoks* (П).

⁷⁸ У польській мовно-культурній спільноті цим словом називають вид чоловічої футболки чи майки із великим вирізом – декольте та вузькими, довгими рукавами.

(2) (К, Кр), *koszula w kratę* (ЛБ), *koszule bez rękawów* (Ж), *czerwone koszule* (К), *koszula flanelowa* (Ж), *bluzy od dezygnatorów* (Ж), *kolorowe (odważne stroje)* (Ж), *kamizelka* (Л), *ubranie z Polski* (2Т), *krótkie legginsy* (Кр), *spodenki* (2) (ЛБ, Кр), *wzbożacone o folkowe wzory, noszone przez mężczyzn w okresie letnim* (ЛБ), *damskie spodnie z nogawkami do połowy nogi (rybaczki)*, *szorty*, *szalik piłkarski* (Т), *rzeczy przywiezione z Zachodu* (ЛБ), *dżинсы* (К), *spódnica* (Ж), *sukienki* (Ж), *piżama* (Т). Запропоновані респондентами одиниці, що є назвами «предметів» одягу і їхньою характеристикою із негативною евалюацією: *za małe ubrania* (К), *skromne stroje* (ЛБ), *dziwne ubrania* (Ж), *tanie ubranie* (Ж), *słabej jakości ubrania* (2) (В, П). Із поляком асоціюються також «предмети», яким студенти дають свою позитивну оцінку: *modne ubrania* (Ж), *drogie ubrania* (Ж), *dobrze dobrana garderoba* (ЛБ). На межі позитивних і негативних ознак, що залежить від інтенції адресата, вміщуємо одиницю *spodnie z dziurami* (Ж).

Серед одиниць у межах аспекту «зовнішній вигляд» є такі, що відображають характерні для поляка головні убори, наприклад: *czapki z daszkiem* (9) (2ЛБ, Кр, П, К, 3Т, Ж), *czapka* (Ж), *beret* (2) (К, ЛБ). Однак більшість назв головних уборів, окрім аспекту «зовнішній вигляд», відсилає одночасно до «культурного» або «політичного» аспектів. Наприклад, на «культурний» аспект указують такі «предмети»: *czapka krakowska* (Кр), *czapka góralska* (ЛБ). До «політичного» аспекту відсилає одиниця *czapka z orłem* (В). Студенти подають назви прикрас і ювелірних виробів чи дорогоцінного каміння: *łańcuch złoty na szyi* (2) (К, Ж), *kolczyk z diamentem* (Кр), *bursztynu* (Л). Однак більшість одиниць – номінацій прикрас мають подвійну конотацію, бо містять – серед іншого – назви релігійних символів (хрестики, ікони, символи, зображення Божої Матері). Відтак вони можуть належати одночасно до культурного аспекту, який відображає духовну сферу життя людини. Це такі одиниці, як: *łańcuszek z krzyżkiem* (7) (Л, 6Т), *medalik z krzyżkiem* (6) (2К, Кр, 2Ж), *krzyżyk na szyi*, *krzyżyk* (4) (Кр, 2К, Ж), *medalik z Matką Boską* (Т), *naszyjnik albo łańcuszek z krzyżkiem czy medalikiem* (Ж), *łańcuszek ze znakiem krzyżka* (Ж). Ці приклади експліцитно віддзеркалюють автостереотипну рису поляка – релігійність. До групи аксесуарів і

прикрас залічуємо також такі одиниці: *okulary* (3) (2В, П), *zegarek* (4) (П, Лб, К, Л). Полякові передусім, на думку студентів польських ЗВО, притаманні маленькі, схожі до жіночих, сумки через плече, у яких носять документи: *nerka* (3) (2Лб, Кр), *saszetka* (3) (2Ж, П), *noszona przez mężczyznę na dokumenty* (К), *kołczan* (В), *męska torebka, która jest podobna do damskiej* (Т). Окрім малих сумок на документи, стереотипний образ поляка формують: *plecak* (Ж), *duża torba*, *torebka* (К), *torebka w kratkę* (Ж), *droga torebka* (Т). Респонденти приписують полякові брендові речі: *duże logo ekskluzywnych marek* (П), *bluzki z dużym logo marki* (Кр), *popisywanie się markowymi rzeczami* (Лб). Великий асоціативний ряд формують лексеми на позначення видів взуття, характерного для поляка: *sandały* (54) (12К, 3Л, Кр, 16Ж, 9Лб, 13Ж), *kuboty*⁷⁹ (10) (2Л, В, 7Ж), *klapki* (4) (3Кр, П), *kalosze* (Ж), *buty sportowe* (Кр), *adidasy* (Т), *kapcie* (5) (2П, 2Т, К), *kapcie dla gości* (П). Останній приклад можна також зарахувати до «суспільного» аспекту, адже він імпліцитно відображає певний звичай прийому гостей, де господарі дому пропонують їм спеціальні тапки. Натрапляємо серед номінацій взуття на одиниці із оцінним компонентом – *tanie buty* (2Т), *buty utrzymane w dobrym stanie* (Л).

Найчастіше – на тлі інших – респонденти подають словосполучення, що відображають образ поляка, який носить босоніжки або т.зв. шльопанці (пляжне взуття) разом із шкарпетками, що означає поганий смак, відсталість, неєвропейськість: *sandały i skarpety* (233) (32Л, 35Лб, 21В, 26К, 19П, 18Ж, 23Кр, 59Т), *codziennie w skarpetkach i sandałach*, *sandały i białe skarpetki* (8) (2П, 2Л, 4К). Один респондент додає, що образ поляка у шльопанцях і шкарпетках є стереотипним: *stereotypowo – klapki i skarpetki* (Кр). Двічі з'являється одиниця – *klapki i sandały* (2) (П, В). Частими є студентські відповіді, у яких із поляком асоційовано білі шкарпетки чи довгі футбольні шкарпетки: *białe skarpetki* (5Ж), *długie skarpetki piłkarskie* (5) (3Т, Ж, Лб). Оцінний компонент містить одиниця *dziurawe skarpety* (Ж). Дві одиниці, які стосуються «предметів» догляду за тілом

⁷⁹ У польській мові це слово вживається на позначення шльопанців з огляду на назву фірми «Kubota», яка займається їхнім виготовленням.

та одягом, уміщуємо в периферії аналізованого аспекту «зовнішній вигляд»: *szczotka do włosów w torebce* (Ж), *walek do wyrabiania ciuchów* (2) (К, Лб).

Варто наголосити, що межі цього аспекту не є чіткими, адже наявні одиниці можуть належати до периферійних зон інших аспектів, а отже – репрезентувати характерні для поляка «предмети». Наприклад, назви польського традиційного історичного вбрання чи його елементів відсилають одночасно до аспекту «зовнішній вигляд» і «культурного» аспекту. Такі одиниці експонують традиційність поляка і його прив'язаність до польських традицій і культури. Студенти із поляком асоціюють: *strój ludowy* (23) (12Л, 4Лб, П, 6Ж), *stroje ludowe* (3) (2Кр, В), *strój tradycyjny* (3Ж), *ubranie folklorystyczne* (Ж), *strój słowiański* (Л), а також вбрання (і його елементи) польських етнографічних груп – *strój góralski* (2) (Кр, П), *strój krakowski* (2) (Кр, Ж), *ciupaga* (2) (П, Лб) (*kojarzy się z góralami*) (П), *żupan* (К), *kontusz* (Лб). Серед прикрас і аксесуарів традиційного вбрання поляків студенти подають: *wianek* (4) (Кр, 2Л, Ж), *czzerwone korale* (2Л), *chusty ze wzorem folklorystycznym* (2) (П, Л), *wstążki* (Кр), *warkocz* (Ж).

На периферії аспектів «політичний» і «зовнішній вигляд» уміщуємо назви одягу із елементами національних символів, барв і гасел, що експонують патріотизм поляка: *koszulka patriotyczna* (11) (2Л, 2П, 6Т, Ж) (*hit sezonu wśród młodzieży*), *bluza/koszulka z symbolami* (2) (Кр, Т), *odzież patriotyczna* (9) (Кр, 3В, 2Т), *patriotyczne ubranie* (4) (2Л, 2Кр), *patriotyczne ciuchy* (Л), *bluzy Polski Walczącej* (3) (Л, Кр, К), *znak Polski Walczącej* (Л), *koszulka z godłem* (Л), *koszulka nawiązująca do powstań* (Лб).

2.4.5. Кулінарний аспект. Кулінарний аспект представлений одиницями, що вживаються для номінації польських національних страв, продуктів харчування, алкогольних виробів. Найчастіше до «кулінарного» аспекту відсилають характерні для поляка назви алкогольних напоїв – таких, як пиво, горілка, їхні види і порції акоголю: *piwo* (75) (13Л, 6Лб, 8В, 10К, 4П, 4Кр, 8Ж, 10Т), *piwo VIP* (Лб), *piwo w dłoni*⁸⁰ (Лб), *piwo w puszcze* (2) (К, Лб), *kufel piwa* (3)

⁸⁰ Запропонована студентами одиниця *piwo w dłoni*, ймовірно, засвідчує образ поляка, який часто п'є пиво і тримає пляшку з пивом у руці.

(2П, Л), *wódka* (111) (12Лб, 21Л, 11В, 5К, 14Кр, 16Т, 16Ж 16П) (*przykro, ale jednak ten stereotyp się od razu kojarzy*) (П), *butelka wódki* (11) (3Л, 4Лб, 4К), *butelka wódki – stereotypowo* (Лб), *alkohol* (44) (9Л, 6Лб, 2П, 4Кр, К, 11Т, 9Ж, 2В), *butelka alkoholu* (13) (3П, 3Лб, Л, К, 5Ж), *butelka piwa* (4) (3Лб, Л), *czysta wódka* (Л), *alkohol wysokoprocentowy* (Л), *zóbrówka* (В), *bimber* (Лб). Подаючи одиницю *alkohol*, респондент з Лодзі пише: *Polak zawsze ma alkohol w domu* (Л). Лише одна одиниця стосується назви «вино» і містить оцінку *tanie wino* (Ж).

В анкетних відповідях виявлено одиниці, що є гіперонімами до інших назв польських страв і продуктів: *polski obiad* (5) (Лб, Кр, Ж, 2Т), *polskie potrawy* (2К), *polska kuchnia* (3) (2Л, Ж), *domowe jedzenie* (4) (2Л, Кр, Лб), *domowa kuchnia* (В), *narodowe potrawy* (П). Кулінарний аспект формують також назви найпопулярніших польських національних страв: *pierogi* (67) (15Л, 6Лб, 2В, 8К, 5П, 7Кр, 18Ж, 6Т), *bigos* (24) (2Лб, 6Л, 6П, К, 2Кр, 6Ж, Т), *żurek* (6) (2Лб, Л, 3Ж), *rosół* (14) (4Л, 2В, 3Кр, 4Ж, Т) (*tradycyjnie w niedzielę* (Ж)), *barszcz* (3) (2Т, Ж), *paluszki* (Л). Натрапляємо також на назви регіональних страв чи кулінарних виробів (рогалик святого Марціна (Познань)), силезькі картопляні кльоцки, люблінський «цебуляж» (т.зв. цибульник, цибуляник), краківський бублик, які подають студенти – частіше мешканці цих регіонів: *oscypek* (9) (Л, Лб, 2К, П, 2Кр, 2Ж), *kluski śląskie* (2) (Л, К), *rogal świętomarciński* (2П), *cebularz* (Лб), *obwarzanek* (2Кр). Окрім національних і регіональних страв, респонденти пропонують також інші страви польської кухні: *schabowy* (23) (2В, Лб, 7Л, 6П, 3Кр, 3Т, 2Ж), *kiszzone ogórki* (11) (В, 4П, 3Л, 2К, Т), *grill* (7) (3В, К, Л, Т, Ж), *kanapki* (2) (В, П) *w dużych ilościach na wycieczkach z kielbasą, jajkiem* (В), *gołąbki* (Ж), *golonka* (Т), *zupa pomidorowa* (Л), *sałatka jarzynowa* (Ж), *zakąski* (Ж), *kiszona kapusta* (Л), *świeżaki* (2Л), *świeże produkty z Biedronki* (2Т). Із поляком часто асоціюються назви деяких овочів, м'ясних виробів та інших продуктів: *ziemniaki* (9) (5Л, Лб, П, 2Ж), *kartofle* (2Л), *kalafior* (Л), *sól* (3Кр), *smalec* (2Ж), *masło* (Т), *chipsy* (Т), *chleb* (2) (П, Л), *pasztet* (Т), *kabanosy* (В). Деякі студентські відповіді (*kielbasa* (24) (Лб, 3Л, 3Кр, 5К, 5Т, 7Ж), *cebula* (34) (9Лб, 4Л, 2В, 4К, 3П, Кр, 6Ж, 5Т)) у польській лінгвокультурі мають метафоричне

значення. Наприклад, лексема *cebula* має пейоративне забарвлення і вживається на позначення особи, яку характеризує жадібність у дрібних, неважливих для інших людей справах. Особа, яку називають *cebula*, насміхається над нещастям інших [SJP]. Подаючи асоціацію з поляком *kielbasa*, респондент із Любліна вказує на існування пейоративного стереотипного образу поляка: *kielbasa – pejoratywny obraz współczesnego Polaka* (ЛБ). Зрідка респонденти пов'язують із поляком назви десертів: *sernik* (ЛБ), *kremówki* (Т), *lody* (Ж), а з гарячих напоїв їм асоціюється *kawa* (Т). Дві одиниці на позначення цигарок уміщуємо на периферії кулінарного аспекту, адже вони характеризуються нещільністю значенних зв'язків із центральною семантикою аспекту: *papierosy* (23) (2Кр, 6ЛБ, 2Л, В, 3К, 2Т, 7Ж), *tanie papierosy* (2В).

2.4.6. Аспект «матеріальні цінності». Респонденти подають також назви характерних для поляка «предметів», які залічуємо до аспекту «матеріальні цінності». Цей аспект представлений – серед іншого – одиницями, що є назвами, передусім, автомобілів, а також технічних і транспортних засобів⁸¹: *Passat* (42) (5К, 6ЛБ, 4В, П, 3Л, Кр, 7Т, 15Ж), *pasacik* (ЛБ), *golf* (5) (Ж, Т, В), *samochód* (7) (3Л, П, К, 2Ж), *maluch* (3) (Кр, Ж, Л), *samochód FIAT* (2) (Л, Кр), *BMW* (3) (2Ж, ЛБ), *Volkswagen* (В), *Niemieckie BMW* (Л), *audi* (Л), *samochód na gaz* (Кр), *samochód w kombi* (ЛБ). До аспекту «матеріальні цінності» відсилають також назви технічних засобів, приладів та пристроїв, наприклад: *telefon* (17) (2Кр, Л, 4В, 2ЛБ, 2К, 2П, Т, 3Ж), *telewizor* (8) (2В, 2К, Л, ЛБ, 2Ж), *pilot* (7) (Л, ЛБ, 4Т, Ж), *smartfon* (4) (2Л, Кр, К), *słuchawki w uszach* (3) (Кр, В, Л), *gadżety* (Ж), *komórka marki Xiaomi* (Ж), *komputer* (В), *duża plazma* (Л), *laptop* (П), *nowy Iphone* (В), *komórka* (2) (К, В). Респондент із Вроцлава пише, що поляка характеризує *duża ilość sprzętu elektronicznego* (Кр). Для репрезентанта польської національності, на думку молоді, у світлі аспекту «матеріальні цінності» характерні назви польської валюти і гроші: *polski złoty* (3) (2В, Ж), *pieniądze* (4) (Кр, В, 2Т). Респондент із Жешова стверджує: *Polak może być bez pieniędzy* (Ж). Цей аспект

⁸¹ Деякі приклади містять оцінку: *samochód z nielegalnie zmniejszonym przebiegiem* (Ж), *samochód kradziony z Niemiec* (Ж), *drogie samochody* (Ж), *tani samochód (stereotypowo)* (П), *samochód używany* (5Т), *auto sprowadzone z Niemiec* (Кр), *auto ponad stan* (К), *stare auta* (Л), *stare BMW* (ЛБ), *stary samochód* (К), *dobry samochód* (Л), *samochód dla całej rodziny* (К), *samochody średniego standardu* (В).

представлений одиницями, що засвідчують матеріальне становище поляка, з огляду на соціальні стандарти чи вимоги: матеріальна допомога 500+ (5) (2Т, Л, Лб, К), *pusty portfel* (Лб), *zaznaczone promocje w kalendarzu* (Кр), *domy na kredyt* (В). До цього аспекту відсилають периферійно локалізовані одиниці, що є номінаціями видів зброї: *szabla* (13) (3Лб, 3Л, 3К, 2П, В, Т), *szabelka* (Л).

2.4.7. Побутовий аспект. На основі студентських відповідей формується асоціативний ряд одиниць, що стосуються назв меблів і «предметів» інтер'єру, які відносимо до побутового аспекту: *jednorodzinny duży dom* (3) (Кр, Ж, К), *biurko* (В), *kosz na śmieci pod zlewem* (П), *fotel* (П), *półka z fotografiami* (П), *doniczka* (П), *paproć* (Т), *szwabra* (П). Двічі в анкетах з'являється згадка про застарілий елемент польських помешкань т. зв. стінку – *meblościanka* (2) (Т, Ж). Стереотипний образ поляка у світлі побутового аспекту впливає також із запропонованих студентами одиниць – номінацій інструментів і знарядь праці: *młotek* (3) (Л, Кр, В), *narzędzia* (2) (П, Кр), *śrubokręt* (2) (Кр, Ж), *igła* (Кр), *nitka* (Кр), *łopata* (Т), *siekiera* (Т), *klucz nastawny* (К), *nóżek* (Л). До побутового аспекту залічуємо асоційовані з поляком назви свійських і приручених тварин, які, ймовірно, живуть серед поляків, є прирученими, освоєними: *zwierzęta* (Ж), *pies* (Ж), *kot* (Ж), *koń* (Т), *kasztanka* (2В).

Отже, на підставі аналізу запропонованих студентами одиниць на позначення «предметів», характерних для поляка, сформовано такі аспекти: «зовнішній вигляд» (691), кулінарний (575), суспільний (213), політичний (197), «матеріальні цінності» (161), культурний (93), побутовий (29). Найповніше представлений аспект «зовнішній вигляд». Його межі є розпливчастими, а периферійно локалізовані одиниці перебувають також у семантичних зв'язках із іншими аспектами. Периферія аспекту «зовнішній вигляд», як виявлено, накладається на периферію культурного аспекту. До останнього аспекту, наприклад, можна зарахувати також одиниці на позначення польського національного одягу та його елементів (*strój ludowy*, *ubranie folklorystyczne*, *strój krakowski*, *strój słowiński*). Своєю периферійною зоною аспект «зовнішній вигляд» накладається також із дальньою периферією аспекту «політичний», до якого можуть відси-

лати одиниці – назви патріотичного одягу, що містить національні символи, гасла чи лозунги (наприклад, *koszulka patriotyczna*, *koszulka z godłem*, *znak Polski walczącej*). На межі аспектів «зовнішній вигляд» і суспільного розміщуються одиниці, що семантично відображають характерні «предмети» поляка під час покупок (наприклад, *reklamówka z Biedronki*, *torebka z zakupami*). Широко трактуємо кулінарний аспект, до якого – окрім власне харчових продуктів – включено також назви тютюну та тютюнових виробів, а також назви різноманітних ємностей, які використовуються для приготування, подавання їжі, напоїв чи для зберігання харчових продуктів (наприклад, *kielich*, *kieliszek*). Виявлено, що – на тлі інших – в анкетних відповідях домінують такі «предмети», що асоціюються з поляком у світлі аспекту «зовнішній вигляд» і суспільний: *skarpety i sandały* (233), *torebka / reklamówka z Biedronki* (167). Кількісно увиразнюються крізь призму аспекту «зовнішній вигляд» такі асоціації з поляком, як *dres* (41), *wąsy* (29). Високу позицію у рейтингу (див. Додаток 13) займають одиниці на позначення алкогольних напоїв, звідси можна зробити висновок про студентські уявлення щодо схильності поляка до вживання алкоголю: *piwo* (75), *alkohol* (24), *wódka* (21). Образ поляка у світлі кулінарного аспекту формують назви національних польських страв, що переважають над усіма іншими назвами їжі: *pierogi* (67), *bigos* (24), *rosół* (14), а також такі одиниці, як *schabowy* (23) і *kielbasa* (24). У межах політичного аспекту домінують одиниці, що є номінаціями гербу, біло-червоного прапора, орла: *godło* (43), *flaga biało-czerwona* (37), *orzeł* (26), *flaga polska* (20), *hymn* (16), а також – *koszulka patriotyczna* (11). Наведені вище «предмети» можуть експонувати його патріотизм. Про релігійність поляка свідчать домінуючі в культурному аспекті одиниці *krzyż* (20), *różaniec* (13). В аспекті «матеріальні цінності» переважають такі характерні для поляка «предмети», як: *passat* (42) і *szabla*, а в суспільному аспекті – *parawan na plaży* (12), який віддзеркалює спосіб відпочинку поляків на березі Балтійського моря.

На основі найчастіших анкетних студентських відповідей, увиразнених в різних аспектах, бачимо, що для поляка характерні босоніжки і шкарпетки, пакет з магазину «Бедронка», спортивний костюм, шапка з дашком, хутро і

вуса. Частими є згадки про біло-червоний прапор, гімн, герб, орла, патріотичний одяг і національне вбрання. В очах сучасної молоді поляк любить польські національні страви, серед яких бігос, вареники, бульйон, а також відбивну, ковбасу. З поляком пов'язується алкоголь, зокрема пиво, горілка. Характерними для образу поляка є вервичка і хрест. Із поляком студенти асоціюють транспортний засіб Пассат, шаблю, футбольні матчі, польські дороги.

2.5. Автостереотипні риси поляка на основі фразематики

У цій частині дослідження до уваги беремо відповіді на запитання анкети – *Proszę podać znane Pani/Panu przysłowia, porzekadła, stałe połączenia wyrazowe, frazeologizmy o Polakach*. На запропоноване запитання відповіли 834 (69,5%) студенти, а не відповіло 361 (30,2%). Значний відсоток відсутніх відповідей, з одного боку, свідчить про розуміння респондентами сенсу запитання (що мова йде про відтворювані і доволі усталені в мовній спільноті одиниці⁸²), а з іншого боку – про непевність опитуваних, недостатність у них відповідних знань у цій сфері.

Так, шляхом анкетування можна виявити закріплені серед носіїв стереотипних суджень мовні одиниці, які – на потреби праці – трактуємо як одиниці фразематики⁸³. Варто додати, що студенти, окрім одиниць із компонентом-етнонімом *Polak*, прикметником *polski (polska)*, подають також приклади із компонентом-назвою країни *Polska*. Зрідка студенти зазначають одиниці без етноніма *Polak* і похідних від нього слів, які, однак, також відображають стереотипні риси аналізованого в цій праці об'єкта, тому і їх узято до уваги.

⁸² Додамо, що до уваги в цій праці беремо лише студентські відповіді із відтворюваними й усталеними словосполученнями, цитатами, зворотами – тобто одиниці, які можна вважати фразематичними. Тим часом студенти наводили і свої, створювані одиниці, які ми не вважаємо фразематичними. Такі створювані, а не відтворювані з пам'яті студентів одиниці становили третину анкетного матеріалу.

⁸³ Фразематика є прагматично зумовленою і включає в себе мовні одиниці, які мовець відтворює в певній ситуації у визначеній формі і значенні [119, s. 25–26; 120]. Фразематика охоплює сукупність різних видів більшою чи меншою мірою відтворюваних у межах певної мовно-культурної спільноти мовних одиниць. Це, наприклад, власне фразеологізми (ідіоматика), усталені звороти більшого чи меншого ступеня семантичної спаяності, відомі фрази, цитати, заголовки, вислови (т.зв. крилаті вирази), культурно значущі назви, прислів'я та приказки та ін. У матеріалі з'являються також модифіковані усталені вислови – наприклад, коли в структурі відомого вислову (до прикладу, традиційної паремії) замінено котрийсь із компонентів, щоб «наблизити» мовну одиницю до конкретних реалій сучасності. Тому на потреби запропонованого дослідження одиницю аналізу називаємо фразематичною одиницею (далі ФМО).

Матеріал дослідження охоплює 969 одиниць (включно з повторюваними в різних анкетах фіксаціями тієї самої одиниці).

Експоновані на основі студентської фразематики стереотипні риси поляка відсилають до таких аспектів позамовної дійсності: комунікативно-психічного, політичного, культурного, суспільного. Межі аспектів не завжди є чіткими, адже експоновані риси можуть одночасно належати до різних семантичних груп у їхніх периферійних зонах. Наприклад, важко буває в деяких випадках відрізнити ознаки, що могли б належати до комунікативно-психічного аспекту і суспільного аспекту, чи є одиниці, що експонують риси трьох аспектів. Наприклад, ФМО *Polaczek-cebulaczek* одночасно представляє риси поляка як відсталого, скупого і заздрісного, де «відсталість» / «недолугість» як рівень розвитку відсилає до культурного аспекту, скупість як ставлення до грошей – до суспільного, а заздрість – до комунікативно-психічного. Схиляємося зараховувати цю ФМО до культурного аспекту з огляду на актуалізацію риси «відсталість» і «низький рівень освіти». ФМО *Co Polak to hetman, co Polak to rycerz* також може репрезентувати риси із трьох аспектів: суспільного – віддзеркалює певний суспільний чи військово-дворянський стан поляків; комунікативно-психічного – відображає відважність, хоробрість поляків; політичного – експонує винятковість польського народу і гордість за належність до нього. У пропонуваній праці цю одиницю залічуємо до суспільного аспекту з огляду на самоідентифікацію кожного поляка як репрезентанта привілейованих станів. У ФМО *Polak, Węgier dwa bratanki i do szabli, i do szklanki* експонуються риси братерства, хоробрості і любові до алкоголю. Риса хоробрість, на нашу думку, може відсилати до комунікативно-психічного (прояв характеру людини) і до суспільного аспекту (людські стосунки, братерство, любов до алкоголю). Схиляємося зарахувати цю ФМО до комунікативно-психічного аспекту з огляду хоробрість як імпліцитну рису.

2.5.1. Комунікативно-психічний аспект. Найчастіше у світлі комунікативно-психічного аспекту з'являється ФМО *Mądry Polak po szkodzie* (308) (20В, 75Ж, 40К, 34Л, 32П, 38Лб, 57Т, 12Кр) або його структурна модифікація із етно-

німом *Polak* на першому місці: *Polak mądry po szkodzie* (67) (В11, 15Ж, 7К, 14Л, П7, Лб14). Респондент із Жешова пояснює: *Polacy dostrzegają swój błąd, wtedy jest już za późno*. Закріплена в мовній свідомості студентів ФМО, що підтверджується частотою появи в анкетах, експліцитно виявляє автостереотипну рису поляка, який не передбачає негативних наслідків своїх дій чи подій загалом, а мудрість до нього приходить лише згодом: *Polak sobie kupi, że i przed szkodą i po szkodzie głupi* (2) (Ж, П); *Polak przed szkodą i po szkodzie głupi* (6) (2В, Ж, Лб, 2К).

Позитивний автостереотип поляка, що володіє винятковим умінням, універсальною здібністю вирішити будь-яку справу, експонує ФМО *Polak potrafi*⁸⁴ (82) (14Т, 6В, 21Ж, 9Лб, 6Т, 14П, 15К, 11Л). Подаючи закріплений у польській мові вислів, респондент із Лодзі додає: *Polak potrafi z niczego zrobić coś* (Л). Натомість респондент із Катовіц аналізовану ФМО пояснює за допомогою іншого поширеного в польській мові вислову: *Polak potrafi wyjść jak Zabłocki* (К) – понести великі втрати, незважаючи на планований попередньо успіх. Наведена в анкетах одиниця *Gdzie diabeł nie może, tam Polaka pośle* (9) (П, В, Л, 2Ж, 2Лб, 2Кр) є модифікацією ФМО *Gdzie diabeł nie może, tam babę pośle*. Цей варіант ілюструє спритність та безстрашність поляка / польки, які можуть упоратися з будь-якими труднощами. У польській мові це прислів'я характеризує жінку, яка є швидшою і розумнішою від чоловіка та може вирішити будь-яку справу [WSJP]. Про автостереотипну прямолінійність і відкритість поляка, які вважаємо рисами, що належать до комунікативно-психічного аспекту, свідчить запропонована 11 разів респондентами ФМО *U Polaka co w sercu, to i na języku* (11) (В, 8Ж, 2К)

ФМО *Polak jak małpa, co ujrzy, to chce mieć* (3) (В, 2Ж), яку студенти подають в анкетах тричі, відображає схильність поляка до наслідування, повторення певних дій за іншою особою. Зафіксоване у словнику значення цього прислів'я вказує, що поляки безкритично копіюють і наслідують чужі зразки [170]. 4 рази в анкетах з'являється цитата з пісні А. Грабовського *Polacy, nic się nie stało* (4) (2Лб, 2Т). У польськомовному обізі ця фраза вживається як своє-

⁸⁴ Друге значення цієї одиниці в польській мові має іронічне забарвлення: поляки не мають моральних бар'єрів перед злими вчинками, а свою креативність можуть використовувати не тільки в добрих справах [170, s. 152].

рідне заспокоєння наприкінці футбольних, культурних і політичних подій, що завершуються поразкою (порівн., наприклад: [320]). На її основі у світлі комунікативно-психічного аспекту формується стереотип спокійного, виваженого поляка, що вміє опанувати себе в складній ситуації.

Студентські відповіді засвідчують автостереотип поляка, схильного до суперечок, що має відмінні, нестабільні погляди, наприклад: *Gdzie dwóch Polaków, tam trzy zdania* (24) (2Кр, 2Т, 2П, 2Л, 3К, 9Ж, 4В); *Gdzie dwóch Polaków, tam 3 partie polityczne* (В). Респондент із Вроцлава пише: *Polacy są niezdecydowani i niestali w poglądach* (В). Про стереотипну хитрість і корисливість поляка, який на фоні конфлікту інших може отримати для себе перевагу й користь, свідчать такі ФМО: *Gdzie dwóch się bije, tam Polak korzysta* (П); *Gdzie dwóch się bije, tam trzeci korzysta* (Л).

У ФМО *Polak, Węgier dwa bratanki, i do szabli i do szklanki* (191) (18В, 33Ж, 36К, 16Л, 28П, 15Т, 17Кр, 28ЛБ) і її варіантах зі зміною етнонімів *Polak Ukrainiec dwa bratanki* (2) (В, К); *Polak Słowak dwa bratanki, i do picia i do szklanki* (Ж) відображаються братні стосунки поляків із угорцями, українцями і словаками, адже поляки вміщують репрезентантів цих національностей в категорії «свій» (брат), не відсилаючи до опозиції «чужий». Увиразнюються також автостереотипні риси поляка і гетеростереотипні риси угорця, українця і словака: хоробрість, відважність, готовність до боротьби (КПК) і любов до алкоголю, братерство (СА).

В анкетах з'являються ФМО *Polak Polakowi wilkiem* (13) (Ж, 4К, 3Л, 4ЛБ, Кр), *Polak Polakowi Polakiem* (2) (Ж, Т), що є модифікацією популярної латинської сентенції Плавта *Człowiek człowiekowi wilkiem*, яка вживається на позначення егоїстичної і недоброчливої людини в її ставленні до інших. Значення одиниці *Polak Polakowi wilkiem* дає можливість стверджувати про існування автостереотипних рис «лицемірство», «ворожнеча» і «неприятнь» серед поляків. Студенти подають варіанти цього вислову із різним смисловим наповненням. Наприклад, одиниці *Polak za Polakiem wilkiem za granicą* (Ж); *Polak Polakowi bratem* (Т) вербалізують єдність поляків (зокрема, за кордоном), *Polak*

Polakowi równy (Ж) – рівність усіх поляків, а *Polak Polakowi nie dorówna* (Л) і *Polak Polakowi nierówny* (Ж) – відмінність усіх поляків. В анкетах знаходимо гасло Леха Валенси *Dogadać się jak Polak z Polakiem* (4) (ЗТ, ЛБ), яке вживається в контексті щирих і достовірних домовленостей. Можемо припустити, що на основі цього вислову експонується риса братерства і відвертості між своїми.

ФМО з комунікативного-психічного аспекту *Musi to na Rusi, a w Polsce jak kto chce* у розмовній польській мові вживається в тому випадку, коли треба наголосити, що «людина має вільну волю і нічого не повинна робити під примусом» [WSJP]. Студент із Торуня подає ФМО *Jak Polak Bogu, tak Bóg Polakowi* (Т), що є модифікацією старопольського вислову *Jak Kuba Bogu, tak Bóg Kubie* і сучасного *Jak ty komu, tak on tobie* у значенні: якщо поляк учинить комусь зло, то це зло йому повернеться. Відповідно, вислів містить повчальну мораль.

2.5.2. Суспільний аспект .До суспільного аспекту відсилають ФМО, у яких вербалізовано автостереотип поляка-лицаря і поляка-шляхтича. Ці образи поляка одночасно поєднуються із автостереотипним уявленням про привілейованість і винятковість польського народу та держави на тлі інших: *Co Polak to szlachcic, co Polak to rycerz* (3) (2Ж, Т); *Co Włoch to doktor, co Niemiec to kupiec, Co Francuz, to dworak, Co Polak to hetman (rycerz)* (В); *Szlachcić na zagrodzie równy wojewodzie* (П). Остання ФМО увиразнює рівні права всіх представників шляхетського стану – бідних і заможних, а отже – рівні права всіх поляків.

В анкетах натрапляємо на ФМО, що вербалізують гостинність поляків. 18 разів фіксуємо одиницю *polska gościnność* (18) (4В, 3К, Ж, 5Л, 5П, 3ЛБ), яку студенти дефініюють як: *duża gościnność, hojność* (В), *ogromna, szczerą, prawdziwą* (Л). Звідси бачимо, що польська гостинність є великою, щедрою, справжньою. Наприклад, студент із Жешова подає вислів, що засвідчує заохочення гостей до споживання страв: *Czym chata bogata* (Ж). Деякі зафіксовані в словнику контексти вживання цієї одиниці актуалізують щедрість, нескупість, щирість (порівн., наприклад, [WSJP]). Ще одна ФМО вказує на потребу гостинного прийняття гостей, адже разом із гостем у дім завітає Бог: *Gość w dom, Bóg w*

dom (Ж). Ця ФМО актуалізує риси, які поєднують у собі ознаки суспільного (гостинність) і культурного (релігійність) аспектів. Із стереотипною рисою «гостинність» поляків корелює приписувана їм схильність до надмірного пафосу в організації святкувань і прийомів гостей, незважаючи на фінансове становище. Цю рису відображає значення поширеного в студентських анкетах вислову *Zastaw się, a postaw się* (7) (4Ж, 2П, Лб). Ця одиниця засвідчує проблему нашарування аспектів, адже може одночасно належати до комунікативно-психічного (схильність до надмірного пафосу) та суспільного аспектів. Стереотипну любов поляка до їжі віддзеркалює ФМО – *Polak jak głodny to zły* (16) (8Ж, 2В, 2Л, Лб, П, 2Т). У польській лінгвокультурі таке прислів'я вживається у жартівливій формі для окреслення роздратованого, голодного поляка, який вимагає їжу [170, s. 152].

Натрапляємо на ФМО *Matka Polka* (10) (2В, Кр, П, Л, 5К), яка в польській лінгвокультурі стала символом жінки-матері, що виховує своїх дітей відповідно до польських традицій. Респондент із Кракова пише: *kobieta, która troszczy się o dobro swoich dzieci i wychowuje je w duchu polskich tradycji* (Кр). А респондент із Катовіц подає ще одне трактування цієї словосполуки, характеризуючи польку-матір зразковістю: *kobieta, wzorcowa matka i żona* (К). Натрапляємо на студентський коментар, що представляє польку-матір як немудру дівчину з дитиною, яка висуває претензії: *głupia dziewczyna z dzieckiem, z postawą roszczeniową* (В), що дає змогу вважати, що польський автостереотип польки-матері також відсилає до суспільного, культурного й комунікативно-психічного аспектів.

Стереотип Польщі як однієї великої родини для всіх поляків (суспільний аспект) підтверджує подана респондентами 11 разів назва пісні у виконанні Buyer Full *Wszyscy Polacy to jedna rodzina* (11) (2В, Ж, К, 2П, Л, 2Кр, Лб, Т).

2.5.3. Політичний аспект. Наступні ФМО семантично репрезентують політичний аспект. У відповідях студентів із різних міст з'являється націоналістичне гасло авторства Р. Дмовського – *Polska dla Polaków* (10) (В, Ж, 2П, 2Лб, 4Т), яке вербалізує стереотипну візію Польщі як країни, призначеної для тих громадян, які декларують свою належність до польського народу. Студенти з

Любліна, Лодзі і Жешова подають патетичні назви пісень, наприклад, В. Поля *Piękna Nasza Polska cała* (ЛБ), групи Культ *Polska, mieszkam w Polsce* (Л) та Я. Петшака *Żeby Polska była Polską* (Ж), у яких актуалізується стереотип Польщі як улюбленої країни поляків. Так, респондент із Лодзі наводить цитату з твору «Весілля» С. Виспянського, де вербалізується прагнення поляків до спокою і миру на своїй землі: *Niech na całym świecie wojna, byle polska wieś zaciszna, byle polska wieś spokojna* (Л). Тричі в анкетах з'являється цитата з твору С. Виспянського «Весілля» *To jest Polska, właśnie* (3) (К, Т, Л), яка функціонує на позначення актуального стану подій у Польщі – позитивних чи негативних.

Стереотип Польщі як країни із товарами найвищої якості відображають позитивно марковані мовні одиниці, характерні для реклами: *Dobre, bo polskie* (7) (ЗЖ, К, ЗП) (*w reklamach*); *Dobrze, bo z Polski* (2Л). Вищенаведені ФМО репрезентують бінарну опозицію «свій – чужий» за допомогою слів-маркерів *польська, з Польщі*. Аналізовані одиниці вміщують у периферійній зоні політичного аспекту. Актуалізація позитивного образу Польщі в рекламі поєднується із елементами економіки, продажів. Позитивне студентське уявлення Польщі як країни із високим рівнем розвитку репрезентує фраза *Polska drugą Japonią* (2) (Ж, Кр), яка асоціюється зі словами колишнього очільника руху опору «Солідарність» і першого демократично обраного Президента Польщі Л. Валенси⁸⁵. Ще один поданий респондентами вислів репрезентує стереотип Польщі як країни, де громадяни мають вільні погляди і права: *Musi, to na Rusi, a w Polsce, jak kto chce* (В). Це прислів'я уживається в ситуаціях, коли потрібно підкреслити небажання поляків підкорятися чийсь волі та виконувати накази [170, s. 153].

Натрапляємо в анкетах на гасло поляків *Bóg, honor, ojczyzna* (3) (Л, П, Кр), що символізує класичну стереотипну тріаду цінностей поляка – віру в Бога, людську гідність і честь, вірність батьківщині. Про честь як найвищу цінність поляка свідчить поданий респондентами вислів видатного політичного і військового діяча Ю. Понятовського *Bóg mi powierzył honor Polaków, Bogu go tylko*

⁸⁵ Під час з'їзду комітетів страйкарів у 1980 році він сказав: *zbudujemy w naszym kraju drugą Japonię* (порівн., наприклад, [245]).

oddam – Józef Poniatowski (В). Тричі респонденти наводять цитату із «Катехизису польської дитини» польського поета В. Белзи: *Kto ty jesteś? Polak mały* (3) (В, Лб, Кр), яка відсилає до категорії самоідентифікації і свідчить про стереотипну рису патріотичної свідомості поляка. Серед ФМО, що відсилають до політичного аспекту, вміщуємо одиницю *polska дума narodowa* (2) (Кр, Л). Цей приклад відображає характерну рису польського народу – гордість за свою країну і водночас є способом прояву патріотизму поляків. До політичного аспекту належать також ФМО *Jak ryba bez wody*⁸⁶, *tak Polak bez urzędu żyć nie może* (Ж), яка виражає прив'язаність поляків до державних інституцій і потребу зайняття посад, влади.

2.5.4. Культурний аспект. Релігійність поляка і належність до католицької конфесії (культурний аспект) вербалізуються у словосполучі *Polak-katolik* (16) (2В, 3Ж, К, 2Лб, П, 3Т, 4Кр), яка в польській лінгвокультурі вважається історичним стереотипом поляка [131]. Із цим стереотипом тісно поєднується образ Польщі як своєрідного бастиону, муру християнства та спасителя світу і Європи, що, зокрема, експонується в поданих респондентами висловах: *Polska przedmurzem chrześcijaństwa* (Кр); *Polska Mesjaszem Europy* (Кр). 73 рази виявляємо відому цитату М. Рея *Polacy nie gęsi, a swój język mają* (73)⁸⁷ (9В, 20Ж, 17К, 4Л, 6П, 10Т, 10КР, 7ЛБ), що експліцитно актуалізує польську мову (КА) як високо позиціоновану цінність, що є ідентифікатором польськості та народотворчим чинником (політичний аспект). Студенти наводять приклади поширених в інтернеті словосполук із мемів: *Polak-cebulak* (23) (10В, 4Л, Кр, Ж, 8Т); *Polaki-cebulaki* (8) (2Ж, 2П, 4Лб); *Polaczki-cebulaczki* (3К). Ці одиниці формують образ «типового» поляка, якого характеризують риси з культурного аспекту – обмежений світогляд, низький рівень освіти, комунікативно-психічного – заздрість, а також із суспільного – скупість. Згідно зі стереотипними уявленнями, *Polak-cebulak* любить купувати всі речі за знижками у

⁸⁶ Цей приклад вважаємо модифікацією і алюзією до польського прислів'я *Jak ryba bez wody* [233, s. 104].

⁸⁷ Зазначимо, що серед 73-ти згадок цієї цитати третина прикладів мають форму *Polacy nie gęsi, swój język mają*, яка дослівно означає: «поляки не гуси, мають свою мову». Як ілюстративний матеріал подаємо прототипну цитату, яка має автентичну форму і вживається у значенні: «поляки не гусячу, а свою мають мову».

великій кількості. Респондент із Вроцлава пояснює: *Polaczek-cebulaczek wszędzie widzi zyski, robi coś po linii najmniejszego oporu* (В).

Отже, в результаті аналізу сучасної фразематики про поляка, що присутня в мовно-культурній свідомості сучасних польських студентів, виявлено такі аспекти: комунікативно-психічний (741), культурний (126), суспільний (74), політичний (30) (див. Додаток 14). Простежено, що комунікативно-психічний і суспільний аспекти близькі й іноді своїми периферійними зонами взаємонакладаються. Ці аспекти найширше представлені на основі проаналізованих одиниць. Меншою мірою студенти характеризують поляка у світлі політичного і культурного аспектів. Ознаки комунікативно-психічного аспекту (див. Додаток 15) стосуються психічних властивостей поляка та характеру, темпераменту та поведінки. У межах комунікативно-психічного аспекту високого вияву набувають такі риси поляка: здатність учитися на своїх помилках (383), хоробрість, умілість (82), прагнення мати свою власну думку і її відстоювати (25), неприязнь серед поляків (зокрема, за кордоном) (16), відкритість (11), безстрашність (9). Однак менше в цьому аспекті відображені єдність поляків (6), уміння бачити вихід із ситуації (4), схильність до наслідування (3). Семантика суспільного аспекту охоплює психологічні ознаки поляка у взаємодії із соціумом (наприклад, прийом гостей, родинні стосунки) чи обумовлені залежністю від соціальних чинників (наприклад, залежність від алкоголю, грошей). У світлі суспільного аспекту високі позиції займають такі риси поляка, як любов до алкоголю (34), скупість (34), гостинність (24), любов до їжі (16). Нижчі позиції займають риси, що формують образ поляків як однієї родини (10) і стереотип матері-польки (10). Культурний аспект представлений ФМО, що семантично відсилають до мови і освіти поляка, конфесійної належності і релігії. У культурному аспекті найвищу позицію займає головна цінність поляків – польська мова (74). Часто з огляду на культурний аспект відображається відсталість (34) і релігійність поляків (23), складовою якої є образ поляка-католика (16). Крізь призму політичного аспекту студенти характеризують поляка з огляду на патріотизм, національну позицію і вираження польськості. У

політичному аспекті переважає любов до Польщі (28) і патріотизм (9) над стереотипами поляка-шляхтича (5) і поляка-лицаря (4).

2.6. Автостереотипні риси поляка в анекдотах

У цій частині дослідження аналізу піддаємо відповіді на запитання анкети: *Proszę napisać znane Pani / Panu dowcipy o Polakach*. На це запитання відповіло лише 365 (30,5%) респондентів. Не відповіло однак 830 (69,5%) анкетованих. Звідси можемо припустити, що респонденти не знають великої кількості анекдотів про поляків або не хочуть писати. Матеріальну базу становлять 96 одиниць, серед яких і класичні за жанром «анекдоти⁸⁸», і мовні жарти довільної форми.

Зібрані в анкетах анекдоти експонують риси поляка із таких аспектів позамовної дійсності: комунікативно-психічного, суспільного, культурного, політичного та «зовнішній вигляд». Структуру аналізу в цьому підрозділі будуємо за принципом від аспектів до увиразнених рис, подаючи приклади анекдотів. Такий підхід зумовлений відображенням в одному анекдоті про поляка кількох рис, які можуть відсилати до різних аспектів.

Найчастіше респонденти лише вказують на тип анекдотів (без подальшого прикладу тексту), у яких героями виступає відома тріада національнос-

⁸⁸ Д. Буттлер розрізняє три значення терміна «анекдот» (пол. *dowcip*): «1. усі засоби, що здатні передати комічну інтенцію автора; 2. усі форми свідомої мовної творчості жартівливого характеру; 3. чітко визначена, коротка текстова структура з постійною композицією, що завершується несподіваною кінцівкою» [115, s. 30]. Останнє визначення слова *dowcip* також відповідає дефініції цього терміна у «Словнику понять і текстів культури» (порівн. «короткий нарративний текст із непередбачуваним завершенням (висновком), що має на меті розвеселити адресанта» [283, s. 309]. Важливим є також факт, що в цьому словнику слово *anekdot* (пол. *dowcip*) вважається текстом культури [283, s. 309]. Однак міжмовна еквівалентність термінів «*dowcip*» та «анекдот» не є абсолютною. Польський термін «*dowcip*» уживається в ширшому значенні, ніж український відповідник «анекдот», адже він охоплює, окрім «смішної історії (оповідання)», ще й «короткий вислів, що викликає сміх» [SJP], а також може мати чітко визначену структуру тексту із несподіваною завершальною частиною [115, s. 31]. Його український відповідник «анекдот» уживають на позначення «короткого жартівливого (здебільшого вигаданого) оповідання про яку-небудь смішну подію» [СУМ – 11]. Це визначення підтверджує низка українських фольклористичних досліджень анекдотів, якими є короткі гумористичні чи сатиричні оповідання різного змісту (див.: [7]). Анекдоти (*dowcipy*) в розмовній мові, як уважає польський дослідник П. Каяк, руйнують повсякденні, колективні та політичні табу, опираються на стереотипи і їх поширюють. Такі стереотипи можна трактувати як певні знання, які не завжди є негативними [162]. Як зауважують Є. Бартмінський та І. Лаппо, «анекдоти (*dowcipy*) – це стереотипогенний жанр, що є носієм стереотипів і в якому відбувається гостре відокремлення увиразнених, загострених чи іноді доведених до абсурду стереотипних рис» [72, s. 112]. Наприклад, анекдоти про національності відображають важливі для лінгвокультурної спільноти авто- (про себе) і гетеростереотипні (про людей з-поза спільноти) риси. Вивченню стереотипів у польських анекдотах присвячено низку праць Д. Бжозовської, М. Карватовської і Л. Тим'якіна [105; 106; 107; 167]. У праці анекдотом уважаємо всі форми мовної творчості студентів жартівливого характеру: короткі оповідання і вислови.

тей⁸⁹ «поляк, німець, «русек»⁹⁰): *Z cyklu «był sobie Niemiec, Rusek, Polak» (78) (В, Ж, Т, Лб, П, К, Кр, Л). Окрім згадки про популярну серію анекдотів із традиційними героями, студенти наводять низку прикладів текстів, у яких зображені автостереотипні риси поляка.*

2.6.1. Комунікативно-психічний аспект. До комунікативно-психічного аспекту відсилають актуалізовані на підставі анекдотів риси «відважність» (8,3%) і «умілість чи вміння знаходити вихід з кожної ситуації» (13,5%). Однакові сюжети з'являються в текстах анекдотів, запропонованих, наприклад, респондентами з Познані, Вроцлава, Торуня, Кракова: *W balonie podróżują Polak, Francuz i Niemiec. Przewoźnik mówi Francuzowi, że teraz jest moda na wyskakiwanie z balonu. Francuz wyskoczył. Następnie przewoźnik mówi, że teraz wyskakuje się z balonu ku chwale ojczyzny i przodków. Niemiec wyskoczył. Później przewoźnik próbuje przekonać Polaka, ale mu się nie udaje. W końcu mówi do niego: – Nie wyskoczysz. Na co Polak: – Ja nie wyskoczę? I wyskoczył (4) (2В, Т, Кр).*

Відважний поляк, який не боїться духів, зображений в анекдоті: *Polak, Niemiec i Rusek chcieli zostać na noc w pewnym hotelu. Obsługa poinformowała ich, że straszy tu duch «Zielone oczko». – To nic, my się nie boimy. Jest północ. Do pokoju Niemca przychodzi duch: – Jestem duch «Zielone oczko». Niemiec się przestraszył i uciekł. Tak samo było z Ruskiem. Przychodzi duch do pokoju Polaka i mówi: – Jestem duch «Zielone oczko». Polak na to: – Jak ci zaraz przywalę, to będziesz miał fioletowe (Ж).*

Автостереотипний образ поляка в анекдотах характеризується рисою «заздрість» (3,1%), що пов'язує сприйняття поляка крізь призму комунікативно-психічного аспекту. Сюжет анекдотів, що засвідчують таку рису, розгортається

⁸⁹ Як бачимо, часта згадка про такий цикл анекдотів відображає канон польських анекдотів про національності, представниками яких є найближчі сусіди поляків. Студенти при цьому зрідка додають, які основні автостереотипні риси актуалізуються в таких анекдотах: *we wszystkich dowcipach typu Niemiec, Polak, Rusek pokazuje się spryt, pazerność i prostotę myślenia Polaka (5В); jest wiele dowcipów o Polakach w kręgu dowcipów o początku «Polak, Niemiec i Rusek, gdzie Polak jest zawsze najbardziej ekstremalny (В); o Polaku, Rusku, Niemcu, gdzie Polak potrafi wypić najwięcej i nic mu nie jest (К).* На думку респондентів, у таких анекдотах поляк є вмілим, екстремальним, жадібним, любить алкоголь і йому притаманний простий спосіб мислення.

⁹⁰ В одному зі словників польської мови при визначенні слова *Rusek* як «особи, що походить із території колишнього СРСР» [ISJP, s. 521] міститься ремарка, що це «слово є розмовним і виражає презирство та зневагу» [ISJP, s. 521]. Інколи в анекдотах про національності фігурують також євреї чи американці [107, s. 600–601].

навколо трьох національностей у різних конфігураціях. Здебільшого задрість поляка проявляється в стосунку до сусіда:

1. *Polak, Czech i Niemiec złowili złotą rybkę. Obiecała, że jeśli ją wypuszczą, to spełni po jednym życzeniu każdego z nich. Czech poprosił o najlepszy samochód, Niemiec poprosił o lepszy samochód od sąsiadów. A Polak prosił o to, żeby sąsiadom te samochody się zepsuły* (Т);

2. *Co powie amerykański sąsiad sąsiadowi, który ma piękną krowę? – Masz super krowę! A co powie polski sąsiad sąsiadowi? – Aby Ci ta krowa zdechła* (К).

2.6.2. Суспільний аспект. У низці анекдотів – складових суспільного аспекту – експонується автостереотип поляка як лінивої (10,41%) людини. Наводимо нижче тексти анекдоту, де одночасно виявляються автостереотипні і гетеростереотипні уявлення польських студентів. Можна припустити, що в першому прикладі характерною рисою польки є лінощі, а росіянина – злодійство: *Co urodzi się ze związku Polki z Rosjaninem? – Dziecko zbyt leniwe, żeby kraść* (9) (4В, 3Ж, 2Т). Натомість у наступному прикладі актуалізується гетеростереотипна модель японця як працюючого, а полякові приписується автостереотипна риса «лінивий»: *Co robi Japończyk⁹¹, by otrzymać podwyżkę? – Pracuje jeszcze lepiej. – Co robi Polak, by otrzymać podwyżkę? – Strajkuje* (Ж).

У чотирьох студентських середовищах – Познані, Лодзі, Катовіцах, Жешові – запропоновано анекдот, крізь призму якого відображаються лінивість (СА) і відсталість (13,5%) поляків (КА): *Do wkręcania żarówek potrzeba trzech Polaków – 2 do trzymania drabiny i jednego do trzymania żarówki* (4) (П, Л, К, Ж).

Велику групу становлять анекдоти, у яких експліцитно відображається автостереотип поляка-злодія⁹² (30,2%), що пов'язується із суспільним аспектом:

⁹¹ Як бачимо, японець виступає лише в одному гумористичному тексті. Виявлено ще один текст, де віддзеркалено стереотипи Японії та Польщі: *Czym różni się Japonia od Polski? Bo Japonia to kwiat kwitnącej wiśni. A Polska to kwiat kwitnącej lipy* (Т). Слід додати, що слово *lipa* респонденти вживають у непрямому значенні як «брехня, шахрайство».

⁹² Пейоративна риса «злодійство», що відсилає до суспільного аспекту, у деяких запропонованих респондентами анекдотах виявляється імпліцитно, наприклад:

1. *Dlaczego nie powinieneś potrać Polaka jadącego na rowerze? Możliwe, że to twój rower* (9) (П, 3К, 2Ж, 2Т, Кр);
2. *Jak jesteś w Polsce, to uważaj, żebyś nie potracił roweru. – Dlaczego? – Bo to może być twój rower* (Л);
3. *Jak nazywać Polaka bez rąk? – Godny zaufania* (2) (Ж, Т).

1. *Co jest dobrego w mroźnej pogodzie? – To, że Polacy trzymają ręce we własnych kieszeniach (Т).*

2. *Dwóch kanibali smaży jedzenie nad ogniskiem. Jeden kanibal mówi do drugiego: – Trzymaj wyżej to mięso, to Polak, jeszcze ukradnie nam węgiel (К).*

3. *Co by się stało, gdyby Polaka przenieść na Saharę? – Przez pierwsze 7 lat nic, a potem zaczęłoby brakować piasku (2Ж).*

У двох анекдотах, запропонованих респондентами з Катовіц і Жешова, головними героями виступають традиційні представники трьох національностей – німець, поляк, «русек», серед яких поляк учиняє крадіжку:

1. *Pociągami jedzie Polak, Niemiec i Rusek. Zakładają się, że przy zgaszonym na 10 sekund świetle uda im się ukraść współpodróżnym paski od spodni. Gdy nadeszła kolej Polaka, po włączonym ponownie świetle nastąpił komunikat, że muszą przerwać podróż, bo ukradziono lokomotywę (К);*

2. *Komendant policji pojmał trzech więźniów, każdemu z nich w zamian za wyjście wolno polecił w czasie minuty rozbroić sejf. Pierwszy do zadania przystąpił Rosjanin, po upływie czasu i dźwięków uderzania o sejf różnymi narzędziami, wyszedł z celi ze smutną miną sygnalizującą niepowodzenie. Niemiec postanowił użyć dynamitu, jednak po wybuchu nic się nie stało. Przyszła kolej na Polaka, wszedł do celi. Po upływie minuty w dalszym ciągu nic nie słyhać. Komendant otwiera celę i próbuje włączyć światło. Nie udaje się. Kątem oka widzi Polaka, który w ręku trzyma zarówno gotówkę z sejfu, jak i wykręconą żarówkę (Ж).*

Автостереотипна риса «злочинство» відзеркалюється в анекдотах, головними героями яких є поляк та німець. У них фігурує також образ Польщі. Частим сюжетом такого типу анекдотів є крадіжка або купівля поляком транспортного засобу, наприклад, уживаного велосипеда чи автомобіля з Німеччини. Польські студенти пишуть, що представлені ними анекдоти побувають серед німців. Наприклад, 7 разів у анкетних відповідях натрапляємо на анекдот типу: *Jedź do Polski. Twój samochód już tam jest (niemiecki dowcip) (6) (2П, 2В, Ж, Л) або Witamy w Polsce, twój samochód już tu jest! (Niemcy o Polakach) (В).*

Серед анкетних відповідей жешівських студентів виокремлюємо два «німецькі» анекдоти про автомобіль марки «BMW», де репліки подано німецькою мовою, незважаючи на географічну віддаленість Жешова від Німеччини⁹³.

1. *Niemiecki dowcip o Polakach. Was ist BMW für Polen – czym jest BMW dla Polaka? – Bald Mein Wagen – Wkrótce moje auto* (Ж).

2. *Kto pierwszy wynalazł rower? – Polak u Niemca na strychu* (Ж).

Наступна група анекдотів з цього аспекту репрезентує схильність поляків до вживання алкоголю⁹⁴ (8,33%). Будова сюжету є традиційною, де представлені три національності: поляк, німець, «русек» / американець. Здебільшого поляк – як головний герой анекдотів – виступає переможцем у змаганнях, хто вип'є більше алкоголю. Наприклад, *Zawody w picciu wódki. Amerykanin, Rusek, Polak piją wódkę, kieliszek po kieliszku. Amerykanin odpada. Zostaje Polak i Rusek. Idą łeb w łeb. Rusek powoli wymięka. Nagle Polak woła: «Stop, stop. Sorry, muszę kończyć, bo umówiłem się na picie»* (2) (Ж).

Один із респондентів наводить приклад модифікації вірша Владислава Белзи «Катехизм польської дитини», у якому також експонується алкоголізм поляків:

– *Kto ty jesteś? – Polak mały. – Jaki znak twój? – Trzy browary. – Gdzie ty mieszkasz? – Pod ławeczką. – Czym się bronisz? – Buteleczką* (Ж).

В одному з наведених нижче анекдотів спостерігаємо форми прояву чорного гумору із віддзеркаленням алкоголізму поляків: *Jaka jest różnica między polskim ślubem a pogrzebem? – Na pogrzebie jest o jednego pijanego mniej* (Ж).

⁹³ Варто зауважити, що географічне розташування польських міст відповідно до кордону з Німеччиною не вплинуло на поширення анекдотів з персонажами *Polak* і *Niemiec*, адже знаходимо такого типу анекдоти не лише серед студентів з Познані, Вроцлава, але й Жешова.

⁹⁴ На два схожі сюжети анекдоту, що реалізує автостереотипну рису «алкоголізм», натрапляємо у жешівському і лодзькому середовищі. Кінцівка такого сюжету, окрім висвітлення схильності до вживання алкоголю, представляє також уміння поляків знаходити вихід із кожної ситуації:

1. *Wchodzi do polskiego baru obcokrajowiec. Siada i mówi: – Dam 20 funtów temu, kto na raz wypije pół litra wódki, W barze nastąpi cisza, nikt nie ma odwagi się zgłosić, tylko jeden mężczyzna wychodzi chyłkiem z baru. Po 15 minutach wraca i mówi: – Zrobię to. Obcokrajowiec kupuje wódkę, Polak ją szybko wypija, bierze nagrodę od obcokrajowca. Obcokrajowiec jednak pyta. Czemu wyszedłeś z baru wcześniej? Polak odpowiada: Poszedłem do baru obok sprawdzić, czy mi się uda* (Ж);

2. *Polak założył się z kimś, że wypije za raz całą butelkę wódki. Umówił się w pewnym barze o określonej porze, ale Polak się spóźnia. W końcu przychodzi i mówi. – Przepraszam, że spóźniłem się, ale byłem w barze obok, żeby sprawdzić, czy dam radę* (Л).

2.6.3. Політичний аспект. Репрезентантом політичного аспекту є анекдот, де діалог між президентами Польщі і росії відображає ставлення поляків до росії. Так, російський президент висміює економічну ситуацію в Польщі і стверджує про спад ВВП, натомість польський президент передбачає, що Китай захопив росію: *2100 rok, spotykają się w zaświatach prezydent Polski i prezydent Rosji, przeglądają obecne informacje ze świata. Prezydent Rosji mówi: Zobacz, w Polsce PKB drastycznie spada. Na to prezydent Polski: A zobacz to! Zamieszki na granicy polsko-chińskiej* (ЛБ).

2.6.4. Культурний аспект. Експонентом рис культурного аспекту є анекдот, у якому зображено представників трьох національностей із урахуванням лексичних особливостей мовлення. Варто додати, що автостереотипний образ поляка в цьому анекдоті містить рису «схильність до вживання алкоголю», а отже – стосується також суспільного аспекту. Текст анекдоту відображає, що в ментальному лексиконі поляків поширене слово *горілка*, німців – *Слава Гітлеру!*, росіян – *здравствуйте*. З цими мовними маркерами польські студенти асоціюють німців та росіян. Наприклад, *Idą Polak, Rusek, Niemiec przez las i nagle zatrzymał ich diabeł. Jeśli powiecie coś i przez 20 min. będzie słycać echo, to was puszcze. Pierwszy był Niemiec: – Hej, Hitler! Głos rozchodzi się 5 min. Następny był Rusek: – Zdrastwujcie! Głos rozchodził się 10 min. Ostatni był Polak: – Wódka. – Gdzie? Rozchodziło się 2 godziny* (Ж).

Існування у студентській мовній свідомості автостереотипу поляка як недолугого і відсталого⁹⁵ засвідчує запропонований торунськими і люблінськими респондентами текст анекдоту: *Dostał Polak 2 kule i został zamknięty w pokoju bez drzwi i okien, bez żadnego wyposażenia, został poproszony o zrobienie z nimi coś niemożliwego. Jedną zgubił, drugą zepsuł* (2) (Т, ЛБ).

До культурного аспекту відсилає анекдот, у якому, окрім недолугості і відсталості, експонується неосвіченість поляків: *Czemu Chrystus nie urodził się w*

⁹⁵ Відсталість поляка експонується й у запропонованому студентом з Торуня анекдоті: *Diabeł zamknął Polaka, Niemca i Ruska w osobnych pokojach na cały rok i każdy z nich miał otrzymać roczne zapasy tego, czego sobie życzą. Za rok Niemiec miał wielkie zapasy piwa, Rusek miał dużo seksu, a Polak leżąc na podłodze błagał o zapalniczkę do papierosów* (Т).

Polsce? – Nikt nie mógł znaleźć 3 mędrców i dziewicy (2) (Л, Ж). Жорстокість⁹⁶ (7,3%) поляків у ставленні один до одного, а також відсталість віддзеркалюється в запропонованому студентами з Жешова, Торуня, Катовіц анекдоті: *Jak ściągnąć jednorękiego Polaka z drzewa? – Pomachać do niego* (3) (Ж, Т, К). Виявлені на основі цього анекдоту риси поляка можуть одночасно належати до культурного і комунікативно-психічного аспектів.

Основою для жартів в одному з анекдотів є фонетичні особливості силезького діалекту польської мови (КА). У цьому анекдоті віддзеркалюється також нетолерантність до осіб, що походять з-поза Силезії (КПК). Цю рису простежуємо на основі слова *gorol*, яке в Силезії вживають у етноцентричному значенні «гірша людина», яка не проживає в цій місцевості. Наприклад, *Przyjechał Polak na Śląsk. Po jakimś czasie pisze list do domu: – Oni wszystko mówią na G. Zwierzę to Gowiydź, Gybuntag! – A na ciebie jak mówią? – Gorol!* (К). Варто наголосити, що цей гумористичний текст запропоновано респондентом з Катовіц, отже, місце проживання детермінує побутування локальних анекдотів.

2.6.5. Аспект «зовнішній вигляд». В анкетному корпусі анекдотів 6 разів з'явився приклад, що висміює автостереотипну рису поляка – брудний (6,25%). Ця риса відображає сприйняття поляками самих себе крізь призму аспекту «зовнішній вигляд»: *Gdzie schować pieniądze tak, by Polak nie znalazł? – Pod mydłem* (6) (4Ж, 2В).

Отже, на підставі проведеного аналізу зібраних шляхом анкетування анекдотів, виокремлюємо риси в межах відповідних їм аспектів позамовної дійсності, крізь призму яких польські студенти жартують з представників своєї національності. Усі зібрані з анкет анекдоти є носіями певних автостереотипних рис, які відсилають до таких аспектів: суспільний (47), комунікативно-психічний (10), «зовнішній вигляд» (6), культурний (4), політичний (1) (див. Додаток 16). Найширше на підставі аналізу анекдотів представлений суспільний аспект, негативні риси якого утворюють градацію: алкоголізм (8,33%), лінівство

⁹⁶ Жорстокість поляків віддзеркалено в анекдоті, що у відповідях респондентів трапляється 4 рази: *Jak zatrzymać polską kawalerię – Wyłączyć karuzelę* (4) (2В, Ж).

(10,41%), злодійство (30,2%) (див. Додаток 17). У комунікативно-психічному аспекті найбільше відображені такі риси: вмілість (13,5%), відважність (8,3%), жорстокість (7,3%), заздрість (3,1%). Автостереотипні уявлення студентів про поляка формуються також на основі анекдотів, що віддзеркалюють риси з культурного аспекту, наприклад, недолугість/відсталість (13,5%). Аспект «зовнішній вигляд» представлений однією автостереотипною рисою – брудний (6,25%). Простежено, що виявлені риси здебільшого увиразнюються шляхом протиставлення поляка і представників інших національностей, наприклад, класичної тріади поляка, німця, «русєка» чи зрідка як третій представник виступає француз, американець або японець.

Висновки до розділу 2

Виокремлені на основі рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка, характерних для нього «предметів», сучасної польської фразематики та анекдотів про поляка аспекти корелюють із виявленими в СД і відповідниках етноніма *Polak* категоризаціями. Проведений аналіз засвідчує такі закономірності:

1. **Комунікативно-психічний аспект** домінує в образі «справжнього» (1622), а в стереотипах «типового» (1447), «ідеального» (1461) репрезентанта та в моделі, сформованій крізь призму фразематики (741), займає середні рейтингові позиції. Найнижчі кількісні показники має комунікативно-психічний аспект, виокремлений на підставі анекдотів про поляка (10). Асоціації із «предметами» до такого аспекту не відсилають. Комунікативно-психічний аспект корелює із комунікативно-психічною категоризацією, яка на підставі СД етноніма *Polak* (38) і відповідників (7) цієї лексеми відображена рідше.

2. **Суспільний аспект** широко представлений в образі «типового» (660), «ідеального» (522), «справжнього» (360) поляка, в гетеростереотипній моделі поляка на основі асоціацій із «предметами» (213). Меншою мірою суспільний аспект представлений на підставі сучасної фразематики (74) і анекдотів (47) про

поляка. Суспільний аспект семантично співвідноситься із суспільною категоризацією, яка в СД відображена 27 разів, а на підставі відповідників – 257.

3. **Культурний аспект** найповніше відображений в мовній картині «ідеального» (337), «типового» (276), «справжнього» (183) поляка і в автостереотипній моделі, сформованій на підставі сучасної фразематики (126). Вужче культурний аспект представлений на тлі асоційованих з поляком «предметів» (93) і в анекдотах (19). Культурний аспект семантично корелює із культурною категоризацією, яка на підставі відповідників етноніма *Polak* (678) займає домінуючу позицію, а в СД з'являється 93 рази.

4. **Політичний аспект** найповніше відображений в образі «ідеального» (489), «справжнього» (231), «типового» (143) поляка і на тлі асоційованих із ним «предметів» (197). Середні рейтингові позиції політичний аспект займає в анекдотах (19) і сучасній фразематиці (30) про поляка. Політичний аспект семантично накладається із політичною категоризацією, яка в СД етноніма *Polak* відображена 496 разів, а з огляду на відповідники аналізованої лексики – 202 рази.

5. **Аспект «зовнішній вигляд»** представлено найширше на основі характерних «предметів» поляка (691). Низьку частоту репрезентації зовнішній вигляд має в мовних картинах «типового» (41), «справжнього» (12), «ідеального» поляка (8) та в анекдотах (6). Аспект «зовнішній вигляд» семантично наближений до категоризації «зовнішній вигляд», яка на підставі СД етноніма *Polak* (1) і відповідників (1) аналізованої лексики відображена рідко.

6. **Аспект «матеріальні цінності» (161), кулінарний (575), побутовий (29)** не співвідносяться та не корелюють із аспектами, виділеними на підставі рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка, сучасної польської фразематики, анекдотів про поляка.

7. **Географічна, мовна, етнічна, національна категоризації та категорія самоідентифікації** не співвідносяться із виокремленими аспектами, однак можуть частково накладатися на складові цих аспектів. Наприклад, етнічна категоризація як походження поляка може фрагментарно корелювати із політичним аспектом для «типового», «справжнього», «ідеального» поляка, де відо-

бражено його ставлення до походження. Мовна категоризація може відповідати складовій культурного аспекту із згаданих вище варіантів стереотипу поляка.

Проведене на підставі анкетування дослідження автостереотипу поляка дає можливість простежити їхні риси й виявити ціннісні орієнтири сучасної студентської молоді Польщі. Так, частими в колективній мовній свідомості польських студентів є окреслення поляка з огляду на його місце народження й проживання (стереотип поляка – мешканця Польщі), громадянство (стереотип поляка – громадянина Польщі), національність і походження. В сучасних студентських стереотипних уявленнях поляк нерозривно пов'язаний із слов'янським етносом, відповідно, актуалізується мовна картина поляка-слов'янина. Студентська молодь Польщі відтворює з пам'яті традиційний стереотип поляка-ляха із ремарками, що це окреслення побутує серед представників інших народів поза межами Польщі. Членство Польщі в Європейському Союзі зумовило появу в середовищі польської молоді образу поляка-європейця. Крізь призму культурного аспекту портрет поляка формують його традиційність, яка характеризується прив'язаністю до традицій і культури, їх культивуванням. Домінантними залишаються традиційні стереотипні риси поляка-патріота, поляка як консерватора, поляка-націоналіста, поляка-народника і поляка-католика, що відображають сприйняття студентами поляка крізь призму політичного і, відповідно, культурного (конфесійна належність) аспекту. Сприйняття поляка крізь призму культурного аспекту дає змогу виокремити стереотип поляка як освіченого. До традиційних стереотипних образів залічуємо виокремлені риси поляка-шляхтича і поляка-лицаря.

У студентському автостереотипі поляка простежуємо перепрофілювання мовної картини в бік комунікативно-психічної, культурної і суспільної сфери. Так, увиразнюються на тлі інших «поточні, розмовні» образи Януша і Гражини, Карини, Джесіки, Браяна і Себи, які в польській лінгвокультурі є відатропо-німними метафорами типових поляків. Складовими мовної картини поляка як Януша і Гражини є риси із культурного аспекту, наприклад, відсталість, неосвіченість, провінційність, а також ознаки із суспільного – скупість, бажання

купити речі за низькими цінами тощо. Із поляком студентська молодь асоціює явище «цебуляцтва», називаючи репрезентанта польської національності полячком-цебулячком (пол. *Polaczek-cebulaczek*), поляком-цебуляком (пол. *Polak-cebulak*), «цебулею» (пол. *cebula*). Актуалізаторами виявленого автостереотипного образу поляка-цебуляка є такі риси, як: глупість, жадібність у дрібних, неважливих для інших людей справах тощо. Автостереотипна проекція охоплює образ поляка-носача (пол. *nosacz*), який у польському мовному обізі уживається на позначення людини із довгим носом і розміщується на межах в інтернеті.

Автостереотипна орієнтація дає змогу простежити орієнтири, за допомогою яких польська молодь окреслює представників своєї національності. Простежено, що домінантними є уявлення про поляка як свого, брата, друга, кумпеля (пол. *kumpel*), співвітчизника (пол. *rodak*), земляка (пол. *krajan*). Натомість гетеростереотипна орієнтація більшою мірою скеровує відповіді респондентів у бік категорій «чужий», інший. Польська студентська молодь називає поляка пшеком, а, відповідно, поляків – пшеками з огляду на нагромадження в польській мові приголосних звуків *prz*, *sz*. Цей образ перенесено із гетеростереотипу, адже студенти стверджують, що пшеками називають поляків за кордоном.

На підставі даних анкетування виокремлено образ польки-матері, який уміщує в собі риси із культурного, суспільного й комунікативно-психічного аспектів. Так, автостеротипними рисами польки-матері є її багатофункціональність і схильність виховувати дітей згідно з польськими традиціями й звичаями.

Перепрофілювання автостереотипу поляка в бік комунікативно-психічного аспекту засвідчують риси, які його характеризують з огляду на взаємодію й інтеракцію з іншими людьми: уміння допомагати, відкритість, товариськість, приємність, щирість, доброзичливість, емпатія. Окремими складовими в автостереотипі поляка з огляду на комунікативні й психічні особливості є завзятість, відважність, витривалість, здатність боротися за своє до кінця. З огляду на комунікативно-психічні особливості простежується також схильність поляка до скарг і нарікань. Автостереотипного поляка характеризує гостинність, яка може бути надмірною і показовою.

Домінація в студентських уявленнях суспільного аспекту дає змогу виокремити такі риси в автостереотипі поляка, як: працьовитість, заощадливість, злодійство, схильність до розваг і вживання алкоголю. Автостереотипний поляк любить дивитися футбол і відпочивати на пляжі з ширмою, яка захищає від вітру.

З огляду на зовнішність сформовано три автостереотипні образи поляка. Перший образ характеризує чоловіка середнього і старшого віку, який носить босоніжки зі шкарпетками, має великий пивний живіт, вуса. Другий містить ознаки, які актуалізують, порівняно з попереднім, зовнішній вигляд молодшого чоловіка, який носить спортивний костюм, кросівки й кепку (шапку з дашком). Окрім вищезгаданих мовних картин поляка-чоловіка виокремлено також образ польки-жінки, яка має довге (світле або темне) волосся, червоні губи, криво зроблені брови й нігті тощо. З огляду на кулінарію стереотип поляка формують назви традиційних страв, таких, як: вареники, бігос, бульйон.

Окрім виокремлених складових із автостереотипу поляка виявлено також автостереотипну мовну картину Польщі як улюбленої країни, товари якої характеризуються найвищою якістю. Польща на підставі студентських уявлень постає як своєрідний бастион, мур християнства та спаситель світу і Європи.

Зіставлення рис «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка у світлі комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного аспектів і аспекту «зовнішній вигляд» див. у Додатку 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

Простежуємо вплив модифікаторів «типовий», «справжній» та «ідеальний» на конструювання стереотипних образів в студентській свідомості.

Крізь призму комунікативно-психічного аспекту в образі «справжнього» поляка містяться риси із «типового», а також ті, які респонденти приписують «ідеальному» представникові. Серед 10 найчастіших рис із згаданого аспекту в мовній картині «справжнього» поляка накладаються такі риси із мовної картини «типового», як: готовність допомогти (31ТП; 58СП), гордість (40СП; 34ТП); умілість (47ТП; 33СП). Однак в образі «справжнього» поляка є риси, які частіше (порівняно з «типовим») формують мовну картину «ідеального»: толе-

рантність (33СП; 212ІІ), приємність (19СП; 57ІІ), честь (15СП; 40ІІ), доброзичливість (15СП; 58ІІ). Для «ідеального» поляка, на відміну від «типового» й «справжнього», респонденти подають конструкції із компонентом *jest bardziej*, що вказують на очікувану більшу інтенсивність риси: повинен бути більш відкритим (19ТІІ; 23СП; 45ІІ). В стереотипі «ідеального» поляка зберігаються риси із стереотипу «типового», які мають позитивну оцінку. Натомість негативні риси «типового» поляка в образі «ідеального» змінюються і творять опозиційний бік, наприклад: нетолерантність (99ТІІ) – толерантність (212ІІ); песимізм (35ТІІ), незадоволеність життям (32ТІІ) – усміхненість (23ІІ); сварливість (62ТІІ) – вміння зрозуміти інших людей, розсудливість (13ІІ); ксенофобія (26ТІІ) – приятельство (14ІІ).

У світлі суспільного аспекту в мовних картинах «типового» й «справжнього» поляка повторюється 10 найчастіших рис (працьовитість (200ТІІ; 158СП); родинність (40ТІІ; 43СП); злодійство (17ТІІ; 7СП); заощадливість (59ТІІ; 19СП); схильність до святкувань (10ТІІ; 7СП) тощо). Однак є відмінності, які засвідчують те, що образ «справжнього» репрезентанта коливається між образом «типового» й «ідеального». Так, «справжнього» поляка, як і «типового» характеризує працьовитість (200ТІІ; 158СП), однак «справжньому» полякові приписано додаткову кількість одиниць із цього лексико-семантичного поля, які також корелюють із рисами в образі «ідеального» репрезентанта: охочий працювати (2СП), трудоголік (3СП), вирізняється працьовитістю і сумлінністю (2СП), має золоті руки (СП). Респонденти «справжнього» поляка, на противагу «типовому», бачать, як менш лінивого (54ТІІ; 3СП). Ставлення «справжнього» поляка до грошей і його фінансове становище представлено однаковими рисами із образу «типового» поляка, але їхня кількісна репрезентація є нижчою (бідність (4ТІІ; 4СП); заощадливість (59ТІІ; 19СП); скупість (82ТІІ; 27СП)). Для окреслення «типового» поляка респонденти подають назви, які в розмовній польській мові вживаються жартівливо або є своєрідними метафорами скупих, надмірно заощадливих людей (пол. *skapiec, dusigrosz*). Стереотипові «справжнього» поляка такі характеристики не притаманні. Підприємливість (3СП; 5ІІ) є ознакою

«справжнього» й «ідеального» поляка, а «типовому» такої риси не приписано. Ширше в образі «типового», ніж «справжнього» представлена схильність поляка до алкоголю. В мовній картині «ідеального» поляка частково зберігаються позитивні риси із образу «типового» (працьовитість (277П), родинність (52П), турбота про сім'ю (11П)), однак з'являється риса, яка не притаманна «типовому» представникові – гостинність (148П). Стереотип «ідеального» поляка містить опозиційну рису до тієї, яка виокремлена в образі «типового»: схильність до шкідливих звичок» (2П) – без шкідливих звичок (П).

З огляду на політичний аспект мовна картина «справжнього» поляка більшою мірою тяжіє до «ідеального», ніж «типового». Так, «справжньому» й «типовому» полякові найчастіше притаманні патріотизм (81ТП; 156СП), консерватизм (25ТП; 14СП). Однак «типовий» поляк, на відміну від «справжнього», є псевдопатріотом, націоналістом й схильним до окупації. Стереотип «справжнього» поляка порівняно з «типовим» формують риси, які корелюють із аналогічними характеристиками в образі «ідеального»: відданість країні (6СП; 6П), любов до Польщі (2СП; 33П), турбота про добро країни (3СП; 7П), готовність захищати батьківщину і віддати за неї життя (2СП; 6П). Знання поляком історії своєї країни, прив'язаність і пам'ять про неї ширше представлені в образі «справжнього» й «ідеального», ніж «типового». Так, мовну картину «ідеального» поляка у світлі політичного аспекту формують позитивні риси із картини «типового», однак є риси, які є опозиційними до негативних рис «типового»: голосує за ПС (2П) – не голосує за ПС (2П); не знає історії (2П) – знає історію (16П).

У світлі культурного аспекту в стереотипах «типового» й «справжнього» поляка на високих рейтингових позиціях однаковими є такі риси, як: релігійність (66ТП; 34СП), католик (46ТП; 20СП), той, що вірує (13ТП; 10СП), освіченість (6П; 10СП), розумність (4П; 9СП), традиційність (16ТП; 11СП), прив'язаність до традицій (13ТП; 12СП), увічливість (15ТП; 21СП). Так, мовна картина поляка-католика в стереотипі «типового» характеризується частою показовістю, перебільшенням, натомість у стереотипі «справжнього» міститься

інформація «не на показ». Освіченість «типового» поляка формує також перелік негативно маркованих лексем, що засвідчують відсталість, недолугість, глупість, схильність до вживання лайливих слів, вульгарність. Стереотипові «справжнього» репрезентанта польської національності негативна складова освіченості не притаманна, що свідчить про скерування образу «справжнього» поляка в бік ідеальності. Перелік рис для опису традиційності «справжнього» поляка є більшим, ніж для «типового», і корелює з окресленнями зі стереотипу «ідеального»: турбота про традиції країни (7СП; 4П); шанує й культивує традиції (2СП; 4П). «Справжній» поляк, на відміну від «типового» розмовляє польською (5СП). Так, стереотип «ідеального» поляка частково формується на підставі позитивних рис, що є складовими мовної картини «типового», але також містить риси, що є протилежними до виокремлених в стереотипному варіанті «типового»: не знає мов (2П) – знає іноземні мови (4П); відсталий, недолугий (10П) – розумний (22П), освічений (53П), хоче розвиватися (3П). Зовнішній вигляд «типового» й «справжнього» поляка взаємонакладається такими характеристиками, як: носить шкарпетки з босоніжками (21П; 6СП), світлий, блідий тон шкіри (4П; 2СП), слов'янська врода (2П; 2СП). «Типовий» поляк є повним, має великий живіт, натомість «справжній» має гарну вроду (2П). Мовна картина «справжнього» поляка складається лише із позитивних рис. «Ідеальний» поляк з огляду на зовнішні характеристики є доглянутим (2П), акуратним (2П), чистим (2П). Отже, аналіз трьох варіантів стереотипу – «типового», «справжнього» й «ідеального» засвідчує модальний вплив модифікаторів на конструювання студентських стереотипних уявлень. Так, образ «справжнього» репрезентанта коливається між мовною картиною «типового» й «ідеального». Модифікатор «справжній» зумовив скерування студентських відповідей у бік ідеальності, бажаності, що підтверджує кореляція певних рис із стереотипу «справжнього» й «ідеального». Перелік рис із образу «справжнього» є більш розлогим, розпливчастим, що свідчить про непевність респондентів у своїх відповідях.

Сформований на основі зібраних одиниць із різних частин анкети авто-стереотипний портрет поляка – це: особа, яка проживає, народилася в Польщі,

громадянин Польщі, що має польське походження і національність, європейець, слов'янин, декларує свою належність до польського народу, відчуває глибокий зв'язок із Польщею та ідентифікує себе як поляк, шанує та культивує польські традиції та культуру. Поляк у автостереотипній проекції є толерантним, готовим допомогти, чесним, умілим, працьовитим, заощадливим, патріотом, релігійним, католиком, віруючим, працьовитим, гордим, щирим, відкритим, відважним, завзятим, амбітним, ідейним, товариським, чесним, родинним, побожним, християнином, увічливим, прив'язаним до традицій, розумним, культурним, освіченим, але водночас лінивим, алкоголіком, злодієм, нетолерантним, заздрісним, сварливим, примхливим, упертим, песимістом, незадоволеним життям, відсталим, обмеженим, вірить у забобони, стереотиповим, вульгарним, неосвіченим, консерватором, націоналістом, псевдопатріотом. Поляк є гордим за своє походження, знає польську історію і є прив'язаним до неї і своєї батьківщини, захищає свою країну і дбає про її добро. Автостереотипний поляк носить спортивний костюм, босоніжки зі шкарпетками, пакет із мережі магазинів «Бедронка», має вуса, великий пивний живіт, світлу шкіру. Поляк любить їсти польські національні страви, зокрема бігос, журек, вареники, відбивну, квашені огірки, бульйон, пити пиво та горілку. Поляк їздить автомобілем «Пассат».

Зіставлення сучасного образу «справжнього» поляка із дослідженнями схожого характеру 1990 і 2000 років дає можливість простежити сталі та змінні риси в згаданому варіанті стереотипу. В анкетуванні 1990 і 2000 років узяло участь по 100 респондентів, що підтверджує репрезентативність отриманих даних і дає можливість зіставити сучасний стереотип поляка із його мовною картиною в згаданих періодах. У дослідженні 1990 року образ поляка-патріота формують такі одиниці, як: патріотизм, любов і прив'язаність до батьківщини, бажання їй служити та охороняти. Матеріал анкетування 1990 року відображає також стереотип поляка-героя, експонентами якого є романтизм, національна гордість (пол. *duma narodowa*), відважність, хоробрість, прив'язаність до свободи, готовність присвятити своє життя (див.: [92, s. 276]). Із «справжнім» поляком у 1990 році асоціюються торгівля, контрабанда, що є відображенням

реалій життя поляків у 80-тих роках. Поляк асоціюється із людиною, яка торгує різноманітним товаром поза межами країни (наприклад, *Polak kojarzy się z człowiekiem handlującym różnorakim towarem poza granicami kraju*) (див.: [92, s. 276]). Актуалізовано стереотип поляка, як того, хто схильний до підступних дій (наприклад, *Polak-kombinator – skłonność do łatwizny, brawura, kombinatorstwo*) (див.: [92, s. 276]). В дослідженні 1990 року простежується низький рівень працєвитості «справжнього» поляка, який не вміє і не хоче працювати, а його праця є неефективною. «Справжній» поляк не може виконувати детальну, скрупульозну роботу (т. зв. *pracy mrówczej*). Аналіз анкетних відповідей 2000 року увиразнює стереотипи поляка-патріота, поляка-традиціоналіста (зв'язок із країною та її історією, повага до традиції), відповідно, порівняно із дослідженням 1990 року, відбувається перепрофілювання в бік ідеологічного й політичного аспектів. На підставі зрізу 2000 року в образі «справжнього» поляка немає таких рис, як відважність, хоробрість, відсутній стереотип поляка, який схильний до підступних дій (*obraz Polaka – kombinatora*) [92, s. 276]. Меншою мірою представлено побутовий і психічний аспекти. Незмінними в образах 1990, 2000 і 2018–2020 років залишаються толерантність, релігійність, гостинність, честь, культура, прив'язаність до культури, почуття приналежності до культури, однак в сучасному стереотипі «справжнього» поляка не виявлено таких рис, як ідеаліст, вірність ідеалам, відданість ідеї, солідарність, натомість увиразнюються риси із комунікативно-психічного аспекту: готовність допомогти, чесність, умілість, відкритість, хоробрість. У виявленому 2000 року стереотипі «справжнього» поляка домінують ідеологічний, політичний аспекти, натомість в аналогічному варіанті сучасного стереотипу – комунікативно-психічний, суспільний. У дослідженні 2000 року виявлено локаційний аспект в стереотипі «справжнього» поляка, а в аналізі відповідей з анкет 2018–2020 років такого аспекту не виявлено. На протипагу дослідженню, проведеному 20 років тому, в сучасному автостереотипі «справжнього» поляка виокремлено аспект «зовнішній вигляд».

РОЗДІЛ 3. ГЕТЕРОСТЕРЕОТИП УКРАЇНЦЯ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПОЛЬЩІ

3.1. Способи категоризації етноніма *Ukrainiec* у студентських анкетних дефініціях

Перше анкетне запитання – *Kto to jest Ukrainiec?* – мало на меті зібрати СД досліджуваного етноніма. Окреслюючи українця, польська молодь несвідомо утворювала дефініції лексеми *Ukrainiec*, на основі яких виділяємо такі способи категоризацій⁹⁷, як і для поляка: **географічна, політична, національна, етнічна, культурна, мовна, суспільна, комунікативно-психічна, категорія самоідентифікації, «зовнішній вигляд»**⁹⁸. Географічна категоризація, аналогічно, як і в дефініціях поляка, відображає критерій місця проживання і місця народження, але в Україні, а політична категоризація – критерій наявності українського громадянства та виявлення патріотичного ставлення до української держави й історії. Про етнічну категоризацію свідчить реалізація критерію українського коріння і батьків-українців. Категоризація самоідентифікації у СД присутня як прояв почуття належності до українського народу, ідентифікації з Україною й українським суспільством, а також представляє вміщення українця на бінарній осі «свій» – чужий» з перспективи польського студента. Культурна категоризація опирається на критерій знання, дотримання та прив'язаності до української культури, традицій. Про мовну категоризацію свідчать імпліцитні вказівки на володіння українською мовою, а національна – на факт української національності. Суспільна категоризація базується на характеристиках українця, зумовлених його певними, послідовними діями, детермінованими прийнятими в суспільстві чинниками й нормами. Комунікативно-психічна категоризація формується на підставі індивідуальних психічних ознак українця, віддзеркалених у його поведінці, характері, темпераменті.

⁹⁷ СД аналізованої лексеми можуть містити лише один спосіб категоризації – т.зв. однокомпонентні або охоплювати два і більше категоризаційних способів – дво- чи багатокомпонентні. Відповідно до місця вияву категоризації в СД називаємо їх первинними або непервинними за аналогією до СД про поляка.

⁹⁸ Одна СД відображає характеристики українця з огляду на зовнішність, що є складовою категоризації «зовнішній вигляд»: *Ukraińcy to bardzo fajni ludzie. Mają fajne ubranie, robią fajne makijaże. Bardzo zdolni* (ЛБ) (КПК, КЗВ, КК).

Аналізований фактаж СД ілюструє проблему нашарування⁹⁹ в одному прикладі різних категоризацій, як і в дефініціях етноніма *Polak*. Охоплені аналізом студентські визначення здебільшого відрізняються від уміщених у словниках польської мови дефініцій цієї лексеми, у яких способи категоризації обмежуються етнічним, географічним, національним та політичним або одним з них. Наприклад, українець: «той, хто походить з України» [ISJP, s. 903], «громадянин України» [WSU, s. 970], «особова назва від Україна» [WSJP], «людина української національності, мешканець України, громадянин цієї держави» [USJP, s. 225; WSJP, s. 48], «народ, що складає основне населення України» [131]. СД лексеми *Ukrainiec* відображають, окрім основного денотативного значення, що містить найістотніші ознаки визначуваного етноніма, і ширший спектр гетеростереотипних ознак українця. Матеріальну базу в цій частині дослідження становлять 1091 СД етноніма *Ukrainiec* (Лб – 102, Л – 197, Кр – 92, Ж – 194, В – 132, П – 114, Т – 136, К – 132). Відповідно, на це запитання не відповіли 104 (8,7%) респонденти.

3.1.1. Географічна категоризація. Найчастіше в СД натрапляємо на географічну категоризацію. Цей спосіб сегментування значень буває первинним і непервинним елементом СД досліджуваного етноніма. Географічна категоризація як первинна і однокомпонентна реалізує критерій місця проживання в такого типу СД лексеми *Ukrainiec: mieszkaniac Ukrainy*¹⁰⁰ (123) (10П, 18Ж, 26В, 11Лб, 24Л, 12Кр, 11К, 11Т); *osoba mieszkająca na Ukrainie* (29) (13Л, 3Лб, 6К,

⁹⁹ Наприклад, окреслення українця – *sojuszniak* може одночасно реалізувати критерії двох категоризацій – політичної і суспільної. Лексема *sojuszniak* у першому значенні є номінацією «учасника союзу – договору між державами, політичними партіями або особами, сторони якого зобов'язуються співпрацювати і надавати взаємодопомогу» [WSJP]. Друге значення цього слова стосується власного, особистого союзника кожної людини, якого підтримуємо в різних справах [WSJP]. Схиляємося зараховувати окреслення українця як союзника поляків до суспільної категоризації з огляду на найближчий контекст слововживання в СД: *tamy wspólnego wroga, powinniśmy się wspólnie wspierać*. Це явище, як зазначалося раніше в розділі про поляка, засвідчує розмитість критеріїв зарахування одиниць до ядерно-периферійних зон семантичних полів через нечіткість їхніх меж (див.: [292; 293]).

¹⁰⁰ Студентські однокомпонентні дефініції із первинною географічною категоризацією свідчать також про те, що територія України як місце проживання для українця не є визначальним маркером українськості: *osoba, która urodziła się na Ukrainie, może, ale nie musi mieszkać na Ukrainie* (К); *osoby zamieszkujące Ukrainę, ale również inne kraje* (Ж). На інше місце проживання українця, ніж Україна, вказують також багатокомпонентні дефініції, де географічна категоризація виступає первинним чи непервинним складником, поєднуючись з іншими категоризаціями: *osoba, która urodziła się na Ukrainie, niekoniecznie musi tam mieszkać, osoba, która mówi w języku ojczystym oraz utożsamia się ze swoją kulturą, obyczajami, wierzeniami* (Т) (ГК, МК, КСІ); *obywatel Ukrainy, niekoniecznie mieszkaniac Ukrainy* (П) (ПК, ГК); *człowiek jak człowiek, po polsku mieszkaniac Ukrainy, człowiek pochodzący z Ukrainy lub EU, który się tam urodził i nie mieszka w swoim kraju* (В) (СК, ЕК, ГК).

4Ж, В, 2Кр); *osoba, która zamieszkuje tereny Ukrainy* (4) (В, 3Т); *osoba z Ukrainy* (2) (П, Кр); *osoba, która mieszka w Ukrainie* (2) (Л); *mieszkaniec kraju, graniczącym z Polską od południa* (Ж). Остання дефініція засвідчує відсутність знань на тему України і її географічного розташування щодо Польщі. У СД лексеми *Ukrainiec* аналізований тип категоризації як первинний і основний указує також на місце народження: *osoba urodzona na Ukrainie* (14) (4Ж, 2Кр, 2В, 6Т); *osoba, która urodziła się na Ukrainie* (11) (8К, 2Л, Ж), *ktoś urodzony na Ukrainie* (3ЛБ). Фіксуємо однокомпонентні дефініції з географічною категоризацією, де окреслюється місце проживання і народження: *mieszkaniec, mieszkanka Ukrainy, osoba urodzona na Ukrainie* (9) (ЛБ, 2Ж, 3К, 2Л, Т); *mieszkaniec Ukrainy, który się tam urodził* (Кр); *człowiek, który urodził się na Ukrainie i zamieszkał tam przez pewien czas* (Ж). Виокремлюємо низку СД аналізованого етноніма із географічною категоризацією як основною, де увиразнюється бачення українця крізь призму категорії «схід»: *człowiek mieszkający za wschodnią granicą z Polską* (3) (2Ж, Л); *osoba ze wschodu* (П); *mieszkaniec Ukrainy, ziem wschodnich* (П); *osoba ze wschodu, zza naszej wschodniej granicy, sąsiad geopolityczny* (Л). Лише одна СД містить географічну категоризацію із аналізованим компонентом як первинним у поєднанні із суспільною категоризацією як непервинною: *mieszkaniec zza wschodniej granicy, tania siła robocza* (Л) (ГК, СК). Географічна категоризація як первинний елемент часто відображена в СД українця із етнічною категоризацією як непервинною: *osoba urodzona na Ukrainie, z takimi korzeniami* (2Кр) (ГК, ЕК); *osoba, która urodziła się na Ukrainie, pochodzi z ojca, matki Ukraińca* (3) (2Кр, К) (ГК, ЕК); *mieszkaniec Ukrainy o korzeniach ukraińskich* (2Ж) (ГК, ЕК); *są mieszkańcami Ukrainy, ludźmi pochodzącymi z tego kraju* (К); *jest to osoba, która urodziła się i wychowywała się na Ukrainie* (Ж) (ГК, ЕК).

Дефініювання українця як сусіда¹⁰¹ є складовою географічної категоризації, яка в СД займає первинну позицію або є основною: *sąsiad* (8) (П, 4Ж, К, 2ЛБ); *wschodni sąsiad Polski* (К); *sąsiad zza wschodniej granicy* (2) (К, В); *nasz*

¹⁰¹ Дефініювання українця у визначеннях студентів часто пов'язується із указівкою на країну – сусіда Польщі: *mieszkaniec / mieszkanka Ukrainy, kraju, sąsiadującego z Polską, również Europejczyk, Europejka* (П); *mieszkaniec, obywatel jednego z sąsiadujących z Polską państw – Ukrainy* (П); *mieszkaniec Ukrainy, czyli państwa, sąsiadującego z Polską* (П); *obywatel sąsiadującego z Polską kraju, jednak kiedyś żyliśmy w jednym państwie* (П).

sąsiad (2) (Ж, В); *sąsiad z za południowo-wschodniej granicy* (К); *mieszkaniec Ukrainy, osoba pochodząca z Ukrainy, sąsiad* (3Ж) (ГК, ЕК); *mieszkaniec Ukrainy, nasz sąsiad* (3) (2Ж, Т); *sąsiad z za Buga; ktoś żyjący za granicami Polski, sąsiedzi Polaków* (ЛБ); *mieszkaniec Ukrainy, sąsiad; nasz wschodni sąsiad, mieszkaniec kraju, leżącego w Europie Wschodniej, na północ od Morza Czarnego* (ЛБ).

Отже, географічну категоризацію загалом відображає 480 (43,99%) (ЛБ – 52, Л – 98, Кр – 51, Ж – 76, В – 58, П – 59, Т – 43, К – 43) СД лексеми *Ukrainiec*.

3.1.2. Політична категоризація. Політична категоризація охоплює такі СД, як: *obywatel Ukrainy*¹⁰² (106) (13П, 23Ж, 20К, 11Кр, 18Л, 17ЛБ, 4Т); *osoba o obywatelstwie ukraińskim* (2) (Ж, ЛБ); *osoba posiadająca obywatelstwo ukraińskie* (14) (5В, 2Л, 6К, Т); *osoba będąca obywatelem Ukrainy* (2Л); *obywatel Ukrainy, osoba, która ma paszport ukraiński* (Ж).

Натрапляємо на одну СД, де українське громадянство детермінується громадянством батьків: *osoba, której rodzice lub przynajmniej jeden z rodziców ma obywatelstwo ukraińskie, przez co dziecko też nabywa to obywatelstwo, Ukrainiec to obywatel Ukrainy* (ЛБ). Політична категоризація в структурі великого сегменту СД виступає як первинний елемент, за яким слідує категоризація самоідентифікації як непервинний елемент: *obywatel Ukrainy, osoba utożsamiająca się z narodem ukraińskim* (4) (П, ЛБ, 2Кр) (ПК, КСІ); *obywatel Ukrainy lub ktoś, kto się z jakichś powodów identyfikacji się jako Ukrainiec* (3) (В, 2Т) (ПК, КСІ); *osoba posiadająca obywatelstwo ukraińskie, identyfikująca się z kulturą kraju* (2) (Ж, Т) (ПК, КСІ); *obywatel Ukrainy lub osoby silnie związane z tym krajem* (2) (П, К) (ПК, КСІ) та ін¹⁰³. Одна двокомпонентна СД із первинною політичною і непервинною мовною категоризацією, окрім наявності українського громадянства, окреслює людину, що підтверджує свою особу паспортом України: *osoba*

¹⁰² Одна багатоконпонентна СД із політичним способом категоризації на третьому місці засвідчує, що українське громадянство не є обов'язковим маркером українськості: *Osoba, która urodziła się na Ukrainie, jej rodzicami są Ukraińcy, Ukraincem według mnie również jest taki człowiek, który urodził się poza terytorium Ukrainy, ale jej rodzicami są Ukraińcy, chociaż niekoniecznie ona będzie posiadać obywatelstwo ukraińskie, ale to już kwestie prawa* (Т) (ГК, ЕК, ПК).

¹⁰³Однотипними дефініціями є: *Obywatel Ukrainy, osoba emocjonalnie związana z kulturą Ukrainy* (ЛБ) (ПК, КСІ); *osoba, która posiada obywatelstwo i tożsamość narodową Ukrainy* (Ж); (ПК, КСІ); *osoba, ze strony administracyjno-prawnej posiada obywatelstwo ukraińskie, z drugiej strony czuje ona przywiązanie do swojej narodowości* (К) (ПК, КСІ); *formalnie Ukrainiec / Ukrainka to obywatel/ka Ukrainy, natomiast można tym terminem określić każdą osobę, która sama identyfikuje się jako Ukrainiec / Ukrainka, niezależnie od kwestii prawnych* (П) (ПК, КСІ).

posiadająca obywatelstwo ukraińskie, legitymująca się ukraińskim dowodem osobistym, mówiąca biegle po ukraińsku (Ж). Ще одна СД лексеми *Ukrainiec* увиразнює політичну категоризацію, де факт наявності українського громадянства, присвоєного на підставі шлюбу, вважається штучним: *obywatel Ukrainiec, który urodził się za granicą i wyjechał na Ukrainę, a jego obywatelstwo nie zostało nadane sztucznie, np. przez małżeństwo* (К) (ПК, ГК). Тричі респонденти подають експлікацію *Ukraińca* як європейця: *Europejczyk* (П); *mieszkaniec/mieszkanica Ukrainy, kraju sąsiadującego z Polską, również Europejczyk* (П), *Europejka* (П); *Europejczyk, mieszkaniec Ukrainy, nasz sąsiad* (Т).

В одній СД українця окреслюється наявність іншого, ніж українське, громадянства. Українець у дефініціях такого типу ідентифікується як громадянин росії, Білорусі або особа, яка має польське громадянство: *obywatel/ka Rosji, Białorusi, osoba zamieszkująca te tereny, bądź mieszkająca w innych miejscach na świecie, ale posiadająca polskie obywatelstwo. Jest to także osoba, która czuje przynależność i bliskość* (П).

Виокремлені з анкет СД із політичною категоризацією містять згадку про спільне історичне минуле. Політична категоризація із таким семантичним компонентом є непервинною в дефініціях на кшталт: *Ukrainiec to z jednej strony obywatel Ukrainy, Słowianin, Europejczyk, z którym my mamy wspólną przeszłość* (В) (ПК, НК); *Ukraińcy to obcokrajowcy, wschodni sąsiedzi Polski, tak jak Polacy są Słowianami, nasze narody łączy wspólna historia* (Ж) (КСІ, ГК, НК, ПК); *Z drugiej zaś strony mieszkańcy Ukrainy, jednak w Polsce ma o pewne negatywne zabarwienie – wywodzi się to z historycznych wydarzeń walk* (П) (КСІ, ГК, НК, ПК); *mieszkaniec Ukrainy, sąsiad, historycznie kompletnie nie przyjaźni dla nas ludzie (instrukcja zabijania Polaków, agresywne zachowania po II wojnie światowej, gdy Polacy byli transportowani na inne tereny)* (Ж) (ГК, ПК).

Перцепція українця у 2018–2020 роках стосувалася його постійного страху щодо можливого вибуху війни із росією, загрози з боку росії. Політична категоризація із такими семантичними компонентами є основною в одній СД: *obywatel Ukrainy, który żyje w ciągłym stresie z obawy o wybuch wojny z Rosją* (Ж)

(ПК). Виявлено також, що в очах польської студентської молоді Україна – це країна із молодшими демократичними поглядами, ніж Польща. Політичну категоризацію із згадкою про війну та демократію в Україні на непервинній позиції презентує така СД: *mieszkaniec terytorium Ukrainy, któremu nieustannie zagraża Rosja. Ma z tego powodu problemy gospodarcze. Do pewnego stopnia Ukraińcy są obywatelami państwa młodszej demokracji, niż Polska, co przekłada się na zachowania polityków* (П) (ГК, ПК, СК).

Отже, загалом на політичну категоризацію вказують 362 (33,18%) (ЛБ – 23, Л – 51, Кр – 49, Ж – 56, В – 52, П – 41, Т – 44, К – 46) СД етноніма *Ukrainiec*.

3.1.3. Етнічна категоризація. Дефініювання українця з огляду на його етнічну категоризацією охоплює цілі СД: *osoba pochodząca z Ukrainy* (89) (8П, 26Л, 12ЛБ, 7Кр, 5К, 9Ж, 16В, 6Т); *osoba pochodząca z Ukrainy, mająca przodków Ukraińców, z ukraińskiej rodziny* (ЛБ); *osoba pochodząca z Ukrainy lub mająca rodziców, którzy są Ukraińcami* (3) (Кр, Ж, Т). Етнічна категоризація виступає первинним¹⁰⁴ способом сегментування даних про українця в СД на кшталт: *osoba pochodząca z Ukrainy, posługująca się językiem ukraińskim, często jest to pojęcie pejoratywne, ironiczne o tych osobach* (Л) (ЕК, МК); *osoba etnicznie ukraińskiego pochodzenia, mówiąca po ukraińsku, utożsamiająca się z ukraińską tradycją i kulturą* (П) (ЕК, МК, КСІ); *osoba pochodząca z Ukrainy, mówi po ukraińsku, utożsamia się z tym krajem* (ЛБ) (ЕК, МК, КСІ); *jest to osoba, której rodzice (bądź przynajmniej jeden z rodziców) utożsamia się z Ukrainą* (К) (ЕК, КСІ). Вплив географічного чинника, а отже – сприйняття українця «з далека», підтверджують відповіді респондентів з Лодзі із етнічною категоризацією як основною: *osoba pochodząca ze wschodu* (Л); *osoba pochodząca z zagranicy* (Л). До етнічної категоризації залічуємо також СД українця як слов'янина: *przedstawiciel narodu słowańskiego, zamieszkujący Europę Wschodnią* (В); *naród słowiański, zamiesz-*

¹⁰⁴ Здебільшого аналізований тип категоризації є первинним або непервинним в багатокомпонентних СД етноніма *Ukrainiec*, на кшталт: *osoba mieszkająca na Ukrainie, mająca ukraińskie pochodzenie lub jest w jakiś sposób związana z tym krajem* (2) (Ж, В) (ГК, ЕК, КСІ); *mieszkaniec Ukrainy, osoba, która się stamtąd wywodzi i czuje się częścią tego terenu, zna jego kuchnię i język* (Ж) (ГК, ЕК, КСІ, МК); *osoba mówiąca po ukraińsku, urodzona na Ukrainie lub mająca ukraińskich przodków* (ЛБ) (МК, ГК, ЕК); *osoba, która urodziła się i wychowała na Ukrainie* (2Т) (ГК, ЕК). Останню представлену СД із непервинним компонентом – указівкою на місце виховання – схиляємося залічувати до етнічного способу категоризації.

kujący wschodnie tereny (Ж) (ЕК, ГК); *człowiek z narodu słowiańskiego mieszkający w Europie* (Ж) (ЕК, ГК); *słowiański sąsiad z za wschodniej granicy* (В) (ЕК, ГК). Одна СД із етнічною категоризацією як головною відображає вказівку на походження українця з русинів: *osoba wywodząca się z Rusinów* (П).

До етнічної категоризації зараховуємо СД українця, що містять лексеми *rdzenny*¹⁰⁵, *rodzimy*. Дві СД такого типу містять етнічну категоризацію на першому місці: *rdzenny mieszkaniec obszaru Ukrainy* (2Л) (ЕК, ГК); *rdzenny obywatel Ukrainy* (К) (ЕК, ПК); *rodzimy mieszkaniec Ukrainiec, posługujący się językiem ukraińskim oraz znający kulturę tego kraju* (Ж) (ЕК, МК, КК).

Отже, загалом етнічна категоризація представлена в 307 (28,1%) (ЛБ – 18, Л – 64, Кр – 28, Ж – 61, В – 40, П – 20, Т – 37, К – 39) СД етноніма *Ukrainiec*.

3.1.4. Категоризація самоідентифікації. СД відсилають до категорії самоідентифікації, яка віддзеркалює вимогу, яка проявляється в тому, що українець ідентифікується і виражає почуття зв'язку із Україною. Наведемо приклади СД, де категорія самоідентифікації є основною¹⁰⁶: *osoba identyfikująca się z ukraińską kulturą, historią, językiem, to ktoś, kto jest związany z terytorium Ukrainy* (Кр); *ewentualnie osoba, która czuje się jak obywatel tego kraju (czuje z nim więź)* (Кр); *osoba identyfikująca się z narodem ukraińskim* (3) (П, 2Кр); *osoba, identyfikująca się jako Ukrainiec, uważająca, że należy do narodu ukraińskiego* (П); *człowiek utożsamiający się z ukraińską kulturą* (ЛБ). Остання СД ілюструє проблему нашарування двох категоризацій – культурної і самоідентифікації.

У СД із категорією самоідентифікації актуалізується гетеростереотипний образ українця, як «іноземця», «чужого», «прибульця». Категоризація самоіден-

¹⁰⁵ Дефініції із компонентами *rdzenny*, *rodzimy* зараховуємо до етнічної категоризації з огляду на їхнє значення. Наприклад, лексема *rdzenny* стосується людини, «предки якої первісно були мешканцями цього місця» [WSJP], а слово *rodzimy* означає «того, хто походить з цього народу, племені, країни, будинку» [SJP].

¹⁰⁶ Категоризацію самоідентифікації репрезентують також СД із розбудованою структурою, де вона займає другу чи третю позицію (тобто є непервинною), поєднуючись із іншими категоризаціями: *osoba, zamieszkująca tereny położone za wschód od Polski. Byłe województwa, np. kijowskie, wołyńskie. Ponadto osoba odczuwająca powiązanie z narodem ukraińskim, odczuwająca się tożsamą z tym narodem* (ГК, КСІ); *osoba urodzona na Ukrainie lub mająca rodziców lub przodków ukraińskiego pochodzenia, Ukrainiec musi też w pewnym stopniu utożsamiać się z narodem ukraińskim i sam uznawać się za człowieka tej narodowości* (К) (ГК, ЕК, КСІ, НК); *są to ludzie posiadający wspólną historię, czujący wzajemną więź między sobą, więź narodową* (Ж) (ПК, СК, КСІ); *osoba, pochodząca z Ukrainy, która się tam urodziła lub w wypadku przyjścia na świat w innym państwie, na przynajmniej jednego rodzica w innym państwie, ma przynajmniej jednego rodzica pochodzącego z Ukrainy, a przy tym sama czuje się Ukrainką (Ukraińcem)* (Кр) (ЕК, ГК, КСІ).

тифікації¹⁰⁷ із такими компонентами є первинною в таких СД: *obcokrajowiec w Polsce, mieszkaniac Ukrainy; mieszkaniac Ukrainy, ci, obok Rosji* (П) (КСІ, ГК); *przybysze ze Wschodu, obywatele (mieszkańcy Ukrainy)* (ЛБ) (КСІ, ПК, ГК); *obcokrajowiec, cudzoziemiec, wschodni sąsiad Polski, kraj nienależący do Unii Europejskiej* (Ж) (КСІ, ГК, ПК). Бачення українця крізь призму категорії «такий самий як я, як кожен інший» підтверджує низка СД із самоідентифікацією, у яких вона є первинною¹⁰⁸: *to taki sam człowiek jak ja. Moje środowisko nie jest wrogo nastawione wobec mieszkańców Ukrainy. Moja współlokatorka jest Ukrainką. Mam na uczelni znajomych tej narodowości. Uważam, że Ukraińcy mają takie samo prawo pr. do pracy w Polsce, jak Polacy do pracy na Zachodzie. Ludzi osiadających w Polsce nie powinniśmy oceniać przez pryzmat grupy a jednostki – mają to być zarówno dobrzy jak i źli ludzie* (П) (КСІ, СК, КПК, ГК); *jak każdy z nas jest zwykłym człowiekiem, zamieszkującym dany teren* (Л) (КСІ, ГК); *to człowiek, taki sam, jak ja, tylko narodowości ukraińskiej, a nie polskiej* (Л) (КСІ, ГК).

Отже, загалом категоризацію самоідентифікації відображає 201 (18,42%) (ЛБ – 11, Л – 35, Кр – 11, Ж – 16, В – 8, П – 14, Т – 11, К – 13) СД етноніма *Ukrainiec*.

3.1.5. Національна категоризація. Національна категоризація як головна відображена в СД на кшталт: *osoba narodowości ukraińskiej* (33) (2П, Кр, 9Л, 2В, 3Ж, 6ЛБ, 5К, 5Т); *ktoś, kto określa swoją narodowość jako ukraińska* (Т). Одне визначення лексеми *Ukrainiec* – *osoba innej narodowości niż narodowość polska* (Л) – відображає розміщення українця в категорії «інший» через конфронтацію із польською національністю.

Лише одна СД ілюструє національну категоризацію як первинну: *wrół-cześnie to osoba narodowości ukraińskiej – było, który powstał na skutek upadku*

¹⁰⁷ Непервинну позицію категоризація самоідентифікації займає в СД з компонентом *obcokrajowiec, przybysz: Ukrainiec to mieszkaniac Ukrainy, obcokrajowiec, przybysz* (П) (ГК, КСІ), *osoba z Ukrainy, mówiąca innym językiem, odmienna kulturowo; człowiek, obcokrajowiec* (ЛБ) (ГК, МК, КК, КСІ).

¹⁰⁸ У двох СД самоідентифікація із компонентами *człowiek jak każdy inny* є непервинною: *obywatel świata, jak każdy inny* (2) (Ж, Т) (ПК, КСІ); *obywatel Ukrainy, człowiek jak każdy inny* (2) (Л, Ж). З наведених прикладів бачимо, що маркерами уміщення українця у категорії самоідентифікації є одиниці – *taki sam człowiek jak ja, człowiek jak każdy inny, zwykły człowiek, jak każdy z nas*.

ZSRR, bez wieloletniej tożsamości kulturowej i pradawnych ziem, jak Wielkopolska czy Małopolska dla Polaków (B) (HK, PK, KK).

У всіх інших дво- чи багатокомпонентних СД етноніма *Ukrainiec* національна категоризація є непервинною: *mieszkaniec Ukrainy, członek narodu ukraińskiego* (Kp) (ГК, НК); *mieszkaniec Ukrainy, narodowości ukraińskiej, mówiący językiem ukraińskim* (Ж) (ГК, НК, МК); *obywatel Polski, człowiek narodowości Ukrainy* (Ж) (ПК, НК); *osoba, która urodziła się na Ukrainie lub ma narodowość ukraińską. Jest to również osoba, która czuje się Polakiem, szanuje ten kraj, nie czuje się w nim obco, tylko bezpiecznie* (Ж) (ГК, НК, КСІ, СК).

Отже, загалом національна категоризація відображена у 77 (7,05%) (Лб – 7, Л – 21, Кр – 7, Ж – 16, В – 4, П – 4, Т – 7, К – 11) СД аналізованої назви.

3.1.6. Мовна категоризація. Мовну категоризацію представляють СД етноніма *Ukrainiec*, де за критерій українськості респонденти вважають знання української мови. Мовна категоризація лише у двох СД виступає на першому місці (первинна), а в інших займає другу або третю позицію (непервинна), тобто є частиною дефініцій із більш розбудованою структурою. Наведемо приклади СД лексеми *Ukrainiec* із мовною категоризацією як первинною: *osoba, która zna język i kulturę oraz z rodziną jest z Ukrainy* (Т) (МК, КК, ЕК). Мовну категоризацію як непервинну містять СД на кшталт: *osoba urodzona na terenie Ukrainy albo co najważniejsze wychowana przez ukraińskich rodziców, identyfikująca się z narodem, posługująca się językiem ukraińskim* (П) (ГК, ЕК, КСІ, МК); *osoba pochodzenia ukraińskiego, posługująca się językiem i znająca własną kulturę* (2) (П, Кр) (ЕК, МК, КК) та ін¹⁰⁹. У СД мовна категоризація поєднується із категорією самоідентифікації, яку експонують лексеми *inny, odmienny, obcokrajowiec*: *osoba z Ukrainy, mówiąca innym językiem, odmienna kulturowo, człowiek, obcokrajowiec* (ГК, МК, КК, КСІ). Цей приклад ілюструє явище взаємонакладання категоризацій.

¹⁰⁹ Однотипними дефініціями із мовною категоризацією як непервинною є: *mieszkaniec Ukrainy, który się tam urodził, posługuje się tym językiem, szanuje wartości i tradycje Ukrainy* (3) (Лб, 2К) (ГК, МК, КК); *osoba urodzona i mieszkająca na Ukrainie, mówiąca po ukraińsku* (2) (Л, Лб) (ГК, МК); *osoba, która pochodzi z Ukrainy, urodziła się tam, mówi w języku Ukrainy i czuje się związana z Ukrainą* (Ж) (ЕК, МК, КСІ); *obywatel Ukrainy, identyfikujący się kulturowo z tym krajem, mówiący w języku ukraińskim jako ojczystym* (Ж) (ПК, КСІ, МК).

У відповідях з'являються окреслення українця як особи, що розмовляє російською мовою: *obywatel Ukrainy, bez konkretnych informacji o danej osobie, osoba posługująca się językiem ukraińskim lub rosyjskim (języki są często mylone i często rozpoznawane)* (Ж) (ПК, МК); *mieszkaniec państwa Ukraina, który mówi w języku ukraińskim lub rosyjskim, identyfikujący się z tą narodowością* (Ж) (ГК, МК, КСІ); *osoba mieszkająca na Ukrainie, umiejąca posługiwać się językiem ukraińskim i, lub rosyjskim* (Ж) (ГК, МК); *osoba, która mieszka na Ukrainie i mówi po ukraińsku lub rosyjsku, albo nawet to i to* (Ж) (ГК, МК).

Отже, загалом мовна категоризація представлена в 72 (6,59%) (Лб – 8, Л – 8, Кр – 11, Ж – 16, В – 8, П – 5, Т – 9, К – 13) СД.

3.1.7. Культурна категоризація. Серед інших типів категоризацій у СД етноніма *Ukrainiec* представлено також культурну категоризацію. Лише дві СД відображають культурну категоризацію як первинну, за якою слідують інші способи категоризації: *związana z tradycjami i historią Ukrainy, która darzy ten kraj szacunkiem* (Кр) (КК, ПК); *osoba, która żyje i według tradycji i kultury ukraińskiej, zna język, kulturę i tradycję* (К) (КК, МК). Варто, однак, наголосити, що ця категоризація переважно виступає непервинним складником у багатокомпонетних СД аналізованого етноніма, наприклад: *mieszkaniec Ukrainy, który się tam urodził, został wychowany oraz zna i praktykuje ukraińskie tradycje i zwyczaje* (Т) (ГК, ЕК, КК, ПК); *mieszkaniec Ukrainy, ludność zamieszkująca Ukrainę, posługująca się takim językiem, zachowująca kulturę i zwyczaje tam panujące* (Ж) (ГК, МК, КК), *obywatel Ukrainy, spadkobiorca dziedzictwa kulturowego Ukrainy* (Кр) (ПК, КК).

Отже, культурна категоризація відображена в 48 (4,4%) СД етноніма *Ukrainiec* (Лб – 8, Л – 9, Кр – 5, Ж – 8, В – 7, П – 5, Т – 6, К – 6).

3.1.8. Комунікативно-психічна категоризація. Комунікативно-психічна категоризація в більшості СД є непервинною: *mieszkaniec Ukrainy, fajny, normalny człowiek* (К) (ГК, КПК); *osoba, która ma charakterystyczny akcent i mieszczą często swój język z językiem polskim podczas rozmowy z Polakiem, zazwyczaj postrzegam je jako osoby wesołe i sympatyczne* (Ж) (МК, КПК).

Отже, загалом комунікативно-психічну категоризацію виявлено в 19 (1,74%) СД (Лб – 1, Л – 3, Кр – 2, Ж – 1, В – 3, П – 2, Т – 4, К – 3).

3.1.9. Суспільна категоризація. СД із суспільною категоризацією віддзеркалюють образ українця – брата, друга, союзника поляка шляхом уживання одиниць *przyjaciel*, *polsko-ukraińska przyjaźń*, *wschodni brat Polaka*, *słowiańscy przyjaciele*, *brat zza między*, *bliski kulturowo*. Лише одна СД представляє суспільну категоризацію як основну: *wschodni brat Polaka* (Т). Із семантикою приятельства, дружби і союзництва суспільна категоризація частіше є непервинною: *osoba urodzona na Ukrainie z obywatelstwem. Ukraina jest narodem nam przyjaznym, bliskim sercu, wrostamy w tejże polsko-ukraińskiej przyjaźni ku nowej wolnej demokratycznej Europie* (Кр) (ГК, СК); *sąsiad, sojusznik, sąsiadka, sojuszniczka, ktoś dość bliski kulturowo, mamy wspólnego wroga, powinniśmy się wspólnie wspierać. To osoba, w której kraju trwa wojna* (П) (ГК, СК, КК, КСІ); *osoba z rodowodem ukraińskim i lwowskim*¹¹⁰, *sąsiad Polaków, brat zza między* (Ж) (ЕК, ГК, СК); *często postrzegani są jako nasi słowiańscy przyjaciele, obywatel Ukrainy*¹¹¹ (Ж) (КСІ, СК, ПК, ЕК).

До суспільної категоризації залічуємо СД, на підставі яких формується гетеростереотипний образ українця-студента в Польщі. СД такого типу містять суспільну категоризацію як непервинну: *mieszkaniec Ukrainy, osoby narodowości, której duży procent aktywnie studiuje, uczciwie pracuje w Polsce* (Ж) (ГК, НК, СК); *osoba zza wschodniej granicy Polski, o słowiańskiej urodzie; mieszkaniac, mieszkanka Ukrainy, ambitny student, mieszkaniac akademika* (Лб) (ГК, ЗВК, СК); *obywatel Ukrainy, często są to studenci w Polsce, chcący się rozwijać zawodowo* (Кр) (ПК, СК, КК). В останній СД міститься маркер типовості і узагальненості судження – іменник і дієслово у формі множини та прислівник із функцією повторюваності (*często, są, studenci*).

¹¹⁰ У запропонованій жешівським респондентом дефініції, окрім українського родоводу, згадується львівський як важливий маркер ідентифікації українця. Це, як можна припустити, зумовлено географічною близькістю двох міст: польського Жешова і українського Львова.

¹¹¹ Ця СД із жешівського студентського середовища містить маркер типовості і пересічності твердження – вжиті у формі множини іменники і дієслова, а також прислівник, що вказує на частоту явища (*słowiańscy przyjaciele, są postrzegani, często*).

До суспільної категоризації залічуємо окреслення українця-емігранта, яке займає непервинну позицію в СД: *to przede wszystkim mieszkaniac Ukrainy, kraju graniczącego z Polską na wschodzie. Ze względu na napiętą sytuację polityczną w swoim kraju często emigruje do innych krajów europejskich, w tym do Polski* (П) (ГК, СК); *ktoś, kto zmaga się z wojną i wyjeżdża ze swojego kraju w poszukiwaniu lepszych warunków do życia* (Л) (ПК, СК); *osoba, urodzona na Ukrainie, która tam mieszka, jednak często też emigruje w poszukiwaniu lepszych warunków do życia* (Ж) (ГК, СК); *osoba, która nie jest w stanie rozwijać się we własnym kraju, więc musi emigrować* (К) (КК, СК).

Суспільну категоризацію представляють СД, в яких українця окреслено як дешеvu робочу силу, а також людину, що має проблеми з алкоголем. Ця категоризація із таким семантичним наповненням є основною в одній СД: *często w Polsce pracownik, tania siła robocza, ma problem z alkoholem* (Т)¹¹². У декількох СД суспільна категоризація українця з огляду на працю є непервинною і виступає в поєднанні з іншими категоризаціями: *tani pracownik, który bywa nieuczciwy i niedokształcony* (Т) (СК, КПК, КК). Одна СД із суспільною категоризацією як первинною експонує гостинність українця: *gościnna osoba ze Wschodu* (В) (СК, ГК).

Отже, суспільну категоризацію виявлено в 63 (5,77%) (ЛБ – 9, Л – 7, Кр – 8, Ж – 9, В – 7, П – 6, Т – 9, К – 8) СД лексеми *Ukrainiec*.

Отже, на основі аналізу СД простежено, що при дефініюванні етноніма *Ukrainiec* респонденти застосовують такі способи категоризації: географічну (480), політичну (362), самоідентифікації (201), національну (77), мовну (72), суспільну (65), культурну (48), комунікативно-психічну (19), «зовнішній вигляд» (1) (див. Додаток 18). Відображені в СД аспекти значення слова *Ukrainiec* є значно ширшими, ніж ті, що зафіксовані у словниках польської мови і зводяться до етнічного, географічного, національного та політичного або одного з них. Відтак, українець, на думку польської молоді, – це мешканець України,

¹¹² Однак ці дефініції переважно виявляємо серед носіїв стереотипних суджень із Торуня, що географічно є віддаленими від території України, відповідно мають більш опосередковані, рідші контакти.

особа, що проживає і народилася в Україні, громадянин України, має паспорт України, європеєць, особа українського походження, слов'янин, розмовляє українською мовою, відчуває зв'язок із Україною, ідентифікує себе з українським народом, декларує своє позитивне ставлення до українських традицій, культури. Українець у колективній свідомості польських студентів – це брат, друг, іноземець, студент, весела, добра людина, яка викликає симпатію, але водночас живе в страху стосовно можливої війни із росією.

3.2. Відповідники етноніма *Ukrainiec*

Метою запитання *Proszę podać wyrazy, których Pan(i) (albo ktoś inny) używa zamiast słowa Ukrainiec* було зібрати відповідники етноніма *Ukrainiec*, тобто мовні одиниці з тією самою референцією. Варіанти відповідників аналізованої лексеми запропонувало 769 респондентів (64,4%), а не відповіло на запитання 426 осіб (35,6%). Варто наголосити, що на запитання про відповідники етноніма *Ukrainiec* не відповіло більше респондентів, ніж на аналогічне запитання про поляка. Це може засвідчувати існування невеликого синонімічного ряду слів-замінників назви *Ukrainiec* у мовній свідомості польської молоді. Як і для поляка, замість назви *Ukrainiec* респонденти подають словозмінні форми слів, антропоніми, а також – з огляду на вільне трактування суті запитання – пропонують парафрази, словосполучення, речення й більш розлогі за структурою коментарі. Респонденти зазначають також ремарки – відповідні слова або короткі роз'яснення стосовно стилістичного забарвлення і експресивно-емоційних особливостей уживання пропонованої лексеми. Фактичний матеріал аналізу охоплює 930 одиниць (разом із повторами), які польські студенти пропонують уживати для номінації українця, із урахуванням студентських ремарок і коментарів. Зібрані відповідники етноніма *Ukrainiec* представляють кілька способів категоризації цих лексем: географічну, суспільну, політичну, культурну, національну, етнічну, «зовнішній вигляд». Схему викладу практичного аналізу студентських номінацій українця представляємо за

аналогією до підрозділу про відповідники лексеми *Polak* – від способів категоризації до їхнього кількісного й семантичного наповнення.

3.2.1. Географічна категоризація. Як складові географічної категоризації частими є одиниці – номінації українця як сусіда: *sąsiad* (30) (В, Лб, Ж, К, Кр, Л, Т) (*biorąc pod uwagę sąsiedztwo*) (В), *sąsiad ze wschodu* (21) (Ж, Л, Лб, П), *sąsiad ze wschodniej granicy* (2) (К, Кр), *wschodni sąsiad* (6) (4Кр, 2Л), *sąsiad Polski* (2) (Л, П). Одна студентська відповідь є додатковим коментарем до наведеного відповідника *sąsiad* і наголошує на близьких щоденних контактах поляків з українцями: *w życiu nie użyłem innych, choć na sąsiadów w akademiku mówię «sąsiedzi»¹¹³* (Л). Натрапляємо на одиниці, що відображають дистанцію: *ci ze wschodu* (2) (Лб, Л), *osoba ze wschodniej granicy* (Л), *osoba mieszkająca na kresach* (Л), *ten, ta ze wschodu* (2П), *osoba ze Wschodu* (6) (П, Т, Лб, Ж), *ktoś ze wschodu* (2Т), *ludzie Wschodu* (2) (В, Кр). Високі позиції в рейтингу студентських номінацій українця займають одиниці з географічною категоризацією, що відсилають до його місця проживання: *mieszkaniec Ukrainy* (37) (Ж, К, Л, Кр, П, Лб, Т), *mieszkańcy Ukrainy* (2В), *mieszkaniec Wschodu* (В). Вроцлавський респондент ідентифікує українця із мешканцем заходу – *mieszkaniec Zachodu* (В). Одна одиниця називає українця – *prawie wschodniak* (2) (К, Кр). Виявляємо назви мешканців міст і регіонів як відповідники слова *Ukrainiec*: *kijowianin* (5) (2К, В, 2Ж), розмовний варіант *Wołyniak* (П).

3.2.2. Політична категоризація. Серед відповідників етноніма *Ukrainiec* виявлено одиниці, на основі яких експонується стереотипний образ українця-бандерівця: *banderowiec*¹¹⁴ (22) (Ж, П, К, Лб, В, Т, Кр), *banderowcy* (13) (Л, В, Ж, Лб). Виокремлюємо сегмент студентських висловлювань, поряд із відповідником *banderowiec*, у яких стверджується невідповідність і недоцільність уживання таких номінацій: *mówi się tylko Ukrainiec, ale jednak mi się przypomniało – banderowiec, upowiec, ale tak się nie powinno mówić* (П); *używam tylko Ukrainiec,*

¹¹³ Цей коментар може засвідчувати нашарування способів категоризації, а отже спонукати до зарахування слова *sąsiad* до суспільної категоризації з огляду на сусідство в гуртожитку.

¹¹⁴ Подаючи ці лексеми, респонденти зазначають такі ремарки: *zazwyczaj określenie pejoratywne* (Ж); *obraźliwie na nacjonalistów* (Л), *do niektórych Ukraińców nastawionych antypolsko* (Л).

ale słyszałam osoby, które nazywają Ukraińców banderowcami (П); *nie ja, słyszałem u innych ludzi* (В). 5 разів натрапляємо на назву *upowiec* (5) (К, Лб, Ж, Т) і аббревіатуру *UPA* (5) (В, Кр, Лб). З огляду на громадянство респонденти приписують етноніму *Ukrainiec* такі відповідники: *obywatel Ukrainy* (24), *obywatel Europy Wschodniej* (В). На позначення українця респонденти також пропонують уживати одиниці, що відсилають до початку антитерористичної операції на сході країни в 2014 році: *osoba uciekająca przed wojną* (В).

3.2.3. Етнічна категоризація. Одиниці, що, на думку польської молоді, можна вживати як відповідники етноніма *Ukrainiec*, стосуються етнічної категоризації: *człowiek pochodzący z Ukrainy* (Ж), *kobieta pochodząca z Ukrainy* (Ж), *mężczyzna pochodzący z Ukrainy* (Ж). Респонденти звертають увагу на належність українців до слов'янської спільноти: *Słowianie* (В), *Słowianin* (7) (В, Ж, Кр, Т, П), *wschodni Słowianin* (Л), *Słowianka* (3) (В, Л, К). Увиразнюється – серед інших одиниць фактичного матеріалу – відповідник *kozak* (16) (2П, 2Лб, 5Ж, 2К, 2Кр, 3В). Актуалізація гетеростереотипного бачення українців як людей, що походять з Кресів – колишніх польських земель на сході – відбувається на підставі одиниць: *kresowiec* (2) (В, Л), *kresowiak* (2) (К, П). Респондент із Катовіц уточнює, що так називали старших давніх українців: *na starszych dawnych Ukraińców* (К).

3.2.4. Категоризація самоідентифікації. У всіх, охоплених анкетуванням студентських середовищах, з'являються одиниці, що відсилають до категорії самоідентифікації. Наприклад, у межах цієї категорії вміщуємо номінації українця як іноземця: *obcokrajowiec* (71) (*bardzo ogólnikowo*) (В), *cudzoziemiec* (28). Ставлення польської молоді до українців із дистанцією підтверджують такі одиниці, як: *obcy* (10) (В, К, Л, П), *inny* (2) (В, Л), *osoba z innego kraju* (2Л), *nie swój* (К). У середовищі жешівських студентів один раз натрапляємо на відповідник *swój* (Ж), а назви українця – *nasz* (В), *nasi* (К) знаходимо у відповідях студентів із Катовіц та Вроцлава. У категорії «свій» уміщуємо також транслітерацію польською мовою українського слова *земляк* – *ziemlak* (2) (К, П), а також запропоновану жешівським студентом назву – *miejscowy* (Ж).

3.2.5. Національна категоризація. Респонденти часто пишуть, що використовують лише слово *Ukrainiec* (31), а також форму множини – *Ukraińcy*¹¹⁵ (16) (Ж, К, Лб, Л, В). Тричі респонденти замість етноніма пропонують уживати назву держави – *Ukraina* (3) (В, 2Л). Серед номінацій 15 разів виявлено етнонім – *Rosjanin*¹¹⁶ (15) (Лб, Кр, Л, К, Ж, Т) і 2 рази етнонім *Rosjanka* (2) (Л, Ж). Частою є назва *Rusek* (67). У досліджуваному матеріалі низка одиниць уживається із історичною конотацією, наприклад: *ruski* (34), *ruska* (10) (В, Ж, Лб, Л, К, П), *ruscy* (6) (В, Л, Ж). Польські студенти слово *ruscy* вважають неввічливим і образливим: *ale uważam, że nie należą do zbyt grzecznych, moja koleżanka Rosjanka uważała to za obrazę* (Ж). Поряд із одиницею *ruski* респондент пише: *czasami słyszę, że mieszkańców wschodnich terenów generalizuje się pogardliwym «ruski»* (П). Звідси бачимо, що аналізована лексема вживається зневажливо щодо осіб зі східних територій.

Меншу репрезентацію мають одиниці: *rusin* (2) (В, П), *Rusin*¹¹⁷ (5) (2Л, 2К, Ж). Рідше студенти пропонують уживати назви, що корелюють із національною категоризацією: *osoba narodowości ukraińskiej* (2) (Кр, П).

3.2.6. Мовна категоризація. Серед відповідників лексеми *Ukrainiec* виокремлюємо приклади із мовною категоризацією: *osoba biegle posługująca się językiem ukraińskim jako językiem ojczystym* (Ж), *mówiący po rosyjsku* (В). До характерного способу вимови відсилають такі відповідники аналізованої лексеми: *zaciągacz* (К), *mieszkaniec ze wschodnim akcentem* (Т), *szoszon* (19) (П,

¹¹⁵ Підтвердженням уживання цих лексем засвідчують студентські коментарі у вигляді ремарок – *bardzo ogólnikowo* (В), *na zbiorowość* (В). Дві студентські відповіді у вигляді уточнень поряд зі словом *Ukrainiec* містять такі доповнення: *nikt z mojego otoczenia i ja nie używamy innego słowa, niż Ukrainiec* (2Ж).

¹¹⁶ Наведення цих відповідників лексеми *Ukrainiec* польські студенти пояснюють схожістю мов (української і російської), характерним способом вимови і наголошування слів або використанням російської мови серед українців. Увиразненням цих студентських точок зору є більш розлогі висловлювання, що з'являються у вигляді коментарів поряд із поданим відповідником *Rosjanin*, наприклад: *ze względu na podobny język* (Т); *często pomyłka ze względu na posługiwanie się przez Ukraińców językiem rosyjskim* (Л); *jeśli ktoś ma akcent, to nie widać, skąd jest, tylko ze wschodu* (Т). Студентські твердження свідчать про усвідомлення ними помилкових уявлень деяких поляків про вживання етноніма *Rosjanin* або через відсутність відповідних знань про українців: *takie określenia używane są z niewiedzy lub przez pomyłkę: ewentualnie przez pomyłkę Rosjanin, kiedy nie jestem pewna narodowości* (В); *często myłone z Rosjanami* (Л); *Ukraińcy bywają myleni z Rosjanami, jednak nie jest to synonim, a raczej wynika z niewiedzy, uproszczeń dotyczących całego wschodu* (Л). Двоє студентів поряд з лексемою *Rosjanin* зазначають: *Ukrainiec z Krymu* (Т); *pseudo-mieszkaniec dawnych ziem Rzeczypospolitej, które jest zasadniczo różne od Rosjanin* (П).

¹¹⁷ Лексема *Rusin* в польській мові є особовою назвою від слова *Ruś*. У XIX і на початку XX ст. назва *Rusin* уживалася для номінації українців, які проживали в Галичині [WSJP].

6ЛБ, Кр, Л, К, 7Ж). Один із респондентів подає таке тлумачення запропонованої лексеми: *mi znajomi tłumaczyli, że to ze względu na powtarzane przez Ukraińców słowo szo, czyli nie ma być to określenie obraźliwe* (Л). Натомість прикладом із анкет є також відповідник – *szon* (Ж), який, на думку одного зі студентів, відсилає до характерного «шо», притаманного українській розмовній мові.

3.2.7. Культурна категоризація. Виокремлюємо низку одиниць, що називають українця у векторі освітнього процесу: *erasmus* (6) (3Ж, К, 2Л), *erazmusy* (Л), *student z za granicy* (Т), *studenci ze wschodu* (2) (В).

3.2.8. Категоризація «зовнішній вигляд». Про зовнішній вигляд українців свідчать такі відповідники аналізованого етноніма: *brudas* (20) (П, К, Л, ЛБ, Ж, В, Т). Респонденти, однак, пояснюють, що це окреслення уживають не вони самі, а інші особи: *nie ja używam takiego określenia, ale słyszałam je* (Л), *inni (znajomi) używają niestety określenia brudas* (В).

Отже, зібраний анкетний матеріал засвідчує, що запропоновані респондентами відповідники відсилають до таких способів категоризації: національна (176) (18,92%), географічна (126) (13,54%), суспільна (124) (13,33%), самоідентифікація (121) (13,01%), політична (77) (8,27%), етнічна (36) (3,87%), мовна (25) (2,68%), «зовнішній вигляд» (23) (2,47%), культурна (10) (1,07%) (див. Додаток 19). Найширше відображена суспільна категоризація, на тлі якої увиразнюються такі відповідники: *Rusek* (67) (7,2%), *ruski* (34) (3,65%), *rusin* (5) (0,65%), а також аналізований етнонім *Ukrainiec* (31) і його словозмінна форма множини – *Ukraińcy* (16) (див. Додаток 20). У межах суспільної категорії часто згадуваними є: номінації українця як імігранта, біженця – *immigrant* (25) (3,25%), *uchodźca* (14) (1,82%), *przyjezdny* (4) (0,52%), антропоніми *Sasza* (10) (1,07%), *Saszka* (7) (0,91%), лексеми, що семантично стосуються праці і фінансового становища українця – *robot* (12) (1,56%), *biedak* (7) (0,91%), назви, що відображають уявлення про українця як про брата поляків – *brat* (6) (0,78%) (*brat ze wschodu, wschodni brat*). Суспільну категоризацію часто репрезентують – серед іншого – загальні назви людини, зокрема й з огляду на стать: *człowiek* (6), *mężczyzna* (6), *kobieta* (5). У географічній категоризації над усіма іншими відповідниками превалюють

номінації українця як сусіда поляків (60) (6,45%) – *sąsiad* (30), *sąsiad ze wschodu* (21), *wschodni sąsiad* (6), а також назви з огляду на місце проживання – *mieszkaniec Ukrainy* (37), *osoba ze Wschodu* (6), *kijowianin* (5). Урахування географічного чинника при аналізі відповідників етноніма *Ukrainiec* дає можливість простежити відмінності між уявленнями серед студентів із заходу і сходу Польщі. У відповідях респондентів із Торуня, Лодзі, Познаня, Вроцлава частіше з'являються назви із категорій схід-захід: *ci ze wschodu*, *osoba ze wschodniej granicy*, *osoba ze Wschodu*, *ktoś ze wschodu*, *ludzie Wschodu* та ін. Ближче географічне розташування Жешова і Любліна біля кордону з Україною зумовлює частішу появу в анкетах студентів із цих міст номінації українця сусідом. Відповідно в межах категорії самоідентифікації частими є назви українця як іноземця або чужого: *obcokrajowiec* (71) (7,6%), *cudzoziemiec* (28) (3,01%), *obcy* (10) (1,07%). Домінантними в межах етнічної категорії є назви українця з огляду на ідентифікацію зі слов'янами – *Słowianin* (7), козаками – *kozak* (16), а також мешканцями давніх польських земель. У політичній категоризації превалюванням характеризуються відповідники, що називають українця громадянином України, бандерівцем або упівцем: *obywatel Ukrainy* (24), *banderowiec* (22), *banderowcy* (13), *upowiec* (5), *UPA* (5). Найчастіше про культурну категоризацію свідчать відповідники, що стосуються освітнього процесу: *erasmus* (6). Найбільшу частоту вияву у мовній категоризації має слово із такою самою референцією, як українець, що стосується особливостей мови репрезентанта української національності і характерного запитання «шо»: *szoszon* (19). З огляду на частіші мовні контакти і українську мову українців в Любліні і Жешові це слово має більшу кількість згадок серед студентів із цих міст. У межах категорії «зовнішній вигляд» найчастішим є відповідник *brudas* (20).

3.2.9. Суспільна категоризація. Як відповідники етноніма *Ukrainiec* респонденти подають передусім антропоніми¹¹⁸, де імена з російським фонічним оформленням переважають над українськими за звучанням іменами: *Sasza* (10)

¹¹⁸ Деякі респонденти стверджують, що використовують лише ім'я конкретної людини як відповідник до лексики *Ukrainiec*, наприклад: *używać imienia tej osoby* (2В); *człowiek po imieniu* (Л); *imię konkretnego człowieka* (Л); *imię, jeśli chodzi o konkretną osobę* (ЛБ); *po prostu imię tej osoby, jeśli się je zna* (К). В одному студентському коментарі є згадка про використання для номінації українця типових українських імен: *typowe ukraińskie imiona* (Ж).

(6Ж, 4К), *Saszka* (7) (2Л, Кр, 4В) (*żartobliwie*) (Л), *Iwan* (4Л), *Swietłana* (2) (Л, Ж), *Wasyl* (В), *Włodimir* (Ж), *Tatiana* (*żartobliwie*) (Л), *Borys* (Л), *Igor* (ЛБ), *Oleg* (К), *Siergiej* (2) (В, Кр). Як бачимо на основі наведених прикладів, антропоніми поширені у відповідях респондентів із 6 студентських осередків – усіх, окрім познанського і торунського середовищ. Відповідники актуалізують опозицію «свій – чужий», де до категорії «свого» відсилають, наприклад, одиниці – назви брата і сестри: *bracia Słowianie* (К), *brat Słowianin* (Л), *bracia Ukraińcy* (Кр), *bracia wschodni* (Л), *brat (wspólna historia)* (Т), *brat ze wschodu* (Л), *siostra ze wschodu* (Л)¹¹⁹. Дружнє ставлення польських студентів до українців актуалізується на основі одиниць – *przyjaciel ze wschodu* (2) (Ж, Кр), *kolega* (2) (ЛБ, В), *towarzysz ze wschodu*¹²⁰ (Ж).

Гетеростереотипний образ українця-емігранта формується на підставі таких одиниць з суспільною категоризацією: *imigrant*¹²¹ (25) (4П, 6В, 3ЛБ, 7Л, 5К), *imigranci ze wschodu* (В). З огляду на іміграцію українцям польська молодь приписує теж такі способи номінації, як: *uchodźca*¹²² (14) (В, Ж, К, ЛБ, П, Т), *przyjezdny* (4) (Л, К, Ж, В) (*w kontekście Ukraińców mieszkających lub pracujących w Polsce*) (В).

Запропоновані студентами одиниці як номінації українця стосуються лексико-семантичного поля «праця» і з різним семантичним чи стилістичним забарвленням називають людину, яка є працевлаштованою в певному місці. Студенти подають нейтральний гіперонім *pracownik* (3Л) і його відповідник *robot* (12) (П, Т, ЛБ, Л, К, В), що має експресивно-емоційне забарвлення –

¹¹⁹ Ці приклади увиразнюють конструювання більш позитивного гетеростереотипного образу українця пропорційно до збільшення відстані міст від кордону з Україною. Відповідно, можемо припустити, що перцепція українця як брата чи сестри детермінована посередніми контактами.

¹²⁰ Запропонована респондентами одиниця як номінація українця може мати негативне забарвлення й уживатися у значенні члена комуністичної або соціалістичної партії (див.: [WSJP]).

¹²¹ Респондентка з Лодзі, наприклад, пояснює, що українців інколи називають іммігрантами, але це не стосується лише цієї однієї національності: *nie słyszałam synonimów tego słowa, choć czasami w mediach są mianem «imigrantów», ale nie dotyczy to tylko jednej narodowości* (Л).

¹²² Варто наголосити, що поряд із пропозицією вживати слово *uchodźca* як відповідник етноніма *Ukrainiec*, респонденти додають: *tak ogólnie mówi się o ludziach pochodzących ze Wschodu, dodając, że mówią tak ogólnie o ludziach zza wschodniej granicy, bez rozróżnienia narodowości, co zwykle chodzi o Ukraińców* (В), *tylko niektórzy nazywają Ukraińców uchodźcami* (П). Звідси випливає, що запропонована респондентами назва може вживатися як загальна назва всіх людей, що походять з-поза східного кордону Польщі або цю назву використовують лише деякі люди. Можемо припустити, що йдеться про біженців зі сходу після 2014 року, що спричинило домінування російського звучання антропонімів.

вживається із зневагою [WSJP]. Натрапляємо також на слово *robotnik* (3) (К, Лб, Т), яке в польській мові означає «платного працівника, який для виконання обов'язків застосовує фізичну силу і м'язи» [WSJP]. Одна одиниця свідчить про неохоче ставлення українців до праці – *leniwi* (В).

Кілька одиниць, які студенти вживають у функції номінації українця, стосуються його фінансової ситуації: *człowiek w trudnej sytuacji majątkowej* (Лб), *biedak* (7) (4Ж, 2Т, К), *ci, co przyjechali do Polski i zarabiać na utrzymanie swoje i swojej rodziny* (Л).

Суспільний спосіб категоризації відображають, наприклад, такі відповіді: *człowiek* (6) (П, Л, 3Ж, В), *kobieta* (5) (К, 2П, Кр, Л), *mężczyzna* (6) (К, Л, П, Лб, Кр, Ж), *chłopak* (2) (В, Кр), *dziewczyna* (В). Можна припустити, що географічне близьке розташування Любліна і Жешова зумовило появу у відповідях студентів із цих міст більше прикладів із негативними конотаціями: *hołota* (Лб), *mafia* (Ж), *bydło* (Ж), *przybłęda* (2Ж), *kaban* (8Ж). Однак варто наголосити, що в люблінській групі представлені також позитивно марковані відповідники етноніма *Ukrainiec*: *fajni ludzie* (Лб), *mile społeczeństwo* (Лб).

3.3. Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього» та «ідеального» українця

3.3.1. Гетеростереотипні риси «типового» українця. Ця частина праці присвячена дослідженню гетеростереотипних рис «типового» українця, що зібрані на основі запропонованого студентам запитання – *Proszę podać cechy, które charakteryzują typowego Ukraińca*. На це запитання зазначив відповіді¹²³

¹²³ Однак студенти не завжди могли подати відповідну рису українця – серед анкетних відповідей знаходимо розлогі висловлювання про неможливість уніфікувати образ людини за національністю чи про відсутність моделі «типового»: *uważam, że nie istnieją takie cechy, każdy jest inny i narodowość nie ma nic wspólnego* (3Л); *każdy człowiek jest inny* (6) (4В, Л, К); *nie jestem rasistką, nie przesądzam kogoś ze względu na narodowość* (Л); *zależy od charakteru danej osoby* (2Ж); *myślę że są to zwyczajne osoby, takie jak my, nie różniące się niczym od nas, mające podobne usposobienie są mili* (Ж); *nie ma takiego jak typowy Ukraińiec, Polak czy Niemiec, każdy człowiek jest inny i uogólnianie na gruncie pochodzenia jest krzywdzące* (К); *nie różnią się od cech typowego przedstawiciela danej grupy wiekowej* (К); *nie klasyfikuje wszystkich do jednego schematu, myślę, że to dobrzy ludzie* (Ж). Декілька студентських відповідей із різних осередків звертають увагу, що це запитання нав'язує стереотипне мислення: *taki sam jak inni ludzie z innych krajów to pytanie zmusza do stereotypowego podejścia* (К); *jest inny nie powielam stereotypów* (Л); *nie kieruje się stereotypami* (3В). На основі поданих коментарів, припускаємо, що в свідомості студентської молоді не завжди присутня конкретна, реальна інформація про українця з огляду на те, що він є представником іншої національності.

1051 (87,9%) студент. Не відповіло на цей пункт анкети 144 респонденти, що становить 12,05% опитаних. Як і аналогічне запитання про «типового» поляка, це запитання передбачало зібрання реальних, типових рис українця у свідомості пересічних поляків. Аналізу піддаємо 1887 (разом із повторами) одиниць – експонентів рис «типового» українця, що з'являються в анкетних відповідях більше, ніж двічі. Деякі приклади студентських коментарів у цьому підрозділі репрезентують типовість, загальність ознаки, адже вживаються із прислівниками *często*, *zawsze*, іменниками і дієсловами у множині.

Подані респондентами одиниці на позначення рис «типового» репрезентанта української національності відсилають до комунікативно-психічного, суспільного, культурного, політичного аспектів та аспекту «зовнішній вигляд». Комунікативно-психічний аспект – аналогічно до його наповнення для «типового», «справжнього», «ідеального» поляка – стосується індивідуальних комунікативних і психічних рис українця. Суспільний аспект представляє характеристики українця, детерміновані суспільними нормами та цінностями, а також – з огляду на його взаємодію із суспільством. Культурний аспект охоплює освіченість людини, а також властивості її особистої культури і релігійну належність. Експоненти політичного аспекту є виявом патріотичної позиції українця, його ставлення до історії України і свого походження. Детермінантами аспекту «зовнішній вигляд» є ознаки зовнішності людини.

3.3.1.1. Комунікативно-психічний аспект. Найбільша кількість прикладів стосується комунікативно-психічного аспекту. Слово *pewny siebie* (16) (5В, 3Ж, 2К, Л, Лб, 3Кр, П) у межах цього аспекту – за аналогією до згаданої одиниці в образі «типового» поляка – вважаємо амбівалентним. Словникове визначення лексеми *pewny siebie* свідчить про її позитивне забарвлення (порівн., «такий, який вірить у свої можливості і є переконаний у своїй цінності, тому поводить впевнено і рішуче» [WSJP]). Однак поширені у розмовній польській мові контексти слововживання цієї лексеми репрезентують її словосполучуваність із словами, що вказують на надмірну інтенсивність цієї ознаки (порівн., наприклад, *zbyt pewny siebie*, *nadmierna pewność siebie*).

Лексема *gadatliwy* (6) (ЗЛ, 2В, ЛБ) є амбівалентною, адже може мати позитивне і негативне забарвлення. З одного боку, це слово характеризує людину, яка охоче і багато говорить, є красномовною, а з іншого – поєднується із пейоративно забарвленими лексемами – *gadatliwy i pewny siebie, gadatliwy i wścibski, bardzo, strasznie, zbyt gadatliwy, gadatliwa baba*, має негативне забарвлення [WSJP]. Слово *nieśmiały* (7) (Л, Кр, ЛБ, К, В, 2Т) може мати позитивне і негативне забарвлення. Відповідно до словникового визначення цей прикметник має негативне забарвлення і описує людину, яка в контактах з іншими людьми є сором'язливою, невпевненою в собі та відчуває заклопотаність й неспокій [WSJP]. Слово *nieśmiały* частіше сполучується із позитивними або нейтральними лексемами, наприклад: *nieśmiały i delikatny, nieśmiały i mało mówny, nieśmiały i wstydlivy; cichy i nieśmiały, skromny i nieśmiały, wrażliwy i nieśmiały* [WSJP]. Амбівалентністю значення характеризується також лексема *małomówny* (4) (Л, 2К, Ж), яка описує «того, хто рідко і неохоче відзивається» [WSJP]. Вміщені в словнику польської мови словосполуки представляють її позитивну (*cichy i mało mówny, nieśmiały i mało mówny*) та негативну маркованість (*małomówny i skryty, mało mówny i zamknięty w sobie*) [WSJP]. Амбівалентним є слово *pokorny* (7) (В, Кр, 2К, 3Т), яке з огляду на своє значення асоціюється із слугою й означає людину, яка визнає чиєсь домінування або свою недосконалість і обмеженість, що схиляє не спротивлятися іншим або життєвим обставинам [WSJP]. Натомість серед контекстів уживання цієї лексеми є приклади її сполучуваності із позитивно забарвленими або нейтральними прикметниками, наприклад: *cichy i pokorny, skromny i pokorny* (див.: [WSJP]).

Найвищі позиції займають одиниці, що експонують приємність, відкритість, готовність допомогти, симпатію, вмилість, усміхненість, скромність, веселість, доброзичливість, упевненість у собі, щирість «типового» українця: *miły*¹²⁴ (42) (9Л, 16Ж, В, 3К, 3Кр, 4Т, 6П), *otwarty* (37) (11Л, 5Ж, 3К, 5Кр, 5В, 4Т, 4П), *bardzo otwarty na innych ludzi* (6) (2Л, 2Кр, Ж, П), *potoczny* (27) (9Л, 5Ж, 3Кр, В,

¹²⁴ Типовість і пересічність, наприклад, рис «приємність» і «готовність допомогти» підтверджують узагальнювальні студентські відповіді, що містять прислівники, а також прикметники і дієслова у формі множини: *często są mili i potoczni* (2) (Л, В), *zawsze są mili* (2К).

3П, 6Т), *sympatyczny* (24) (8Л, 9В, 2Ж, 2Кр, П, Лб, К), *zaradny* (21) (2Л, 5В, 6Ж, 3К, 2Лб, 2П, Кр), *uśmiechnięty* (21) (7Л, 3В, К, 2Кр, П, 2Лб, 3Ж, 2Т), *skromny* (20) (6Л, 3В, 4К, 3Ж, П, Кр, 2Лб, 2Т), *wesoły* (19) (7Л, 2В, 5Ж, К, Лб, 3Кр), *życzliwy* (19) (5Л, П, Кр, 2Ж, 3В, 2К, 3Т, 2Лб), *szczerzy* (15) (3Л, 5В, 2Ж, 3Лб, Кр, 4Т). Від 14 до 5 разів у анкетах з'являються такі риси «типового» українця: *prosty* (14) (2Л, П, 2В, 2Лб, К, 4Кр, 2Т), *towarzyski* (14) (5Л, 2В, 2Лб, 3Кр, 2Т), *odważny* (14) (2Л, 4П, 3Лб, Кр, В, Ж, 2Т), *serdeczny* (13) (2Л, 2П, 3К, В, Ж, Кр, Лб, 2Т), *cichy* (13) (4Л, 2Лб, Кр, 2Ж, 3К, В), *zabawny* (11) (3В, 2Л, Кр, 2Т, 3К), *spokojny* (10) (3Л, Ж, 2К, Лб, Кр, 2Т), *sumienny* (9) (2Л, Лб, 3Ж, 2К, Т), *przyjacielski* (9) (2Л, Лб, 2В, Ж, 2К, Т), *wytrwały* (8) (5Л, В, П, Лб), *radosny* (8) (2Л, П, 2В, Ж, К, Кр), *zawzięty* (7) (П, 4Лб, В, Т), *ambitny* (7) (Л, Лб, 2К, В, 2Ж), *uczciwy* (6) (Л, П, В, Ж, К, Т), *honorowy* (6) (2Кр, 4Лб), *rozmowny* (5) (2Л, Кр, 2В), *ciepły* (5) (2В, Лб, П, Л). Позначку 4–2 у рейтингу рис посідають такі ознаки «типового» репрезентанта: *komunikatywny* (4) (2Л, 2П), *wrażliwy* (4) (2Кр, Л, Т), *normalny* (4) (Л, 2Ж, Лб), *energiczny* (4) (Л, П, К, Ж), *przyjazny* (4) (Л, Лб, 2Т), *odpowiedzialny* (4) (Лб, 2К, Ж), *rzetelny* (4) (Л, 2Ж, П), *empatyczny* (4) (П, Кр, Л, Т), *zdeteminowany* (4) (П, Кр, Л, В), *tolerancyjny* (4) (В, 2Ж, Лб), *z poczuciem humoru*¹²⁵ (3) (2Л, В), *bezpośredni* (3) (2Л, В), *troskliwy* (3) (В, 2Т), *umiejący się wyluzować* (2) (Лб, Кр), *temperamentny* (3) (П, 2Лб), *ma wesołe usposobienie* (2) (Л, В), *władczy* (2Л), *stanowczy* (2) (К, В), *dokładny* (2Л), *uczynny* (2) (Л, Ж), *otwarty na doświadczenia* (2) (П, Л).

Серед негативних рис «типового» українця респонденти найчастіше називають шумну поведінку, замкненість у собі, схильність до підступних дій, агресивність, сварливість, забобонність, упертість, нетолерантність та неприємність: *głośny*¹²⁶ (55) (11Л, 5В, 6Ж, 8К, 6Кр, 11Т, 8П), *zamkniety w sobie* (24) (3Л, 2Ж, 2В, 8Лб, 3Кр, 3К, 2П, Т), *kombinator* (16) (5Ж, Кр, К, 7Лб, Л, В), *bycie*

¹²⁵ Про типовість цієї ознаки свідчать студентські коментарі, що містять прислівник *zawsze*: *zawsze w dobrym humorze* (П).

¹²⁶ Студенти додають коментарі до зазначеного прикметника *głośny*: *Ukraińcy są dość głośni (głośne rozmowy, głośne słuchanie muzyki w miejscach publicznych* (В)); *często pod wpływem alkoholu* (Л); *głośne osoby np. w komunikacji miejskiej, miejscach publicznych* (Ж)). Уживання респондентом іменника у формі множини, дієслова у третій особі множини і прислівника свідчить про типовість риси (*Ukraińcy, osoby, są, często*).

agresywnym (16) (3Л, 2Кр, 2В, 3Ж, 3П, 3Т), *klótlivy*¹²⁷ (13) (2Л, 2Ж, 2К, 3Лб, П, 3Т), *uparty* (11) (2Ж, 2К, 2Лб, 3Кр, 2Т), *nietolerancyjny* (11) (9Лб, 2Ж), *niemiły* (10) (2Л, Лб, В, 5Ж, Т). Від 9 до 4 разів з'являються риси: *przebiegły* (9) (4В, Т, 4П), *sprytny* (9) (В, П, 2Ж, К, 4Лб), *dumny* (9) (5Лб, 2В, 2Кр), *chamski* (9) (5Ж, К, Лб, В), *pesymista* (8) (7Лб, В), *swaniak* (7) (3Л, Кр, 3Лб), *awanturniczy* (6) (2Л, 2Кр, К, Ж), *falszywy* (6) (2К, Л, 3Ж), *nieuczciwy* (6) (2П, Лб, 2Ж, Кр), *ograniczony na nowe doświadczenia* (5) (3Лб, В, Кр), *hałaśliwy* (6) (2Л, Лб, 2П, Т) (*choć to raczej skutek zderzenia z inną kulturą* (П)), *emocjonalny* (6) (3В, Ж, 2Т), *zagubiony* (5) (Л, 2Кр, Т, В), *nerwowy* (5) (Л, 2В, Кр, Ж), *porywczy* (5) (Кр, Ж, 2Лб, В), *spontaniczny* (5) (2Т, 2В, Ж), *zarozumiały* (5) (2В, Лб, 2Ж). По 2–3 рази виступають характеристики «типового» українця: *niekiedy nachalny* (3), *zaborczy* (3) (Л, Ж, В), *egoistyczny* (3) (Кр, Ж, Л), *wybuchowy* (3) (2Л, Ж), *konfliktowy* (3) (Лб, Ж, Л), *butny* (3) (2Ж, Л), *zdesperowany* (3) (2Ж, Л), *uprzedzony* (3Лб), *lekko wycofany* (2), *swany* (3Лб), *zacięty* (2) (П, К). Географічна близькість із Україною, ймовірно, частіші контакти з українцями детермінують появу рис стосовно настрою українця, які можна швидше «відчитати» лише при безпосередньому контакті: *niezadowolony z życia* (11Лб), *marudny* (9Лб), *smutny* (4Лб). У люблінському і жешівському студентському середовищі виявлено також експоненти заздрості «типового» українця: *zazdrosny* (18Лб), *zawistny* (10) (9Лб, Ж). Схильність «типового» українця до нарікання, скарг актуалізується в одиницях, виявлених переважно у середовищі люблінських студентів: *narzeka* (22) (21Лб, В), *skłonność do narzekania* (4Лб), *wiecznie narzeka i marudzi* (2Лб).

3.3.1.2. Суспільний аспект. «Типового» українця у світлі суспільного аспекту характеризує цінність «праця». Наприклад, у перцепції польських студентів «типовий» українець, з одного боку, є *pracowity*¹²⁸ (319) (56Л, 32П, 52Т, 25К, 29В, 16Кр, 30Лб, 47Ж, 32П), *chętny do pracy* (7) (3Л, Ж, К, 2П), (*ale małym nakładem sił* (П)), *zapracowany* (4) (Лб, В, 2Т), *dużo pracuje* (2) (В, К), *skory do pracy* (2) (Л, П), але, з іншого боку, *leniwy* (35) (4Л, 4В, 5Лб, 4Ж, 6Кр, К, 5П, 6Т).

¹²⁷ Підтвердженням типовості цієї риси слугують часті студентські прислівникові ремарки біля одиниці *klótlivy* (наприклад, *często klótlivy* (3Л, 2Кр, 2Лб)).

¹²⁸ Подаючи цю рису для «типового» українця, респондент додає: *ale tylko wtedy, gdy mu się to opłaca* (Лб).

На типовість і пересічність риси «працьовитий» указують ужиті іменники в множині і дієслово у 3 особі множини (*ludzie pracowici* (5) (Л, 2В, Кр, К), *są to osoby pracowite* (Л)). Гетеростереотипний образ «типового» українця як того, хто нелегально працює за найменшу оплату, експонує низка одиниць: *chętnie podejmujący każdą pracę za niewielkie (stosunkowo) pieniądze* (5) (2П, Л, Ж, В), *pracuje za niską płacę* (5) (2Т, П, Ж, Л), *pracuje za małe pieniądze*¹²⁹ (5) (3Л, В, Ж), *pracują za najniższą krajową* (2) (В, П), *pracujący nielegalnie za niskie wynagrodzenie* (2) (П, Т), *pracuje na czarno* (4) (3Ж, Т). Українцеві, на думку студентської молоді, притаманна переважно важка чи фізична праця поза межами рідної країни: *ciężko pracujący* (2) (В, П), *pracuje głównie fizycznie (magazyny, prace budowlane)* (3) (2Кр, В), *pracujący poza miejscem zamieszkania* (2) (Л, П). Тричі виявляємо рису українця як того, хто забирає роботу в поляків: *zabierający pracę Polakom* (3П).

У межах суспільного аспекту актуалізується бідність «типового» українця – *biedny* (65) (4Л, 2В, 13Лб, 15Ж, 4К, 8Кр, 5П, 14Т). Однакове кількісне відображення у межах суспільного аспекту мають заощадливість і претензійна позиція «типового» українця щодо, наприклад, виплат: *oszczędny* (18) (Л, 2В, 3Ж, К, 6Лб, 3П, 2Т), *roszczeniowy* (18) (3В, 3П, 3Ж, 7К, Лб, Т). Серед відповідей люблінських і жешівських студентів з'являються одиниці на позначення жадібності українця та його бажання отримати велику кількість грошей і матеріальних благ: *pazerny* (4) (3Ж, Лб), *chciwy* (5) (2Лб, 2Кр, К). Для «типового» українця притаманне бажання заробляти і пошук роботи: *chęć zarabiania* (5) (3Л, 2Кр), *poszukuje pracy* (4) (2Л, П, Кр), *chytry na pieniądze* (2) (Кр, Л). Крізь призму цього аспекту віддзеркалюється гостинність «типового» репрезентанта української національності – *gościnnie* (52) (6Л, 4В, 4Ж, 25Лб, 4Кр, 3К, 4П, 2Т). Родинність «типового» українця експліцитно експонується у низці таких одиниць: *rodzinny* (21) (5Ж, 2К, 5Лб, 2Кр, 3П, 2Л, 2Т), *dbający o rodzinę* (2) (Лб, П), *oddany rodzinie* (2) (Лб, Л), *przywiązany do rodziny* (2) (Л, Лб), *związany z rodziną* (2Л). Студенти пишуть, що «типовий» українець любить веселощі і

¹²⁹ Актуалізовані риси «робота за низьку платню, малі гроші» у студентських коментарях теж уживаються із прислівником *często*, що експліцитно вказує на їхню гетеростереотипну пересічність: *często skojarzenie z częstą pracą za niskie pieniądze* (К).

розваги: *lubiący się bawić* (7) (2Л, К, 2В, Ж, Лб), *impresowicz* (3) (2Ж, Лб), *lubiący rozrywkę* (4) (Л, Лб, Ж, Кр). Гетеростереотипну рису «типового» українця «любов до алкоголю» підтверджують такі одиниці: *lubiący alkohol* (15) (5Л, 10Ж), *lubi wypić* (10) (Ж, Кр, П, 3Т, 3К, Л) (*jak Polak* (П)), *pijany* (15) (5Лб, 6К, 2Кр, 2В), *dużo pije* (24) (8Лб, 3В, 2Ж, 3К, Л, 2Кр, 5Т), *skłonność do alkoholu* (6) (П, Кр, 3В, Л), *niestroniący się od alkoholu* (2) (Л, В). Двічі респонденти зазначають усталену в польській лінгвокультурі словосполуку – *ta mocną głowę* (2Л), яка вживається на позначення високої стійкості до алкоголю, а в результаті – повільного п'яніння [WSJP]. Схильність «типового» українця до безладу і недбалість віддзеркалює одиниця – *bałaganiarz* (6) (5Ж, Кр). Двічі виявлено одиницю, що актуалізує образ «типового» українця – емігранта й іммігранта: *emigrant* (2) (Т, Ж), *imigrant w Polsce* (2) (В, Кр), а також окреслення – *przyjechał do pracy do Polski* (3) (2Лб, Ж). Експонентом гетеростереотипної риси «злодійство» є одиниця *złodziej* (14) (6Ж, 3К, 5Лб).

3.3.1.3. Політичний аспект. До політичного аспекту відсилає передусім образ «типового» українця – патріота, який представлений, з одного боку, одиницею із позитивним забарвленням – *patriota*¹³⁰ (19) (Л, 2П, В, 6Ж, К, 6Лб, Кр, Т), а з іншого, одиницею із пейоративним компонентом – *falszywy patriota* (4Лб). Патріотичну позицію «типового» українця у позитивному світлі актуалізують одиниці: *przywiązany do ojczyzny* (3) (Л, 2Кр), *kochający swoją ojczyznę* (3) (2Ж, Лб), *bardzo wyraźna tożsamość narodowa* (2) (Л, Лб), *dumny z pochodzenia* (2) (Л, Лб). Лише два приклади відображають ставлення «типового» українця до історії: *szacunek do własnej historii* (2) (Л, Ж), *ekscytujący się historią własnego kraju* (2) (Лб, Ж). Тричі натрапляємо на студентську експлікацію українця як націоналіста: *często nacjonalista* (3) (2Лб, К). Типовість цієї ознаки підтверджує прислівник *często*.

3.3.1.4. Культурний аспект. Про «типового» українця як культурну людину свідчать такі приклади з культурного аспекту: *uprzejmy* (12) (4Л, 3Ж, К,

¹³⁰ Деякі студенти при згадці ознаки «патріот» додають *często na pokaz* (Л), *czasami przesadnie* (Т). Ці студентські кваліфікатори підтверджують типовість і пересічність ознаки.

Кр, 3Т), *kulturalny* (4) (2Ж, В, Л), *wychowany* (2) (Л, К). Звідси випливає, що українець у свідомості польської молоді – ввічливий, культурний, вихований. Однак студентські уявлення про «типового» репрезентана формують також пейоративно забарвлені одиниці на позначення особистої культури українця: *wulgarny* (13) (3Л, 6Ж, К, 3П), *niekulturalny* (11) (4Л, 4Ж, В, К, Т), *nieuprzejmy* (5) (Л, Лб, 3Ж), *bez kultury* (4) (2Лб, В, Л), *niewychowany* (4) (2Ж, Л, К). Розумність «типового» представника виражає низка семантично споріднених одиниць, наприклад, *inteligentny* (6) (Л, 2Ж, К, Лб, Кр), *zdolny* (5) (3П, Ж, Кр), *chcący się rozwijać w Polsce* (3) (2Ж, П), *bardzo mądry* (2) (Ж, Лб). Актуалізований у позитивному ключі інтелігентності та здібності «типового» українця протиставляється негативно забарвлена відсталість у розвитку та неосвіченість: *zacołanie* (10) (2Л, П, 2Лб, 2Ж, 2Кр, В), *niewykształcony* (6) (2Л, Ж, 3Кр). Однак інтелігентність і розумність «справжнього» українця домінує над недолугістю та неосвіченістю. До складової культурного аспекту зараховуємо також знання «типовим» українцем мов і характеристику його мовлення. Студенти, наприклад, пишуть, що «типовий» українець погано розмовляє польською, не знає її або не хоче її вивчати: *slabo mówiący po polsku* (9) (3В, Л, П, Кр, 3Т), *nie zna polskiego*¹³¹ (8) (2П, К, 2В, 3Т), *nie chce się uczyć polskiego* (2) (В, К), *niechętni do nauki języka na obczyźnie* (2) (П, К), *udaje, że nie rozumie polskiego* (2) (Л, В). Відображено також мовну характеристику «типового» українця – знання української мови: *mówi po ukraińsku* (2Л), *np. w Polsce* (Л), *miłowanie języka ukraińskiego, nie rosyjskiego* (2) (Л, К). Виявлено характерний для «типового» українця спосіб і манеру вимови слів, акцент: *charakterystyczny akcent* (6) (Л, В, 4Ж), *akcent* (4) (2Л, 2В), *wschodni akcent* (3) (В, Л, Кр), *śmiesznie akcentuje wyrazy w zdaniu* (2) (В, Лб), *mają śpiewny akcent* (2) (К, Л), *specyficzny akcent* (3) (2К, Л), *ma inny akcent* (2) (К, Кр), *ma dziwny akcent (głoskę th wymawia jako z)* (2Ж), *szybko mówiący* (2) (Л, Т). Отже, модель «типового» українця творить специфічний східний акцент у вимові, а також швидкий темп мовлення у

¹³¹ Студенти із Лодзі та Вроцлава додають: *często przyjeżdżający do Polski bez znajomości języka polskiego ale łatwo aklimatyzujący się i znajdujący pracę* (Л); *często nie zna języka polskiego, mówi po rosyjsku* (В).

висловлюванні своїх думок рідною мовою. Окремий пласт одиниць із цього аспекту засвідчує характерну фонетичну особливість східного акценту українця – затягування звуків: *lekkie przeciąganie wyrazów* (4) (Л, 2Т, К), *cechy języka – zaciąganie* (3) (Л, В, Лб), *zaciągający wschodnio* (2) (П, Ж), *zaciąganie akcentu, który jest odczuwalny jako wschodni* (2Т). Гетеростереотипний образ українця як того, що шанує, культивує, любить українські традиції і культуру, підтверджує низка одиниць, наприклад: *przywiązany do swojej kultury* (5) (2Л, К, 2Кр), *przywiązany do tradycji* (4) (Л, 3П, Лб), *tradycjonalista* (5) (3Лб, Л, В), *szanuje tradycje* (2Лб), *zakochany w tradycji* (2) (К, Лб). Про релігійність і конфесійну належність «типового» українця свідчать такі одиниці: *religijny* (13) (2В, Ж, 6Лб, Кр, 3П), *przywiązany do religii* (2) (Лб, П), *prawosławny* (3) (Кр, В, Т), *chrześcijanin* (2Лб). Уявлення польських студентів і водночас уміщення українця в опозиції «свій» - «чужий» (інший) підтверджують студентські висловлювання на кшталт: *patrzy się na nich, jak na innych z powodu różnic religijnych* (П). Віру українця в забобони відображає одиниця *przesądny* (11) (4В, П, Кр, 2Ж, 2Лб, Т).

3.3.1.5. Аспект «зовнішній вигляд». До аспекту «зовнішній вигляд» відсилають одиниці із оцінним компонентом, що окреслюють ставлення «типового» українця до свого зовнішнього вигляду: *niedbający o wygląd* (3) (2Л, В), *dbanie o wygląd* (2) (Ж, Кр), *osoby o pięknym / ładnym wyglądzie* (2) (П, К), *niezadbany* (2) (Т, В), *ubrany nieco niechlujnie* (4) (2Л, В, Ж). «Типовий» українець, як уважають польські студенти, носить брендові речі: *ubrany w drogie markowe ubrania* (2) (Ж, В). Респонденти пишуть, що «типовому» українцеві притаманна врода, але також – специфічна врода: *uroda* (2) (Л, Кр), *ma specyficzną urodę* (2) (Ж, Лб). Серед фізичних ознак переважає світлий колір обличчя, волосся (у жінок): *jasna karnacja* (2) (Лб, П), *jasna cera* (2) (В, П), *blond włosy u kobiet* (2Лб), *blondyn/ka* (2Л). Дві одиниці актуалізують слов'янський тип зовнішності «типового» українця і його схожість із поляком: *podobny do Polaka (również Słowianin)* (2) (Л, Кр), *słowiańska uroda i uśmiech* (2Лб). Двічі натрапляємо на пейоративну ознаку – *brudny* (2) (Кр, В).

Отже, шляхом аналізу рис «типового» українця найширше, враховуючи кількісне наповнення, представлений комунікативно-психічний (883), суспільний (727) аспекти, далі слідують культурний (202), «зовнішній вигляд» (33) і політичний (42) аспекти. У комунікативно-психічному аспекті позитивні ознаки (514) (57,88%) домінують над негативними (360) (42%). У суспільному аспекті позитивна складова (507) (70,22%) також переважає над негативною (220) (29,7%). В культурному аспекті позитивно забарвлені риси (113) (55,94%) незначною мірою превалюють над негативно забарвленими (89) (44,05%). Аспект «зовнішній вигляд» містить 24 (72,7%) позитивні характеристики і 9 (27,27%) негативних. З огляду на комунікативно-психічні особливості образ «типового» українця, з одного боку, базується на приємності (42), відкритості (37), готовності допомогти (27), симпатії (24), вмілості (21), усміхненості (21), скромності (20), веселості (19), а з іншого – гучності (55), замкненості в собі (24), схильності до підступних дій (16), агресивності (16), сварливості (13), упертості (11), нетолерантності (11). «Типовий» українець у світлі суспільного аспекту характеризується часто згадуваною працьовитістю (319), бідністю (65), лінивством (35), родинністю (21), заощадливістю (18), претензійною позицією (18), злодійством (14), любов'ю до випивки (10), бажанням працювати (7) і заробляти гроші (5), схильністю до веселошів (7) і безладу (6). Крізь призму культурного аспекту «типовому» українцеві найчастіше притаманні ввічливість (12), розумність (6), здібність (5), характерний акцент (7), релігійність (13), прив'язаність до своєї культури (5), вульгарність (13), некультурність (11), відсталість (10), неосвіченість (6), слабе володіння польською мовою (9). Беручи до уваги політичну сферу, студенти найчастіше описують «типового» українця як прив'язаного до батьківщини (3) патріота (19), якого характеризує любов до батьківщини (3) і повага до власної історії (2). Актуалізують образ «типового» українця в політичному аспекті риси «націоналіст» (3) і «фальшивий патріот» (4). Рідко згадуваними є риси «типового» репрезентанта у світлі зовнішності: з одного боку, українець має красивий вигляд (2), вроду (2), дбає про вигляд (2), має світлу шкіру (2), є блондином або

блондинкою (2), а з іншого – не дбає про зовнішній вигляд (2), недоглянутий (2), має специфічну вроду (2).

3.3.2. Гетеростереотипні риси «справжнього» українця. На запропоноване в анкеті запитання – *Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują prawdziwego Ukraińca* – відповіло¹³² 777 (65%) респондентів, однак 418 (35%) осіб не подало відповідей. Велика кількість відсутніх відповідей може бути зумовлена неоднозначністю модифікатора *prawdziwy*, який має на меті скерування відповіді респондентів у бік суб'єктивних уявлень. Завданням респондентів було визначення своєї власної позиції: «Ким для мене є «справжній» українець?», «Як я його концептуалізую? Що для мене є важливим, бажаним й правдивим?».

Виокремлені риси «справжнього» репрезентанта аналізованої національності відсилають до комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного аспектів і аспекту «зовнішній вигляд». Матеріальна база становить 1098 одиниць – актуалізаторів рис «справжнього» українця, які фіксуємо в анкетах двічі й більше.

3.3.2.1. Комунікативно-психічний аспект. Найповніше з огляду на кількісну і якісну репрезентацію представлений комунікативно-психічний аспект. У межах цього аспекту зібрані одиниці формуємо шляхом поділу на позитивні і негативні риси. Зазначимо, що не всі риси закваліфікуємо до позитивних чи негативних через їхню амбівалентність (наприклад, *gadatliwy* (2) (Л, Т) (див. пункт 3.3.1.).

У межах комунікативно-психічного аспекту домінантні позиції займають відкритість, приємність, бажання допомогти, вмилість, гордість, товариськість, доброзичливість, щирість «справжнього» українця: *otwarty* (37) (12Л, 3В, 2К, 6Ж, 3Кр, Т, 4Лб, 6П), *miły* (27) (7Л, 5В, 5Ж, 2К, 3Лб, П, Кр, 4Т), *romosny* (24)

¹³² Студенти польських ЗВО не завжди подають назви рис українця як реакцію на це запитання. Серед відповідей знаходимо ширші висловлювання – експоненти точки зору носіїв стереотипних суджень. Це, наприклад, твердження про відсутність такого явища як «справжній», неможливість окреслення людей з огляду на національну ідентичність тощо: *nie rozumiem, kim jest prawdziwy Ukrainiec* (4) (3В, Л), *nie ma czegoś takiego jak prawdziwy Ukrainiec* (3В), *narodowość nie ma według mnie znaczenia* (3В); *nie narodowość kształtuje człowieka, tylko jaki on jest* (3) (В, Лб, Л). Двічі натрапляємо на коментар, що стереотип українця залежить від того, чи описуємо особу, яка приїхала на навчання до Польщі, чи на роботу: *wszystko zależy tu od tego, czy mówimy o osobie kształcącej się w naszym kraju, czy o osobie, która przyjeżdża do pracy* (2) (К, П).

(5Л, 2В, 2К, 5Ж, 2Кр, Лб, 2П, 5Т), *szczerzy* (17) (3Л, 2Лб, 2В, К, 4Ж, 2Кр, 3Т), *zaradny* (15) (5Л, П, 4В, 4Ж, Лб), *dumny* (15) (Л, 5Ж, В, К, 2Кр, 2Лб, 3П), *uczciwy* (14) (2Л, 2К, В, 4Ж, Кр, 2Лб, 2Т), *towarzyski* (12) (4Л, 2Лб, В, Ж, 3Кр, Т), *życzliwy* (12) (3П, Л, В, К, 3Ж, 3Кр), *odważny* (11) (3П, Кр, Ж, 3К, В), *skromny* (11) (3Л, 4Лб, 2К, Ж, Т). У рейтингу гетеростереотипних рис «справжнього» українця позначку 10–4 займають такі: *zabawny* (10) (2В, 2Ж, 2К, 2П, 2Лб), *sympatyczny* (10) (2Л, П, Лб, 2Ж, В, 3Т), *uśmiechnięty* (9) (3Л, 2П, В, Кр, 2Т), *tolerancyjny* (9) (Л, Лб, Кр, 5Ж, К), *wesoły* (9) (3Л, В, 2К, 2Ж, Лб), *radosny* (8) (Л, 2В, К, 2Кр, 2П), *pełen pozytywnego nastawienia* (7) (Л, 3Ж, В, 2К), *uczynny* (6) (Л, 2В, 3Ж), *pewny siebie* (6) (Л, 2Лб, Кр, В, Ж), *waleczny* (6) (2Л, П, К, 2В), *sumienny* (6) (2Л, К, Ж, П, Т), *dobry* (6) (Л, 2В, К, 2Кр), *rozmowny* (6) (2Л, П, Лб, Ж, К), *serdeczny* (6) (К, П, 3Ж, В), *prosty* (6) (В, П, 3Кр, Т), *odpowiedzialny* (6) (3В, 2К, Кр), *przyjazny* (6) (К, 3Ж, 2Лб), *z poczuciem humoru* (5) (В, 3Ж, К), *spokojny* (5) (Л, В, П, 2Т), *normalny adekwatny człowiek* (5) (2П, 2К, Л), *ciepły* (5) (2Л, П, Вр, Т), *ambitny* (5) (В, К, Кр, 2Ж), *empatyczny* (5) (Л, Ж, 2Кр, Т), *otwarty na innych ludzi* (5) (2Л, 3Кр), *przyjacielski* (4) (Л, Ж, В, Т), *szybki w nawiązywaniu kontaktów* (4) (3Л, Ж). Двічі і тричі студенти подають такі ознаки «справжнього» українця: *spontaniczny* (3) (2Л, Ж), *ma określony cel* (3) (П, Ж, К), *wrażliwy* (3) (Кр, Л, Т), *nieśmiały* (3) (Л, Ж, В), *przebiegły* (3) (2Л, Ж), *śmieszny* (3) (2Т, В), *pomysłowy* (3) (Кр, 2Ж), *uparty w dążeniu do celu* (2Л), *pogodny* (2) (Л, Лб), *bezpośredni* (2) (Л, Ж), *wyrozumiały* (2) (В, Лб), *temperamentny* (2) (Л, Ж), *dokładny* (2) (Л, В), *punktualny* (2) (В, Кр), *wierny* (2) (Лб, К), *chrobry* (2Т), *optymistyczny* (2В), *dobroduszny* (2) (В, Т).

Серед негативно маркованих одиниць, що відсилають до комунікативно-психічних властивостей «справжнього» українця, є такі, що позначають: шумну поведінку, імпульсивність, сварливість, фальш, замкнутість, схильність до підступних дій, хитрість, вибуховість, нахабність, загубленість у суспільстві: *głośny* (15) (2Л, 6Лб, 3Кр, П, 2В, Т), *porywczy*¹³³ (9) (Л, 3П, 3Ж, 2Кр), *kłótlivy* (8)

¹³³ Лексему *porywczy* схилиємося вважати одиницею на позначення риси із негативною конотацією з огляду на частішу її позицію в сурядних зв'язках з негативним конотативним значенням, наприклад, *gwałtowny i porywczy; nerwowy i porywczy; niecierpliwy i porywczy; wybuchowy i porywczy* [WSJP].

(5Ж, Кр, П, Лб), *falszywy* (8) (В, Кр, 2К, 4Ж), *zamknięty* (7) (3Ж, К, 3Кр), *kombinator* (6) (3Ж, 2Лб, К), *cwaniak* (6) (Л, 2Лб, 3К), *sprytny* (5) (2Лб, В, Кр, Л), *wybuchowy* (4) (2Л, П, Ж), *nachalny* (4) (2Л, Кр, Ж), *zagubiony* (4) (3В, Ж) (*może poprzez barierę językową* (В))¹³⁴. Двічі-тричі в студентських відповідях з'являються такі одиниці із негативним конотативним значенням: *chytry* (3) (Лб, Ж, К), *uparty* (3) (2К, Лб), *niemiły* (3) (Л, Лб, Т), *awantrurniczy* (3) (Л, П, Кр) (*podobnie jak Polacy* (Л)), *oszust* (3) (2К, Л), *nieuczciwy* (3) (2П, Ж), *agresywny* (3) (Ж, 2Лб), *zarozumiały* (3) (Ж, Лб, Т), *niezorganizowany* (3) (2Ж, Кр), *konfliktowy* (3) (Лб, П, Ж), *niegrzeczny* (2) (Лб, Т), *wojowniczy* (2) (В, Ж), *zazdrosny* (2) (Ж, К), *arogancki* (2) (Лб, Т), *obojętny* (2) (К, П), *hałaśliwy* (2) (П, Ж), *podejrzliwy* (2В).

3.3.2.2. Суспільний аспект. У світлі суспільного аспекту для «справжнього» українця передусім характерна риса «працьовитість», у семантичному полі якої містяться такі одиниці: *pracowity* (203) (42Л, 23В, 14К, 37Ж, 17Кр, 23Лб, 25П, 22Т), *chętny do pracy* (2) (Ж, Кр), *bardzo pracowity, w jego rękach leży jego przyszłość* (2Л), *ciężko pracuje* (4) (3П, К), *pracuje za niższą stawkę* (3Ж). Гетеростереотипну модель «справжнього» українця-емігранта імпліцитно експонують такі одиниці: *emigrujący do Polski* (2) (2Лб) (*dla zarobku* (Лб)), *wyjeżdża w poszukiwaniu pracy* (3) (Кр, П, В), *chęć opuszczenia Ukrainy, ze względów ekonomicznych* (2) (Л, К). Однак «справжньому» українцеві, на думку польської молоді, притаманна також риса лінивий – *leniwy* (12) (3Л, 3Ж, 2В, 3Лб, Т). Чітко актуалізується родинність «справжнього» українця, яка пов'язується із відданістю, турботою про сім'ю та бажанням запевнити членам сім'ї кращі умови життя: *rodzinny* (19) (5Л, 5В, 2К, Ж, Кр, Лб, 2П, 2Т), *dba o rodzinę* (3) (К, В, Ж), *troska o rodzinę* (2) (П, Л), *kochający swoją rodzinę* (2) (П, 2К), *oddany rodzinie* (2) (П, Т), *przywiązany do rodziny* (2В), *lubi spędzać czas z rodziną* (2) (Ж, В), *rodzina dla niego jest bardzo ważna* (2Кр), *chce czegoś więcej dla swojej rodziny, jest daleko od rodziny* (3) (Л, Лб, В). Так, для «справжнього» українця респонденти часто

¹³⁴ З огляду на ремарку про те, що розгубленість українця спричинена мовним бар'єром, ця одиниця одночасно може бути складовою комунікативно-психічного й культурного аспектів.

подають гетеростереотипну рису гостинність – *gościnnie* (25) (3Л, 7В, 5Ж, 2Кр, 5П, Лб, 2Т). Виокремлюємо низку одиниць – експонентів фінансового становища «справжнього» репрезентанта аналізованої національності: *biedny* (17) (2Л, 3К, 7Ж, 2Кр, 2П, Т), *niezbyt bogaty* (Л), *żyje ubogo* (2) (Л, К), *pogoń za pieniędzmi* (2) (Л, К), *razerny* (2Ж). До суспільного аспекту відсилає також заощадливість «справжнього» українця як маркер ставлення до грошей – *oszczędny* (4) (К, П, 2Т) і вияв претензійної позиції – *roszczeniowy* (2П). Любов «справжнього» українця до розваг і веселощів віддзеркалюється в таких одиницях, як: *lubiący zabawę* (7) (5Ж, П, Кр), *impresowy* (8) (Л, Кр, 6Ж), *rozrywkowy* (2) (Лб, П). Можемо припустити, що домінуючі відповіді жешівських студентів *lubiący zabawę*, *impresowy* детерміновані географічною близькістю, а отже – безпосереднішими і частішими контактами з українцями. Складовою суспільного аспекту є риса «любов до алкоголю», пияцтво, що актуалізується в одиницях: *pijany* (11) (2П, Кр, В, 2Ж, Т), *pijący* (6) (2Л, 2Ж, Кр), *lubiący wypić mocniejsze trunki* (8) (Л, Лб, 2Ж, 4Т), *z mocną głową do trunków* (2) (Л, Ж), *lubi pić dużo alkoholu* (2) (В, Лб), *pije dużo alkoholu i pod jego wpływem głośno się zachowuje* (2) (Л, Лб). Студенти приписують «справжньому» українцеві одиницю *wycieczkowicz* (3) (В, 2К), яка в польській мові вживається на позначення туриста. Польські студенти також зазначають, що «справжнього» українця характеризує злодійство, нехлюйство, контрабанда: *złodziej* (3) (П, Кр, Ж), *balaganiarz* (2) (Ж, В), *przemyt* (5) (4Ж, Т). Частіша поява в анкетних відповідях жешівської студентської молоді риси «справжнього» українця *przemyt* підтверджується близькістю Жешова до кордону з Україною. У свідомості студентів «справжній» українець довго пристосовується до складних умов або шукає краще життя: *niekiedy trudno tu się zaadaptować do trudnych warunków* (2) (Л, П), *chęć poprawy poziomu życia* (5) (Л, В, Ж, П, Лб), *szukający lepszych warunków do życia* (4) (К, 2Ж, Кр). До аналізованого аспекту залічуємо ексцерпт *lekko wycofany* (2) (В, Л).

3.3.2.3. Політичний аспект. Найчастіше згадуваною рисою в межах політичного аспекту є патріотизм «справжнього» українця: *patriota* (28) (3Л,

5В, 8Ж, 2Лб, 5П, 5Т). Частими елементами цього аспекту є одиниці, що підтверджують патріотичну позицію «справжнього» репрезентанта: *przywiązany i oddany swojemu krajowi* (5) (2Л, 2П, Кр), *utożsamia się z swoją ojczyzną* (5) (К, Ж, 2В, Л), *kochający swój kraj* (4) (2Ж, В, П), *kochający swoją ojczyznę* (2) (Ж, Кр), *bardzo związany z ojczyzną* (2) (П, Л), *przywiązanie do pojęcia «naród»* (2) (Ж, П), *przekonanie co do wartości ojczyzny* (2) (Ж, Л), *szanujący swój i inne kraje*¹³⁵ (2) (П, Л). Складовою цього аспекту є гордість українця за своє походження: *nie wstydzi się skąd pochodzi* (3) (Кр, Л, Лб), *jest dumny z pochodzenia* (3) (К, Т, Кр). «Справжній» українець у світлі політичного аспекту виражає сентиментальне і розсудливе ставлення до історії: *sentymentalnie podchodzi do przeszłości historii* (2) (В, Ж), *nie rozpamiętuje kwestii historycznych* (2П).

3.3.2.4. Культурний аспект. У межах культурного аспекту містяться одиниці, що актуалізують гетеростереотипну ознаку «справжнього» українця, пов'язану з характерним (мелодійним) акцентом, мовою: *język* (2) (Ж, Лб), *akcent*¹³⁶ (4) (3Л, В), *charakterystyczny akcent* (5) (Л, 3Ж, П).

У перцепції студентської молоді «справжній» українець крізь призму культурного аспекту є ввічливим, культурним, вихованим: *uprzejmy* (13) (Л, В, 2К, 2Ж, 5П, Лб, Т), *grzeczny* (4) (2Л, П, Лб), *kulturalny* (3) (Л, Ж, В). Однак респонденти також подають одиниці, що засвідчують некультурність «справжнього» репрезентанта української національності: *niekulturalny* (4) (Л, В, 2Лб), *brak kultury* (2Л). Тричі актуалізується добре володіння «справжнього» українця польською мовою: *świetnie / biegle / nieźle mówi po polsku* (3) (Л, 2П), *szybko uczy się języka polskiego* (3) (2Ж, В), *chętnie uczy się polskiego, mimo bariery językowej* (2) (П, Лб). Респонденти зазначають, що «справжній» українець *mówi po ukraińsku* (3) (2В, Т), але й пишуть про нього *mówiący w języku rosyjskim i*

¹³⁵ Цей приклад актуалізує пошану до інших країн їхніх громадян, адже респондент додає: *każdy obywatel swojego kraju powinien kochać swoją ojczyznę, ale jednocześnie wyrażać się z szacunkiem nie tylko do obywateli swojej ojczyzny, ale też do innych krajów i osób innej narodowości* (П).

¹³⁶ Подаючи акцент як рису «справжнього» поляка, респонденти уточнюють, що (східний) акцент є маркером, який відрізняє українця від інших національностей: *tylko akcent – reszta to stereotypy, ze śpiewnym słowiańskim akcentem (cecha wymowy)* (2) (Л, Лб); *uważam, że nie ma takich cech, które w wyjątkowy sposób charakteryzują prawdziwego Ukraińca, jedynie co ich wyróżnia to wschodni akcent* (2) (Л, В), *moi znajomi z Ukrainy są zazwyczaj dość pracowitymi studentami o uroczym akcencie* (2П). Двічі натрапляємо на згадку про типовий / приемний акцент у польській мові – *jeśli mówi po polsku to ma uroczy/typowy akcent* (2) (П, В).

ukraińskim (2) (Л, Лб). Двічі натрапляємо на інформацію, що «справжній» українець уникає російської мови: *unikanie rosyjskiego języka* (2) (Л, Лб). На основі одиниць – складових культурного аспекту – експонується гетеростереотипна освіченість, здібність, бажання навчатися «справжнього» українця: *inteligentny* (6) (2Л, Ж, 2К, Лб, Кр), *zdolny* (4) (П, Лб, П, В), *wykształcony* (5) (П, В, Ж, 2Кр), *mądry* (4) (2Т, 2В), *chętny do nauki* (4) (Лб, П, К, Кр), *szybko się uczący* (2) (П, Ж). Освіченості протиставляється відсталість і вульгарність «справжнього» українця: *wulgarny* (3) (Л, П, К), *zacořany* (2Л). Релігійність і православне віросповідання «справжнього» українця актуалізують одиниці: *prawosławny* (9) (В, Ж, 7Кр), *religijny* (4) (К, П, 2Ж). Традиційність та прив'язаність «справжнього» українця до української культури / традиції експонують анкетні ексцерпти – *przywiązuje wagę do tradycji* (5) (Л, К, Кр, Лб, П), *mocno trzyma się tradycji swojego kraju* (3Т), *kultywuje tradycję ukraińską* (3) (В, 2Ж), *dbałość o język rodzimy, tradycję* (2) (Кр, Лб).

3.3.2.5. Аспект «зовнішній вигляд». У світлі аспекту «зовнішній вигляд» українцеві притаманні світлий і темний колір шкіри та волосся: *ciemna lekka karnacja* (2) (П, К), *jasna karnacja* (2Лб), *jasne włosy* (2) (В, Лб), *ciemne włosy* (2) (П, В). Аспект «зовнішній вигляд» творять одиниці, що, з одного боку, засвідчують акуратність, доглянутість, струнку фігуру, привабливість «справжнього» українця – *szczupły* (6) (В, 2Лб, 3Ж), *zadbany* (5) (Л, 3Лб, П), *schludny* (4) (К, 3Ж), *uroczy* (4) (2П, Т, Лб), *przystojniak* (3) (Т, 2Лб), але, з іншого, актуалізують його неакуратність – *niechlujny* (2) (Лб, Ж). Периферійну позицію комунікативно-психічного аспекту і аспекту «зовнішній вигляд» займає одиниця – *bardzo dużo gestykulujący* (2Ж).

Отже, на підставі аналізу гетеростереотипних рис «справжнього» українця, простежуємо, що для студентської молоді важливими є такі аспекти позамовної дійсності: комунікативно-психічний (507), суспільний (400), культурний (95), політичний (62), «зовнішній вигляд» (34). Позитивні (387) (76,3%) характеристики в комунікативно-психічному аспекті переважають над негативними (120) (23,6%). Суспільний аспект формується на основі позитивних

(332) (87%) і негативних (68) (17%) ознак, де позитивні представлені ширше. У світлі культурного аспекту позитивно (84) (88,4%) забарвлені риси мають частішу фіксацію, ніж негативні (11) (11,57%). Політичний аспект представлений лише позитивними рисами (62) (100%). Зовнішній вигляд «справжнього» українця здебільшого творять позитивні ознаки (32) (94,1%), а негативні характеризуються низькою частотою вияву (2) (5,88%). Домінантні позитивні гетеростереотипні риси «справжнього» українця у світлі комунікативно-психічного аспекту – це: відкритість (37), готовність допомогти (24), щирість (17), приємність (27), умілість (15), гордість (15), чесність (14). Із негативною евалюацією «справжнього» українця крізь призму цього аспекту характеризують гамірність (15), замкненість у собі (7), схильність до підступних дій (6), агресивність (3). Складовими образу «справжнього» репрезентанта аналізованої національності з огляду на суспільний аспект є часто згадувані позитивні риси: працьовитість (203), гостинність (25), родинність (21), заощадливість (4). У суспільному аспекті часту репрезентацію мають такі негативні риси, як: лінивість (12), бідність (17), пияцтво (11), любов до випивки (8), злочинство (3), схильність до безладу (2), контрабанди (5). Крізь призму культурного аспекту «справжній» українець здебільшого є: ввічливий (13), православний (9), релігійний (4), мудрий (4), здібний (4), культурний (3), знає польську мову і швидко її вивчає (3). Однак формування гетеростереотипних уявлень про «справжнього» українця відбувається водночас на підставі експонентів некультурності (4), вульгарності (2), відсталості у розвитку (2). Патріотизм «справжнього» українця актуалізується 28 разів, а прив'язаність (5) і любов (2), повага до батьківщини, гордість за своє походження (3) експоновані меншою мірою. В аспекті «зовнішній вигляд» «справжньому» українцеві притаманна доглянутість (5), стрункість (6), акуратність (4), привабливість (4), світлий колір шкіри (2) і волосся (2).

3.3.3. Гетеростереотипні риси «ідеального» українця. У цій частині праці аналізуємо відповіді на запитання – *Proszę podać cechy, które Pana/Pani zdaniem charakteryzują wzorcowego Ukraińca*. 921 (77,07%) респондент відпо-

вів¹³⁷ на це запитання, але 274 (22,92%) не запропонували своїх відповідей. Метою цього запитання було зібрати риси «ідеального», «зразкового» репрезентанта української національності, тобто виявити, яким він, на думку студентської молоді Польщі, повинен бути. Передбачалося виявлення вигаданого змісту стереотипу «ідеального» українця із урахуванням опозиційних до негативних рис із стереотипу «типового» репрезентанта. Аналізом у цій частині праці охоплено 1480 одиниць із повторами на позначення рис «ідеального» українця, репрезентація яких в анкетах становить два рази і більше. Фактичний матеріал цього підрозділу відсилає до комунікативно-психічного, суспільного, культурного, політичного аспектів та аспекту «зовнішній вигляд», у світлі яких польські студенти сприймають українця.

3.3.3.1. Комунікативно-психічний аспект. У комунікативно-психічному аспекті домінують гетеростереотипні риси «ідеального» українця: чесність, приємність, схильність допомогти, толерантність, відкритість, ширість, доброта, відважність: *uczciwy* (88) (23Л, 9В, 10К, 23Ж, 5Лб, 10П, Кр, 8Т), *miły* (79) (18Л, 19Ж, 13В, 8К, 2Кр, 4П, 8Лб, 7Т), *romotny* (62) (15Л, 17Ж, 3В, К, 2Кр, 6П, 13Лб, 5Т), *tolerancyjny* (46) (5Л, 10Ж, 3В, 9К, 8П, Кр, 5Лб, 5Т), *otwarty* (46) (14Л, 8Ж, 3В, 5К, 3Кр, 7П, 6Лб), *szczery* (38) (12Л, 10Ж, 4В, 4К, 2Кр, 3Лб, 3Т), *dobry* (34) (7Л, 3Ж, 9В, Кр, К, 3Лб, 6П, 4П), *odważny* (21) (3Ж, 3П, В, 3К, Кр, 4П, 3Лб, 3Т). Позначку 20–10 згадок в анкетних відповідях мають такі ознаки «ідеального» українця: *życzliwy* (20) (5Л, 3Ж, Кр, 2П, 4В, 2Лб, 3К), *uczynny* (16)

¹³⁷ На протывагу до даних, отриманих для «типового» поляка, на це запитання респонденти часто подають більш загальні відповіді, у яких пояснюють, що не існує «ідеального» українця, немає такого поняття як «ідеальний» або не варто розрізняти такі категорії, як «справжній» чи «ідеальний»: *nie wierzę w istnienie wzorcowego Ukraińca* (2В); *wzorcowy obywatel państwa nie istnieje* (В); *prawdziwy i wzorcowy – nie czuję, żeby trzeba było rozróżnić te kategorie* (В). Студенти зазначають, що українця повинні характеризувати такі самі риси, як і представників інших національностей: *nie dzielę ludzi na narodowości każdy powinien być dobrym człowiekiem, niezależnie od pochodzenia* (6) (Л, В, Лб, Кр); *nie sądzę, żeby można było mówić o kimś jako wzorcowym Ukraińcu, Polaku, Niemcu* (2Ж); *Wzorcowy Ukrainiec powinien być taki sam jak wzorcowy obywatel każdego państwa* (2) (Л, Ж); *Ukraińca powinny cechować takie same cechy jak Polaka, Europejczyka, Azjatę przede wszystkim powinien być dobry w stosunku do innych ludzi* (Л); *dla mnie wzorcowy Ukrainiec niczym się nie różni od wzorcowego Amerykanina, Polaka lub jakiegokolwiek innego człowieka w kwestii wzorcowości, trudno mi mówić o obywatelstwach, narodowościach* (В); *moim zdaniem, takie pytanie odnosi się do każdego człowieka, narodowość nie jest żadnym wyznacznikiem cech osobowości, które ktoś posiada bądź powinien posiadać* (Л). Студенти стверджують, що «ідеальний» українець повинен мати такі риси, як кожна інша людина чи кожен з нас: *cechy jak u każdego innego człowieka* (8Ж); *Moim zdaniem są to cechy jaki powinny charakteryzować każdego z nas* (3) (2Л, В); *Ukraińca postrzegam, jak każdego innego człowieka, nie uważam go za kogoś gorszego* (2) (П, В); *wydaje się, że takie same, jakie obowiązywałyby wzorcowego człowieka w ogóle, ale nie praktykuję w budowie takich modeli człowieka* (П).

(8Л, 3Ж, К, 3П, Лб), *odpowiedzialny* (16) (6Л, 4Ж, 3В, 3Лб), *przyjazny* (16) (2Л, Лб, 7Ж, 2В, К, Кр, 2П), *uśmiechnięty* (14) (6Л, В, Кр, П, 4Ж, Лб), *serdeczny* (14) (2Л, 5Лб, Кр, 3Ж, 2В, К), *zaradny* (13) (3Л, 4Ж, 3В, П, 2Лб), *przyjacielski* (12) (5Л, 2Ж, 3В, К, П), *sympatyczny* (12) (4Л, Ж, 2В, 2К, 2П, Лб), *empatyczny* (12) (2Л, Ж, 7В, Кр, П), *ambitny* (12) (Л, 4Ж, В, 2К, 2Кр, Лб, Т), *lojalny* (12) (Л, 5Ж, 2В, К, 3Лб, П), *sumienny* (11) (5Л, Ж, К, 3П, Лб), *szanujący innych ludzi* (11) (5Л, 3В, К, 2Лб), *wesoły* (11) (2Л, 3Ж, 3К, 2В, Лб), *skromny* (10) (3Л, Ж, В, 4К, Лб), *towarzyski* (10) (3Л, Ж, В, 3Кр, П, Лб), *dumny* (10) (2Л, 2К, 4Лб, 2Кр). 8–6 разів в анкетних відповідях з'являються такі гетеростереотипні риси «ідеального» українця: *szacunek do innych ludzi* (8) (4Л, 2Лб, 2Ж), *spokojny* (7) (Л, 3Ж, 3К, Лб), *znający swoją wartość* (7) (3Л, 2Ж, К, П), *sprawiedliwy* (7) (Л, 2Ж, В, К, П, Лб), *wdzięczny* (7) (Л, 2Лб, Ж, 2В, К), *wyrozumiały* (6) (2Л, 2В, Ж, Лб), *waleczny* (6) (2Л, В, 2К, П), *punktualny* (5) (2Л, Ж, Кр, Лб), *prawdomówny* (5) (Л, 2Ж, 2К), *rzetelny* (5) (2Ж, 2В, П), *otwarty na świat* (5) (Л, Ж, 2П, Кр), *radosny* (5) (2Кр, К, П, В), *nie powinien być bezinteresowny* (5) (2Л, Ж, 2П), *rozmowny* (4) (3Ж, П), *dobrze nastawiony do ludzi* (4) (2Ж, 2П), *honorowy* (4) (2Ж, К, Лб), *zabawny* (4) (Л, Ж, 2П), *chęć współpracy* (4) (Л, 3Ж), *otwarty na nowe znajomości* (4) (Ж, 2В, К), *rozsądny* (4К), *solidny* (4) (2Ж, Лб, Кр), *pokorny* (3) (Л, К, Лб), *chęć pomocy* (3) (2Л, В). По два рази респонденти зазначають, що «ідеальний» українець повинен бути: *pogodny* (2Л), *samodzielny* (2) (Лб, Кр), *posłuszny* (2Л), *potyślowy* (2) (Л, Кр), *opanowany* (2Ж), *optymista* (2Ж), *z poczuciem humoru* (2) (Л, Ж), *pozytywnie nastawiony do świata* (3) (2Л, П), *daleki od zachowań ksenofobicznych*, *niezależny* (2) (Ж, К), *ciepły* (2) (В, П).

3.3.3.2. Суспільний аспект. Найчастіше згадуваною рисою в межах суспільного аспекту є працьовитість «ідеального» українця: *pracowity* (251) (56Л, 36Ж, 28В, 28К, 27Лб, 32П, 17Кр, 27Т), *chętny do pracy* (3) (Л, Кр, Ж). Помітна традиційна цінність – гостинність: *gościnnie* (39) (5Л, 9Ж, 4В, 2К, 2Кр, 7П, 4Лб, 6Т). Важливими для студентської молоді Польщі уявленнями є родинність і прив'язаність до сім'ї «ідеального» репрезентанта української національності: *rodzinny* (18) (Л, 7Ж, 3К, 4П, Кр, Лб, В), *przywiązanie do rodziny*

(2) (В, Лб), *powinien dbać o rodzinę* (4) (2Л, Ж, Лб), *powinien wpajać prawidłowe wzorce dzieciom* (2) (Л, В).

3.3.3.3. Політичний аспект. У політичному аспекті центральною рисою є патріотизм «ідеального» українця – *patriota* (66) (10Л, 8Лб, 12Ж, 9В, 8К, 8П, 11Т). Увиразнюється любов і прив'язаність до батьківщини як маркер зразковості українця: *przywiązany do swojego kraju* (5) (2Л, Ж, К, Кр), *dbający o swoją ojczyznę* (2) (В, Ж), *kochający ojczyznę* (6) (Л, В, Ж, Кр, Лб, П), *oddany ojczyźnie* (6) (2Л, 2П, 2Лб), *kocha swój kraj* (2) (Л, В), *walczący o swoją ojczyznę* (2Ж), *broniący dobra swojego kraju* (2Л), *dbający o wizerunek swojego kraju i narodu* (3) (Л, П, Лб). «Ідеального» українця у світлі політичного аспекту характеризує гордість за свою країну і народ, відповідна репрезентація народу за межами держави, а також заангажованість у суспільне життя: *dumny z pochodzenia* (7) (Ж, В, Кр, П, 3Т), *dumny z kraju i języka* (4) (2К, П, Ж), *dumny ze swojego narodu* (2) (Л, Ж), *ma szacunek do swojego pochodzenia i kultury* (4) (2Т, 2П), *nie wstydzi się swojego pochodzenia* (4) (2Кр, Л, Лб), *godnie reprezentuje swój naród poza granicami kraju* (2) (Л, Лб), *aktywny w życiu kraju* (3) (Л, Лб, Кр), *zaangażowany w życie społeczne* (2) (Л, П). 5 разів респонденти зазначають, що «ідеальний» українець знає історію: *zna historię* (7) (4Л, К, 2Ж), *zna ukraińską historię i jest z niej dumny* (2) (В, К), *rozumie wspólną historię Polski i Ukrainy* (2) (К, Л), *powinien być świadomy historii oraz bieżących wydarzeń politycznych* (2) (П, К). 7 разів натрапляємо на згадку, що «ідеальний» представник української національності шанує Польщу: *szanujący Polskę* (7) (2Л, К, 2Лб, 2Ж).

3.3.3.4. Культурний аспект. Серед рис культурного аспекту домінуючими є ввічливість, культурність, вихованість: *uprzejmy* (71) (12Л, 18Ж, 10Ж, 3К, 3П, 9Лб, 6Т), *kulturalny* (49) (13Л, 6Ж, 3В, 8Лб, 4П, 6К, 9Т), *dobrze wychowany* (8) (3Л, 2Лб, П, 2К), *grzeczny* (9) (3Л, В, П, Лб, 3Т). Складовою цього аспекту є низка одиниць, що вживаються на позначення інтелектуальних здібностей «ідеального» українця: *wykształcony* (14) (4Л, 3Ж, К, 2П, 2Лб, 2Т), *inteligentny* (7) (Л, 3П, Ж, 2К), *mądry* (8) (Л, 2В, Лб, 4Т), *elokwentny* (8) (П, В, 2Ж, 2Кр, 2К), *chcący się rozwijać* (3) (Лб, Ж, П), *rozumny* (2) (Л, П). Релігійність

та належність до православної віри «ідеального» репрезентанта української національності експонується на основі таких одиниць, як: *prawosławny* (8) (В, 7Кр), *religijny* (3) (2Л, В), *wierzący* (2В).

Двічі респонденти зазначають, що «ідеальний» українець повинен розмовляти українською мовою: *(pięknie / prawidłowo) posługuje się językiem ojczystym* (4) (В, П, Лб, Кр). Особливою вимогою для зразковості українця є знання іноземних мов, зокрема польської. Студенти, наприклад, пишуть: *z chęcią do nauki języków obcych* (8) (2П, 3К, 2В, Ж), *znający język polski* (3) (Л, В, Лб), *uczy się języka polskiego* (5) (Л, Ж, 2В, Лб), *chętny do poznawania nowych języków i krajów* (2Лб); *chęć posługiwania się językiem polskim* (4) (2П, 2Т), *jeśli mieszka w Polsce, to mówi po polsku*¹³⁸ (2) (Ж, К). «Ідеальний» українець в очах студентів, з одного боку, дбає про культуру своєї країни – *dbający o kulturę swojego kraju* (4) (2Л, Ж, П), *szanujący kulturę, tradycję* (3) (Ж, Кр, Лб), *przywiązany do tradycji* (2) (В, Кр) та, з другого боку, шанує культуру інших громадян – *szanujący kulturę innych obywateli* (8) (6Л, К, Лб). У деяких відповідях експонується гетеростереотипна риса «ідеального» українця – пошана до польської культури і традиції, але зі збереженням української: *poszanowanie polskiej kultury ale przy zachowaniu wartości przywiezionych z Ukrainy* (2Л).

3.3.3.5. Аспект «зовнішній вигляд». Аспект «зовнішній вигляд» представляють лише 3 одиниці, на основі яких формується образ «ідеального» українця: *dbający o czystość* (2) (К, В), *schludny* (3) (Л, Ж, В), *zadbany* (6) (4Ж, В, К). Звідси бачимо, що для польської студентської молоді «зразковість» українця – з огляду на зовнішність – визначається доглянутістю, чистотою, акуратністю.

Отже, аналіз рис «ідеального» українця засвідчує існування в колективній свідомості студентської молоді Польщі канону цінностей, які є важливими при окресленні особи з-поза власної національності. Гетеростереотипні риси українця відсилають до комунікативно-психічного (761), суспільного (319), куль-

¹³⁸ Приписуючи «ідеальному» українцеві останню ознаку, респонденти наголошують: *chętny do nauki języka, obowiązującego w kraju, w którym się znajduje* (2Лб), *powinien znać język tego kraju, w którym przebywa przynajmniej na takim poziomie, aby móc dogadać się pracodawcą* (2) (Л, К), *znać język kraju, do którego się udaje albo angielski* (2Л), *pracujący w Polsce powinien znać podstawy języka polskiego, jeśli chce mieszkać w Polsce* (2) (В, Лб), *powinni znać język polski w sposób komunikatywny* (2В).

турного (249), політичного (140) та «зовнішній вигляд» (11) аспектів. Виявлено, що на тлі інших кількісно домінують комунікативно-психічний, культурний і політичний. Меншою мірою представлені суспільний і аспект «зовнішній вигляд». Складовими виокремлених аспектів є одиниці лише із позитивною евалюацією. Позитивні характеристики у світлі комунікативно-психічного, суспільного, культурного, політичного та аспекту «зовнішній вигляд» становлять 100%. Для польської молоді у зразковості українця найважливішими є такі аксіологічні орієнтири з комунікативно-психічного аспекту: чесність (88), приємність (79), увічливість (71), готовність допомогти (62), толерантність (46), відкритість (46), щирість (38). У межах суспільного аспекту найчастіше згадуваною є працьовитість «ідеального» українця (251), гостинність (39), бажання працювати (3), родинність (18), прив'язаність до сім'ї, родини (2). Крізь призму політичного аспекту «ідеального» українця повинен характеризувати патріотизм (66) (в тому числі любов до батьківщини (6)), прив'язаність до своєї країни (5), повага до Польщі (7), гордість за своє походження (7), відданість батьківщині (6).

У світлі культурного аспекту високий аксіологічний статус мають риси, що стосуються особистої культури українця – культурність (49), добра поведінка (8), вихованість (9), а також інтелектуальної – освіченість (14), мудрість (8), красномовність (8), розумність (7) і релігійної сфери – православність (8). У суспільному аспекті – серед інших домінантних рис – увиразнюється родинність (18) «ідеального» українця. У світлі аспекту «зовнішній вигляд» «ідеальний» українець повинен бути доглянутим (6), акуратним (2) і дбати про чистоту (2).

3.4. Гетеростереотипний образ українця на основі характерних для нього «предметів»

У цій частині праці аналіз охоплює відповіді на запитання про характерні для українця «предмети»: *Jakie przedmioty są charakterystyczne dla Ukraińca?* На запропоноване запитання відповіло 754 (63,09%) респонденти, а не подала своїх відповідей 441 особа (36,9%). Фактичний матеріал становлять 1035 одиниць

(разом із повторами), серед яких: окремі слова (найчастіше конкретні іменники), словосполучення іменників з прикметниками, речення. До одиниць матеріалу зараховуємо також фрагменти речень чи студентські коментарі, т. зв. Ремарки, що несуть додаткову інформацію щодо сфери вживання мовних одиниць чи інтенції адресантів. Охоплені аналізом одиниці на позначення характерних для українця «предметів» формують такі аспекти: кулінарний, «зовнішній вигляд», «матеріальні цінності», політичний, суспільний, культурний, побутовий. До кулінарного аспекту відсилають одиниці – назви страв української національної кухні, продуктів харчування, спиртних напоїв та посуду. Аспект «зовнішній вигляд» репрезентують одиниці на позначення назв одягу та його елементів, головних уборів, взуття, аксесуарів, а також фізичні характеристики зовнішності українця. Аспект «матеріальні цінності» творять одиниці, що є назвами автомобільного транспорту, технічних засобів, а «побутовий» аспект уміщує назви знарядь праці та «предметів» щоденного вжитку. Суспільний аспект представляють одиниці, значення яких пов'язане із перетином державного кордону, покупками та фінансовим становищем репрезентантів української національності. Культурний аспект відображає одиниці – номінації видів пам'яток матеріальної та нематеріальної культури України, мовленнєвих явищ. Побутовий аспект формується на підставі одиниць – назв «предметів» побуту і щоденного вжитку, назв знарядь праці. Варто, однак, зазначити, що межі між аспектами є нечіткими, їхні периферійні зони нашаровуються, адже одиниці семантично відсилають до різних аспектів (див., напр., розділ 2.4.).

3.4.1. Суспільний аспект. До суспільного аспекту відсилають назви речей, об'єктів і реалій, пов'язаних із перетином кордону¹³⁹: *wizy do Polski* (5) (Ж, В, К, 2Т), *kolejki na granicy* (5) (Ж, 2ЛБ, Т, В), *przejście graniczne* (4) (Ж, 3ЛБ), *granica* (3) (Ж, 2ЛБ), *paszport* (3) (К, В, П), *granatowy paszport* (2Ж), *przemysł* (2) (Ж, ЛБ). На периферійній зоні суспільного аспекту і аспекту «зовнішній вигляд» уміщуємо студентські асоціації з українцем – назви пакетів

¹³⁹ Такі асоціації, як темно-синій закордонний паспорт, кордон, пункт перетину кордону, черги на кордоні та контрабанда переважно з'являються у відповідях студентів із Жешова та Любліна, які територіально є ближчими до кордону України. Це підтверджує вплив географічного чинника, а отже, місце проживання носіїв стереотипів є детермінантою стереотипних суджень.

з мережі магазинів «Бедронка» чи характерні фасувальні пакети, сумка для покупок: *reklamówki z Biedronki* (6) (3Л, Лб, Кр, Т), *dużo siatek* (2) (В, Л), *siatka foliowa z supermarketu* (2) (Л, К). Щодо останнього прикладу респондент уточнює: *ale tylko stereotypowo, nie da się tak generalizować* (Л). На основі поданих респондентами одиниць експонується економічна ситуація в Україні, а зокрема, бідність, фінансові труднощі українця: *bieda* (4) (Л, Лб, 2Ж), *kryzys* (3) (Л, В, П), *zasilek* (2Лб), *socjal z Uniwersytetu* (2) (Лб, В).

3.4.2. Політичний аспект. У політичному аспекті для українця характерні національні символи, зокрема синьо-жовтий прапор і такі ж барви, національний герб, гімн, а також червоно-чорний прапор Бандери: *żółto-niebieska flaga* (18) (2Л, 3Кр, 5Лб, 2П, 2В, 4Ж), *hymn* (6) (Лб, 2В, Кр, П), *flaga* (6) (4К, 2Т), *herb narodowy* (5) (4Ж, Л), *flaga Bandery* (2) (Лб, Т), *czarno-czerwona flaga* (2) (Лб, Ж), *symbole narodowe* (2) (Ж, В), *symbole powiązane z Ukrainą* (2) (Ж, П), *barwy żółty i niebieski* (2Л), *kolor niebieski i żółty* (3) (Л, Кр, Ж). До політичного аспекту відсилає подана респондентами асоціація *Karta Polaka* (5) (3Лб, П, К), яка є документом, що підтверджує польське коріння. Тричі натрапляємо на одиницю, що експонує пов'язані з українцем страйки на Майдані – *strajki na majdanie* (3) (Кр, П, Л). Дві одиниці актуалізують реалії, у яких перебуває Україна, а саме війну (антитерористичну операцію на сході України) 2014 року, зокрема за Крим: *wojna* (3) (Л, 2Ж), *wojna o Krym* (4) (Ж, 2Т, П).

3.4.3. Культурний аспект. У світлі культурного аспекту експлікація перцепції студентами українця реалізується за допомогою одиниць, що називають мову українця, характерний спосіб вимови і наголошування слів: *język* (8) (2П, Лб, 2В, 2Л, Ж), *akcent* (4) (2Л, 2Ж), *charakterystyczny akcent* (6) (Л, 5Т), *lekki i zawięzły język* (2) (П, В), *kresowy sposób wymawiania ł i l* (2) (Ж, Лб). Лексема *cyrylica* (5) (Ж, Т, 3Кр) засвідчує притаманний українському алфавітові спосіб написання літер. Образ українця, на думку студентів, формують одиниці на позначення усної народної творчості, традиційних українських танців, музики: *kołomyjka* (6) (2В, П, Кр, 2Т), *tańce tradycyjne* (6) (Ж, Л, П, 3Кр), *folklor* (2) (К, В). 4 рази виявляємо одиницю, що відсилає до сфери літератури –

książki (4) (ЗКр, Т). Із українцем польські студенти асоціюють елементи української матеріальної культури, такі, як петриківський розпис, українська кераміка та порцеляна: *petrykiwka* (4) (В, Лб, Л, Т), *ceramika ukraińska* (3Ж), *porcelana ukraińska* (2) (Ж, Т). До цього аспекту відсилають назви пам'яток архітектури (зокрема, й релігійних об'єктів) і їх вигляду: *Lwowski Teatr Opery* (4) (Ж, 3Лб), *cerkiew* (3) (В, Л, Лб), *klasztor* (3) (Л, Т, Кр), *pozłoczone kościoły* (2) (Ж, Лб), *katedra* (2) (Л, К).

3.4.4. Аспект «зовнішній вигляд». Найбільш розбудованим – за кількісною і семантичною репрезентацією – є аспект «зовнішній вигляд». До цього аспекту відсилають гетеростереотипні риси українця і українки¹⁴⁰. Одиниці з цього аспекту, з одного боку, актуалізують образ українця із темним кольором шкіри, очей та волосся, а з іншого – відображається їхній світлий тон: *ciemne oczy* (3) (Л, В, П), *jasne oczy* (2) (Л, П), *ciemna karnacja* (3) (Кр, 2Т), *jasna karnacja* (3) (Л, Кр, Л), *jasne włosy* (2) (Л, В). Натрапляємо на характеристику кольору волосся українки: *mocne blond włosy* (4) (3Л, Т). Респонденти також додають, що українцеві притаманні золоті зуби, вуса, широкі бедра, засмаглий колір шкіри, крикливий вигляд тощо: *złote zęby* (2) (Л, В), *wąs* (2) (Л, В), *opalenizna* (2) (Л, Лб), *szerokie biodra* (Л), *krzykliwy wygląd* (2) (Лб, К).

До аспекту «зовнішній вигляд» відсилають одиниці, що відображають «предмети» з гардеробу українця. Запропоновані одиниці вибірково стосуються різних частин одягу¹⁴¹. Найпоширенішими назвами одягу є: *dres* (20) (3К, 2Л, 2В, Лб, 2П, 4Кр, 6Ж), *sportowe ubranie* (6) (В, К, 4П), *futra* (5) (2Кр, К, В, Т), *koszulki bez rękawów* (4) (3Л, В), *biała koszula z czerwonymi lampasami* (3) (2К, Кр), *kurtka skórzana* (3) (Лб, К, Кр), *spodnie dresowe* (2Лб), *puchowe płaszcze*

¹⁴⁰ Наприклад, припускаємо, що одиниці – *mocny makijaż* (9) (Л, В, П, 2Лб, 2К, Кр, Т), *dużo makijażu* (2) (Лб, К), *czerwona szminka* (6) (Лб, В, Л, К, 2П), *czerwone usta* (2) (Л, П), *źle zrobione paznokcie* (2) (Л, В), *trwała fryzura u kobiet* (2) (Л, Т) стосуються образу українки з огляду на студентські коментарі на кшталт: *w makijażach w Ukrainek oprócz podkładu i konturowania występują mocno narysowane brwi i brak pomalowanych rzęs* (Лб), *Ukrainki mają bardzo charakterystyczne makijaże, osobliwe, wyjątkowe* (2Лб).

¹⁴¹ Респонденти виражають свою позитивну оцінку одягу українця: *bardzo modne ubrania* (2) (В, К), *stylowe buty* (3) (2В, К), *fantastycznie się ubiera* (2Кр), *mają świetne stylizacje* (3) (2П, Лб), *dobre ubranie* (3) (Ж, Лб, П), *drogie torebki* (3) (Ж, 2В). Часто респонденти вдаються до пейоративних характеристик одягу українця: *podarte ubrania* (2) (Ж, Лб), *podarta kurtka* (2) (Т, Лб), *tanie ubranie* (2) (Ж, Т), *brzydkie sukienki* (2К), *spódnice staromodne* (2) (П, В).

zimowe (2) (Кр, Т), *puchowe kurtki* (2В), *biała koszula z obszyciami* (2К), *biała koszulka na grubych ramiączkach* (2) (Л, Кр), *plaszcz* (П).

Аспект «зовнішній вигляд» репрезентують також одиниці, що є назвами характерних для українців прикрас і ювелірних виробів. Наприклад, студенти із цієї семантичної категорії «предметів» українцеві приписують: *złoto* (6) (П, 2В, К, Ж, Л), *biżuteria* (6) (2Ж, В, 3Кр), *kolczyki* (4) (2Л, 2В), *bransoletki* (3) (Л, Кр, Т), *pierścionki* (3) (2Л, К), *łańcuszki* (3Л), *łańcuchy na szyi* (3Ж), *złoty łańcuszek* (3) (2Ж, Т), *wisiorek* (2Кр), *biżuteria u mężczyzn* (3) (К, Т, П), *złota biżuteria* (2) (В, Ж), *biżuteria sztuczna* (2) (Л, Ж). Асоціації із цієї сфери містять також оцінний компонент щодо великої кількості біжутерії, прикрас, її строкатості: *dużo biżuterii* (3Л), *dużo złotych elementów* (2В), *pstrokata biżuteria* (2Кр).

Гетеростереотипний образ українця-робітника творять одиниці на позначення робочого одягу: *tandetne ubrania* (4) (П, 2В, Кр), *ubrania robotnicze* (7) (2Л, В, К, Ж, Лб), *ciuchy robocze* (3) (К, Т, П), *spodnie robocze* (2) (Т, К), *buty robocze* (3) (Т, В, Лб).

Як асоціації з українцем з'являються назви сумок, серед яких валізи, сумки для подорожей, сумки в клітинку, великий багаж: *walizka* (9) (2Лб, 2Л, К, 3Ж, Т), *bardzo duże walizki* (2Л), *plecak* (8) (3Л, 2Лб, П, Т, Ж), *torba podróżna* (5) (2Лб, 2Кр, В), *duży bagaż* (4) (Лб, Л, К, В), *liczne torby bagażowe* (2П), *torba w kratkę* (2) (П, Ж). Ця низка одиниць експонує, з одного боку, образ українця під час подорожей до Польщі, а з другого – може відсилати до образу заробітчанина.

Одиниці, що є назвами характерних для українця головних уборів, позначають шапку з дашком, грубу зимову шапку з хутра: *czapka z daszkiem* (15) (Л, Лб, 3П, 2Кр, 2В, 4Ж, 2Т), *gruba czapka zimowa z futra* (Л). Серед одиниць із аспекту «зовнішній вигляд» виокремлюємо такі, що експонують фірмові речі та їх підробки як елемент гетеростереотипного образу українця: *markowe ubrania* (8) (4Лб, 2К, В, Т), *podróbki markowych ubrań* (8) (Лб, Л, 6Ж), *podrabiane ubrania znanych marek* (5) (2В, Л, П, Ж), *markowe buty* (4) (2П, Лб, К), *przedmioty markowe* (3) (П, В, Т), *kurtka z logiem firmy adidas* (2) (Ж, Кр). Складовою

аспекту «зовнішній вигляд» є назви видів взуття: *buty adidas* (8) (К, 3Кр, Л, В, 2Ж), *klapki* (2В), *biale długie kozaki* (2) (К, П). Характерне для українця взуття, на думку респондентів, є діряве, дешеве: *dziurawe buty* (2) (Л, К), *tanie buty* (2) (Л, В).

Накладання аспектів «зовнішній вигляд» і культурний ілюструють назви українського національного вбрання та його елементів, які розміщуємо в їхніх периферіях. Гетеростереотипний образ українця формують вишиванка, біла вишита сорочка, народний стрій, кольорові регіональні строї: *wyszywanka* (15) (9В, Кр, К, 4Т), *biała haftowana koszula* (8) (3В, 2Л, 3Ж), *ludowy strój* (25) (7Л, 4Лб, 4Кр, 9Ж, В), *kolorowe stroje regionalne* (6) (2Кр, К, 2В), *ozdobne suknie* (2Кр), *folkowe ubrania* (2) (В, П), *szarowary* (2) (К, В). Серед традиційних українських аксесуарів – елементів національного одягу – студенти виокремлюють вінок, коралі, червоні коралі, соняшник, хустини на голові, стрічки: *wianek* (22) (14Л, 2К, В, П, Лб, 3Ж), *korale* (5) (П, Кр, Л, 2Т), *czerwone korale* (2) (П, К), *warkocz* (5) (2В, П, Лб, Л), *chusta* (8) (Лб, 5Л, Кр, П), *chustka na głowie* (5) (3Л, 2Ж), *kolorowa chusta* (2) (Л, Кр), *chusta w kwiaty* (2) (Л, В), *ludowe chusty* (2К), *babcie chusty* (3К), *wstążki* (2) (Л, Т), *ozdoby i dodatki z motywem ludowym* (2) (Кр, Т).

3.4.5. Кулінарний аспект. У кулінарному аспекті високу позицію займає закріплена в польській лінгвокультурі словосполучка *barszcz ukraiński* (24) (2Л, 4Лб, 5В, 5К, 6Кр, 2П, 7Т, 4Ж). Із українцем студенти асоціюють також інші кулінарні позиції¹⁴²: *pierogi* (7) (Лб, 3В, 2К, Ж), *pielmieni* (5) (2В, 2Т, Кр), *solianka* (2) (Л, Т), *tradycyjne potrawy* (2Кр), *dania kuchni ukraińskiej* (2) (Ж, К), *domowe jedzenie*¹⁴³ (3) (Л, Кр, Лб), *dobra i domowa kuchnia* (2) (Л, Т), *charakterystyczna mięsna kuchnia* (2Л). Увиразнюються – на тлі інших характерних для українця речей – солодощі: *słodycze* (17) (2Лб, В, К, 13Ж), *cukierki ukraińskie* (17) (2Л, 2Лб, 13Ж), *cukierki Krówki* (6Ж), *chałwa* (8) (4Лб, Кр, П, Ж, Кр), *czekolada Roszen* (4) (Л, П, 2Т), *cukierki ze wzorem ludowym* (2Лб), *cukierki*

¹⁴² Для українця у перцепції студентської молоді Польщі характерні також назви продуктів харчування, які є вибіркою із різних категорій, наприклад, м'ясних продуктів, овочів, хлібо-булочних виробів, риби тощо: *slonina* (4) (Лб, П, К, Л), *chleb* (2) (Ж, П), *kielbasa* (3) (Лб, 2Т), *taranka* (2) (Ж, Л), *cebula* (2) (Лб, Л), *owoce morza* (2) (Ж, В), *śledź* (3В).

¹⁴³ Пропонуючи цю асоціацію з українцем, один респондент додає коментар: *może to obserwacje z mojej pracy* (Л).

bardzo smaczne (2) (Ж, Т), *wyśmienite cukierki* (2) (Ж, П). Дві останні одиниці поєднуються із експліцитною оцінкою – *bardzo smaczne, wyśmienite*. Серед назв гарячих і холодних напоїв притаманними українцеві є кава, термос із чаєм, хлібний квас – *kawa ukraińska* (4Ж), *kwask chlebowy* (3) (Т, Кр, П), *termos z herbatą* (2) (Л, П).

Найчисленнішу групу одиниць у межах кулінарного аспекту становлять алкогольні напої. Вважаємо їх складовою (хоч і периферійною) кулінарного аспекту з огляду на належність до семантичного поля «напої». Це низка одиниць, наприклад: *alkohol* (56) (18Л, В, 2К, 2Кр, 8Лб, 3П, 12Ж, 10Т), *wódka* (47) (6Л, 4Лб, 4В, 3К, 4П, 6Кр, 10Ж, 10Т), *butelka wódki* (7) (2Л, 2Лб, В, 2К), *butelka alkoholu* (4) (2П, 2Лб), *piwo* (4) (Л, Ж, Т), *bimber* (2) (П, Л, 2В, Кр), *wiśniówka* (2) (В, Т). Тричі студенти в анкетах подають слово *kieliszek* (3) (2К, Т), яке, окрім первинного значення посуду, може вживатися як метонімія – вміст посуду, найчастіше алкоголю. Виявляємо також одиниці із оцінкою «дешевий» на позначення алкоголю: *tania wódka* (5) (Л, 4Лб), *tani alkohol* (7) (Л, В, 5Ж). До аналізованого аспекту схилиємося зараховувати назви цигарок, які вживаємо у значенні виробів для споживання: *papieros* (53) (14Л, 6Кр, 5В, 6К, 14Лб, 8П, 12Т), *robione fajki* (2) (К, Кр). Слово цигарки, як характерний елемент образу українця, студенти теж подають із оцінкою – дешеві: *tanie papierosy* (7) (2В, Лб, К, 3Кр).

3.4.6. Аспект «матеріальні цінності». Окремий пласт одиниць із аспекту матеріальні цінності стосується назв транспортних засобів, їхніх марок: *ciężarówki* (6) (Л, 2П, 3Т), *samochody* (2) (Ж, Лб), *Lanos daewoo* (2) (Л, К), *rower* (2) (Лб, Кр), *Audi* (3) (Л, Лб, В), *BMW* (2) (Л, Ж). Виокремлюємо низку одиниць, що містять оцінку транспортних засобів. Автомобілі українця, на думку польської молоді, можуть бути або старі, дешеві або швидкі, красиві, дорогі: *stare samochody* (9) (2К, 2В, 2Лб, Кр, 2Ж), *drogie samochody* (5) (4Ж, Лб), *tani samochód* (3) (2Ж, П), *szybkie samochody* (2) (Л, В), *ładny samochód* (2К). Тричі як асоціацію з українцем студенти пропонують одиницю на позначення програми для замовлення таксі «Убер»: *aplikacja Uber* (3) (Кр, К, Лб).

Однією зі складових аспекту «матеріальні цінності» є номінації техніки. Низка одиниць називає телефони і пов'язані з ними аксесуари: *iphone* (16) (2Л, 2Ж, 3В, 6К, 3Кр) (*na kredyt* (Ж)), *telefon*¹⁴⁴ (7) (2Л, 2Лб, П, К, Кр), *gadżety* (7) (2Лб, Л, В, 3Кр), *sluchawki* (2) (Лб, Л), *odtworzacz* (Л). Хоробрість і войовничість українця експонують студентські асоціації – назви зброї: *broń* (5) (Л, Кр, П, 2Т), *szabla* (4) (2Л, К, П).

3.4.7. Побутовий аспект. Побутовий аспект охоплює номінації знарядь праці, інструментів та «предметів» щоденного домашнього вжитку. Наприклад, з українцем польській молоді асоціюються такі «предмети» інтер'єру, як кольорові килими та килими на стінах: *dywan na ścianie* (2) (В, Т), *kolorowe dywany* (2) (Ж, В). Речі, що призначені для прибирання, представлені лише трьома одиницями – віник, швабра та відро: *miotła* (3Кр), *mor* (2) (Лб, Т), *wiadro* (2П). Серед назв інструментів і знарядь праці, які призначені для роботи на полі й будівництві, студенти виокремлюють такі, як: *łopata* (6) (2Л, Лб, В, К, Т), *siekierka* (4) (2В, К, П), *szpatel* (4) (Л, 3Т), *widły* (3) (В, К, П), *kij* (3) (Кр, 2Ж), *scyzoryk* (2В), *motyka* (2Лб), *młotek* (2) (Кр, Т), *nóż* (2) (Л, В), *szczotka* (2Л).

Отже, на підставі аналізу запропонованих польськими студентами одиниць на позначення характерних для українця «предметів» простежено, що вони відображають різні сфери позамовної дійсності та, відповідно, відсилають до таких аспектів: «зовнішній вигляд» (407), кулінарний (333), «матеріальні цінності» (88), політичний (63), культурний (57), суспільний (46), побутовий (41).

Нашарування аспектів «зовнішній вигляд» і «культурний» убачаємо на прикладі одиниць, що називають традиційне вбрання українців і його елементи, серед яких високі позиції займають: *ludowy strój* (25), *wyszywanka* (15), *biała haftowana koszula* (8), *kolorowe stroje regionalne* (6), *wianek* (22), *korale* (5). Превалюванням з огляду на зовнішній вигляд характеризуються характерні для українця спортивний костюм, хутро, брендовий одяг або його підробки, спортивний одяг: *dres* (20), *markowe ubrania* (8), *podróbki markowych ubrań* (8) (Лб,

¹⁴⁴ Студенти подають також оцінку цих речей – дорогий, найновіший, дорогої фірми: *najnowszy iphone* (6) (3Лб, В, 2Т), *najtańsze telefony* (2) (В, Т), *komórka drogiej marki* (Т), *drogie telefony* (2) (П, Т), *nowe telefony* (2В).

Л, 6Ж), *ubrania robotnicze* (7), *futra* (5), *sportowe ubrania* (6). Серед асоціацій – назв прикрас домінують такі, як: *złoto* (6), *biżuteria* (6). Простежено, що в «кулінарному» аспекті найвищу позицію займає *barszcz ukraiński* (24), а також виразнюється сегмент одиниць – експонентів алкоголізму і пияцтва (наприклад, *alkohol* (56), *wódka* (47), *piwo* (4), *butelka alkoholu* (4), *butelka wódki* (7)) (див. Додаток 28). Політичний аспект стереотипу українця відображають домінантні прапор і гімн України – *żółto-niebieska flaga* (18), *hymn* (6), а також назва документа – підтвердження зв'язку із польською національністю – *Karta Polaka* (5). До політичного аспекту відсилає також одиниця, яка є назвою подій, у яких актуально перебувала Україна – *wojna o Krym* (5), *wojna* (4). Гетеростереотип українця крізь призму культурного аспекту творять одиниці, що вказують на мову, характерний акцент українця і алфавітну систему письма – кирилицю: *język* (8), *charakterystyczny akcent* (6), *cyrylica* (5). Як асоціації з українцем у межах цього аспекту також присутні назви українських традиційних танців, види декоративного мистецтва (Петриківський розпис) та архітектурний об'єкт (Оперний театр у Львові): *kołomyjka* (6), *tańce tradycyjne* (6), *petrykiwka* (4), *Lwowski Teatr Opery* (4). У побутовому аспекті серед інших кількісно переважають назви знарядь праці – *łopata* (6), *siekierka* (4), *szpatel* (4), а також одиниці, що вживаються на позначення зброї – *broń* (5), *szabla* (4). У суспільному аспекті домінантними є одиниці, що вказують на реалії, характерні для перетину кордону з Україною: *wizy do Polski* (5), *kolejki na granicy* (5), *przejście graniczne* (4). Образ українця під час покупок засвідчує така одиниця, як *reklamówki z Biedronki* (6). Виявлено експонент бідності – *bieda* (4). В аспекті «матеріальні цінності» превалюють над усіма іншими такі характерні для українця «предмети»: *iphone* (16), *stare samochody* (9), *telefon* (7), *gadżety* (7), *ciężarówki* (6), *najnowszy iphone* (6).

3.5. Гетеростереотипні риси українця на основі фразематики

На поставлене запитання – *Proszę podać znane Pani / Panu przysłowia, porzekadła, stałe połączenia wyrazowe, frazeologizmy o Ukraińcach* – польська

молодь зрідка подавала свої відповіді. Наприклад, із охоплених анкетуванням респондентів відповіло лише 145 (12,1%) осіб, однак 1050 (87,86%) не вказали жодних прикладів сучасної фразематики про українця. Припускаємо, у свідомості сучасної студентської молоді Польщі немає фразематичних одиниць, які були б носіями гетеростереотипних рис українця. Зібрані в межах цієї анкетної рубрики ФМО зрідка містять компонент *Ukrainiec*, проте частіше – назву країни: *Ukraina* та похідних прикметників *ukraiński*, *ukraińska*. Доволі часто респонденти подають ФМО без згаданих вище лексем і похідних від них слів чи відтворюють одиниці із компонентом, що відсилає до українських реалій. Матеріалом аналізу слугує 41 одиниця¹⁴⁵, які залічуємо до сучасної фразематики. Виявлені ФМО відсилають до таких аспектів: кулінарного, комунікативно-психічного, суспільного, політичного та культурного.

3.5.1. Комунікативно-психічний аспект. Експонентом завзятості як складової комунікативно-психічного аспекту репрезентанта аналізованої національності є одиниця *zawzięty jak Ukrainiec* (3) (В, Ж, Лб). Одна з виявлених ФМО містить компонент, що є фонічно близький до назви столиці України – *Kijów*: *Kijowi Ukraince* (Ж). У польській мові слово *Kijów* може вживатися у значенні «дуже поганий» або відсилати до слова *kij*, що означає палицю [WSJP]. Кореляція українця і Русі актуалізується через подані респондентами в цьому пункті анкети ФМО типу: *Musi to na Rusi, a w Polsce jak kto chce* (В); *Jak Lach, tak Rusin mądrzy po szkodzie* (2) (В, П). Остання одиниця є модифікацією польського прислів'я *Mądry Polak po szkodzie*, де відбулася модифікація розширення – поява нової лексеми *Rusin* та субституція – заміна лексеми *Polak* на *Lach*. До аналізованого аспекту відсилає також одиниця *kozacze serce* (2) (В, Ж). З прикметниковим компонентом *ukraińska* з'являється відтворювана респондентами одиниця – *ukraińska krew* (2) (Л, Кр).

3.5.2. Суспільний аспект. Образ українця як працюючого у світлі суспільного аспекту формує ФМО – *pracować jak Ukrainiec* (3) (2Ж, Т), яку

¹⁴⁵ Респонденти, окрім узятих до уваги одиниць, подавали вільні словосполучення, коментарі і висловлювання, на кшталт: *pracowity Ukrainiec*, *naiwny Ukrainiec*, *piękne Ukrainki*, *Ukrainki są bardzo pięknymi kobietami* (Л); *kobiety są piękne jak Ukrainki* (П); *Ukraincy bardzo dużo pracują* (Ж). Ці студентські відповіді не зараховуємо до сучасної польської фразематики.

студент із Торуня пояснює: *czyli pracować bardzo dużo i intensywnie* (Т). Виокремлюємо ФМО, яка відсилає до образу козака: *ukraiński kozak* (3) (К, Л, Лб).

3.5.3. Кулінарний аспект. 7 разів натрапляємо на відтворювану респондентами одиницю *barszcz ukraiński* (7) (В, Л, 2Ж, 2П, Т), яка відсилає до традиційної кухні України, а отже – сприйняття українця крізь призму кулінарного аспекту.

3.5.4. Політичний аспект. Серед виокремлених одиниць, що належать до політичного аспекту, тричі фіксуємо цитату із відомої пісні «Гей, соколи», де йдеться про образ зеленої України і прив'язаність до батьківщини та коханої дівчини, яка, ймовірно, також є українкою: *Żal, żal, za dziewczyną, za zieloną Ukrainą, żal, żal serce płacze, że jej więcej nie zobaczą. A jak umrę, pochowajcie na zielonej Ukrainie, przy kochanej mej dziewczynie* (3) (2Ж, П). Стереотип України і любов / патріотичне ставлення до неї як складових політичного аспекту актуалізує цитата із вірша В. Сосюри «Любіть Україну»: *Kochajcie Ukrainę jak słońce, kochajcie jak wiatr, jak trawę, jak wody* (Л). Двічі натрапляємо на українське патріотичне гасло «Слава Україні!»: *Chwała Ukrainie* (2К). Гетеростереотипна модель України як країни, що розташована далеко відносно до Польщі, експонують такі відтворювані респондентами ФМО із політичного аспекту: *Pan Bóg i z Ukrainy słyszy* (2В), *poszedł jak za Ukrainę* (2) (Ж, В). Двічі натрапляємо на ФМО – *Gdzie Rzym, a gdzie Krym* (2) (Л, Т), яка в польській лінгвокультурі вживається на позначення речей чи ситуацій, які не мають між собою схожості [WSJP]. Зазначимо, що респонденти експліцитно виражають асоціацію Криму з Україною, адже у відповідь на це запитання подають ФМО із компонентом *Krym*.

3.5.5. Культурний аспект. Із українцем польська молодь пов'язує українську мову й танець, що відсилають до культурного аспекту: *taniec ukraiński* (3) (Ж, К, Кр), *język ukraiński* (3) (Ж, 2Лб). Остання ФМО виявлена лише в середовищі жешівських і люблінських студентів, що детерміновано близьким географічним розташуванням.

Отже, з огляду на низьку відтворюваність респондентами ФМО, можна зробити висновок, що польська молодь не знає на високому рівні сучасної

фразематики про українця. Актуалізовані на підставі відтворених з колективної студентської свідомості ФМО риси відсилають до таких аспектів: кулінарного (41), комунікативно-психічного (18), політичного (6), культурного (6), суспільного (4) (див. Додаток 29, 30). Неширокий реєстр студентських ФМО про українця, які респонденти запропонували як відповідь на це запитання, здебільшого актуалізує гетеростереотипний образ України як улюбленої, повної зелені країни (4) (9,75%). Для польських студентів Україна – це віддалена територіально держава (4) (9,75%). Гетеростереотипну модель українця формують кулінарний (український борщ (7) (17,09%)) і комунікативно-психічний (завзятість (3) (7,3%), козаке серце (2) (4,87%)), суспільний (працьовитість (4) (9,75%)), політичний (любов та патріотичне ставлення до України (6) (14,63%)), культурний (українська мова (3) (7,3%), танець (3) (7,3%)) аспекти.

3.6. Гетеростереотипні риси українця в анекдотах

Поставлене респондентам запитання – *Proszę napisać znane Pani/Panin dowcipy o Ukraińcach* – мало на меті зібрати відомі польській молоді анекдоти чи тексти жартівливого характеру про українця. Однак на цей пункт анкети відповідей не написало 1175 (98,3%) респондентів, що свідчить про відсутність закріплених у свідомості студентів Польщі анекдотів про репрезентанта аналізованої національності. Зібрані¹⁴⁶ анекдоти і віддзеркалені на їхній підставі риси представляємо, групуючи їх в суспільний, політичний, культурний аспекти. Матеріал аналізу охоплює 19 одиниць, які є мовними жартами довільної форми. Зазначимо, що студентські анекдоти не завжди стосувалися українця, оскільки респонденти відтворювали тексти, де виступали *Ukraina, Ukrainka, Krym, Kijów*.

3.6.1. Суспільний аспект. 9 разів респонденти наводять приклад анекдоту, що є експонентом риси «схильність до заворушень» із суспільного аспекту. В аналізованому анекдоті шляхом уживання фонічно близьких слів –

¹⁴⁶ Серед відповідей 21 респондента містяться також коментарі на кшталт: *zazwyczaj występują kawały o Polaku, Niemcu, Rosjaninie. O Ukraińcach dowcipów nie znam* (В); *w Polsce nie są popularne żadne dowcipy o Ukraińcach* (Л).

назви столиці України – *Kijów* та прикметника «*kijowy*» («поганий, пов’язаний із палицею») висміюється причина частих заворушень в Україні: *Dlaczego na Ukrainie wybuchają zamieszki? – Bo mają Kijową stolicę* (9) (6Ж, В, 2П). Вважаємо цей анекдот складовою суспільного аспекту, адже слово *zamieszki* в польській мові означає «публічні сутички певних груп суспільства, які є виявом незадоволення, бунту і протесту» [WSJP]. До суспільного аспекту відсилає анекдот, у якому головною героїнею є українка, де в жартівливій формі представлені стосунки між жінкою та чоловіком: *Ukrainka do męża: – Wiesz, dziś jak przechodziłam w przedpokoju, to zegar spadł tuż za mną. Mąż odpowiada: – Zawsze się spóźniał* (Ж). Згаданий анекдот засвідчує образ України як країни біднішої на противагу Канаді: *Zgodnie z wynikami najnowszych badań, wszyscy Rosjanie, Ukraińcy, Białorusini chcą żyć razem w jednym bogatym kraju – w Kanadzie* (Ж).

3.6.2. Політичний аспект. Політичний аспект представлено лише одним анекдотом, у якому згадується назва українського півострова Крим, який у колективній свідомості студентської молоді Польщі є частиною України і асоціюється з нею. Для комічного ефекту в цьому прикладі використовується гра слів – власна назва *Krym* та слово *krem*: – *Poproszę ciasko. – Jakie? – Z Krymem* (3) (2Ж, П). Звідси бачимо, що замість тістечка з кремом просять з Кримом.

3.6.3. Культурний аспект. До культурного аспекту відсилає згаданий 4 рази анекдот, де українці виступають кмітливішими¹⁴⁷ порівняно з румунами: *Ukraińscy naukowcy znaleźli sposób na użycie skrzynek pocztowych okolic Czarnobyli – sprzedają je Rumunom jako kuchenki mikrofalowe* (4Ж).

Отже, аналіз невеликого фактажу анекдотів дає змогу виявити суспільний (57,89%), культурний (26,3%) і політичний (15,7%) аспекти, до яких відсилають висміювані в анекдотах риси (див. Додаток 31, 32). Суспільний і культурний аспект представлено ширше, на противагу політичному. До суспільного аспекту

¹⁴⁷ Один анекдот актуалізує стереотипний образ українця як приреченого, над яким можна пожартувати, наприклад: *Marynarz zabrał trzech mężczyzn na pełne morze. Ukrainiec, Czech i Rosjanin. Ze względu na sztorm, który ich spotkał, łódź straciła swoją wyporność na sztorm i ktoś musiał skoczyć za burtę. Marynarz zdecydował więc, że ten, kto nie odpowie na jego pytanie, musi opuścić łódź, więc pyta Niemca, kiedy była 2 wojna światowa? Ten odpowiada 1939-1945. – Dobra, zostajesz. – Czechu, teraz twoja kolej, ilu ludzi zginęło? – Na pewno, coś ponad 10 milionów. – Dobra, zostajesz. Teraz Ukrainiec. Ty podaj nam nazwiska tych osób* (Ж).

відсилають такі характеристики, як схильність до заворушень (47,3%), бідність (5,26%) українців. На основі складових одиниць суспільного аспекту представлено схильність чоловіка жартувати над жінкою і не найкращі стосунки в сім'ї (5,26%). Культурний аспект репрезентує високий рівень кмітливості (26,31%) українця, на противагу репрезентантам інших народів. Політичний аспект формується на основі згадки про назву українського півострова Крим (15,7%). Віддзеркалені в анекдотах риси увиразнюються шляхом мовної гри фонічно близьких слів української і польської мови, конфронтації українця й представників інших національностей (румунів, чехів, росіян), протиставлення економічної ситуації України і Канади тощо.

Висновки до розділу 3

Аналіз рис «типового», «справжнього», «ідеального» українця, сучасної польської фразематики й анекдотів про українця і характерних для нього «предметів» засвідчує кореляцію деяких виокремлених на їхній основі аспектів із відповідними категоризаціями, виокремленими в СД і відповідниках етноніма *Ukrainiec*:

Комунікативно-психічний аспект домінує в образі «типового» (888), «справжнього» (507) й «ідеального» (761) українця. Асоційовані з українцем «предмети» і анекдоти про українця до такого аспекту не відсилають. Комунікативно-психічний аспект корелює із комунікативно-психічною категоризацією, яка на підставі студентських визначень лексеми *Ukrainiec* (19) представлена найвужче. Відповідники аналізованого етноніма не висвітлюють комунікативно-психічної категоризації.

Суспільний аспект семантично пов'язаний із суспільною категоризацією. Найвищі рейтингові позиції суспільний аспект займає в образах «типового» (722), «справжнього» (400), «ідеального» (319) українця. Меншою мірою суспільна сфера представлена на підставі асоційованих з українцем «предметів» (46). Найрідше він відображений в анекдотах про українця (11) і в ФМО (4).

Репрезентація суспільної категоризації, відтвореної на підставі СД (65) лексеми *Ukrainiec*, є меншою, ніж її відображення на основі відповідників згаданого слова (124).

Політичний аспект взаємонакладається із політичною категоризацією. Найбільше наповнення політичний аспект має в образі «ідеального» (140) українця, а в мовних картинах «типового» (42) й «справжнього» (62) представника має меншу кількісну репрезентацію. До політичного аспекту найрідше відсилають експоновані риси українця в анекдотах (3) і сучасних ФМО (6) про українця. Політична категоризація в СД відображена частіше (362), ніж на підставі відповідників лексеми *Ukrainiec* (77).

Культурний аспект відповідає культурній і мовній категоризації. Найширше культурний аспект представлено в образах «ідеального» (249) і «типового» (202) українця. Вужче аналізований аспект відображено на підставі асоційованих з українцем «предметів» (57). Найменші кількісні показники має культурний аспект з огляду на фразематику (6) і анекдоти (5) про українця. Культурна категоризація частіше відображена в СД (48) лексеми *Ukrainiec*, ніж у її відповідниках (10). Мовну категоризацію на підставі студентських визначень (72) відображено втричі частіше, ніж на основі відповідників (25) етноніма *Ukrainiec*.

Аспект «зовнішній вигляд» семантично корелює із однойменною категоризацією етноніма *Ukrainiec* і відповідників цієї лексеми. Найширше аспект «зовнішній вигляд» актуалізується на підставі характерних для українця «предметів» (407). Однаковою мірою увиразнено аспект «зовнішній вигляд» в образах «справжнього» (34) й «типового» (33) українця. Найвужче з огляду на зовнішність відображені характеристики «ідеального» українця (11). Категоризація «зовнішній вигляд» не є часто згадуваною в СД (2) і відповідниках етноніма *Ukrainiec* (3). Сучасні польські ФМО й анекдоти про українця не експонують рис у світлі аналізованого аспекту.

Аспект «матеріальні цінності» (88) і побутовий (41) актуалізовано лише на основі асоційованих з українцем «предметів».

До **кулінарного** аспекту відсилають експоновані риси українця на підставі характерних для нього «предметів» (333) і відтворених студентами ФМО (41).

Етнічна, національна та категоризація з огляду на **самоідентифікацію** відображена лише на основі СД етноніма *Ukrainiec* і відповідників згаданої лексеми.

Гетеростереотипна проєкція уявлень відображає важливість для студентської молоді географічної (образ українця – мешканця України) і політичної (образ українця – громадянина України) складових. Простежуємо формування, як і для поляка, портрету українця-європейця, що відображає уявлення України як члена європейської спільноти з огляду на географічне розташування, європейські цінності й задеклароване бажання України до членства в Європейському Союзі. Історичні стереотипи українця-бандерівця і українця-упівця представлені малою мірою, а студентські ремарки експонують, що це окреслення вживається в середовищах інших осіб і є недоцільним. У колективній мовній свідомості студентів з Польщі зберігається інформація про образ українця-козака. Як і для автостереотипної проєкції, так і для гетеростереотипної характерний образ українця-слов'янина. Виокремлено портрет українця-патріота, який актуалізується на підставі прив'язаності, любові українця до батьківщини і гордості за своє походження. Гетеростереотип українця в середовищі студентської молоді Польщі формують такі риси із суспільного аспекту, як: працьовитість, гостинність, родинність, бідність, заощадливість, схильність до вживання алкоголю й розваг. Виокремлено релігійність українця, зокрема належність до православної конфесії, на протиположності полякові. У студентському середовищі Польщі із українцем асоціюється пункт пропуску на кордоні, процес його перетину, а також контрабанда. Уплив суспільно-політичних чинників 2014 р. в Україні, серед яких – Революція Гідності й антитерористична операція на сході України, зумовив появу асоційованих із українцем страйків на майдані, війни за Крим і поширення у свідомості молодих поляків російських за фонічним звучанням імен – Саша, Сашка тощо. Характерні для українця «предмети» дають можливість увиразнити образ українця-робітника,

українця-заробітчанина й того, хто любить подорожувати. Польська молодь сприймає українця крізь призму українського національного одягу – вишиванки, вінка, коралів; українських національних страв – українського борщу, вареників; народних пісень і танців. Гетеростереотипний портрет українця з огляду на його зовнішній вигляд формують спортивний костюм, кросівки, шапка з дашком, а також хутрянні вироби й підробки фірмових речей. Зовнішність українця коливається між світлим і темним кольором шкіри й волосся. Окрім зовнішності українця-чоловіка виокремлено гетеростереотипний портрет українки, яку характеризує насичений макіяж, червоні губи, хімічна завивка, волосся кольору «блонд». Окремим елементом у зовнішньому вигляді українців є прикраси із золота, серед яких ланцюжки.

Складовою гетеростереотипу українця крізь призму суспільної сфери є позитивно маркований образ українця-брата, українця-друга, українця-союзника. Вектор гетеростереотипних уявлень 2018–2020 р. скеровано в бік освітньої площини, що підтверджує виявлений образ українця-студента в Польщі, українця як колеги з освітньої програми Еразмус. Увиразнено гетеростереотип українця-емігранта з огляду на зумовлені суспільно-політичними чинниками міграційні переселення українців до Польщі. У перцепції студентської молоді Польщі українець залишається взаємопов'язаним із категорією «росія» і російська мова. Однак студентські ремарки підтверджують, що асоціація українця як «руссека», росіянина є помилковою або зумовлена відсутністю відповідних знань. Українець, на думку польської молоді, розмовляє українською мовою або одночасно українською і російською мовами, які складно розрізнити з огляду на схожість. Просторове розташування України зумовлює існування у студентській свідомості гетеростереотипу українця-сусіда, який має більшу інтенсивність вияву серед люблінських і жешівських студентів. Уявлення українця як сусіда не зумовлено лише географічною локалізацією України, оскільки з'являється вербалізоване окреслення представника української національності «сусідом», який проживає поруч із польськими студентами у гуртожитку. На підставі вищенаведених прикладів простежуємо відображення

студентської точки зору. Гетеростереотипні уявлення українця в середовищі студентської молоді Польщі містяться в бінарній категорії «Захід – Схід», де репрезентанта української національності окреслено із дистанцією як «людину зі сходу», «того / тих зі сходу», «когось зі сходу». Бінарну опозицію «свій – чужий» актуалізують гетеростереотипні уявлення українця як іноземця, чужого, підтверджуючи закорінену в свідомості самоідентифікацію шляхом протиставлення іншим особам. Із українцем польська молодь пов'язує характерний акцент, затягування звуків. У польському студентському середовищі виявлено стереотип українця як шошона з огляду на часте слово «шо» в мовленні українців. Для гетеростереотипного портрету українця характерні традиційність, прив'язаність до традицій. Студентський гетеростереотипний профіль вміщує також уявлення про українця як дешеву робочу силу, людину, яка працює за нижчу ставку, ніж поляки, водночас – людину, яка прагне кращого життя.

Зіставлення рис «типового», «справжнього» й «ідеального» українця у світлі комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного аспектів і аспекту «зовнішній вигляд» представлено в Додатках 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27.

На підставі 10-ти найчастіших рис із комунікативно-психічного аспекту образ «справжнього» українця більшою мірою корелює із образом «типового», ніж «ідеального». Так, приємність (42ТУ; 27СУ), відкритість (32ТУ; 37СУ), готовність допомогти (27ТУ; 24СУ), вмільість (21ТУ; 15СУ), скромність (20ТУ; 11СУ), доброзичливість (19ТУ; 12СУ), щирість (19ТУ; 17СУ), товариськість (14ТУ; 12СУ) є найчастішими і взаємонакладаються в образах «типового» й «справжнього» українця. Спільними для «справжнього» й «ідеального» українця є чесність (14СУ; 88ІУ) і відважність (11СУ; 21ІУ). Частково однаковими в стереотипах «типового» й «справжнього» українця є 10 частих негативних ознак: шумна поведінка (55ТУ; 9СУ), замкненість у собі (24ТУ; 7СУ), сварливість (13ТУ; 8СУ), схильність до підступних дій (13ТУ; 6СУ), підступність (9ТУ; 5СУ). В образі «ідеального» українця серед 10-ти найчастіших рис наявні опозиції до негативних рис із образу «типового»: замкненість у собі (24ТУ) – відкритість (46ІУ); нетолерантність (11ТУ) –

толерантність (46ІУ); неприємність (10ТУ) – приємність (79ІУ); агресивність (16ТУ) – доброта (34ІУ); підступність (9ТУ) – доброзичливість (20ІУ).

У світлі суспільного аспекту в образах «типового» й «справжнього» українця серед 10-ти найчастіших повторюються такі риси, як: працьовитість (319ТУ; 203СУ), гостинність (65ТУ; 25СУ), бідність (65ТУ; 17СУ), лінивість (35ТУ; 12СУ), родинність (21ТУ; 11СУ), заощадливість (18ТУ; 4СУ), схильність до вживання алкоголю (11ТУ; 11СУ) і розваг (7ТУ; 7СУ). Однак перелік одиниць на окреслення цих рис для «справжнього» українця є довшим і більш розлогим або містить іншу евалюацію, яка тяжіє до зразковості, міфологізації. Це свідчить про неоднозначність модифікатора «справжній» і невпевненість респондентів у своїх відповідях. Так, для «справжнього» українця окрім слова *biedny* респонденти подають також *żyje ubogo, niezbyt bogaty, pogoń za pieniędzmi*. У семантичному полі «працьовитість» є одиниці, які характеризують «типового» українця як виснаженого, запрацьованого, який важко і багато працює. Натомість «справжньому» українцеві не притаманна виснаженість і рідше згадується важка праця за нижчу ставку. Родинність «справжнього» українця, на відміну від «типового», представлена більшою кількістю одиниць, натомість «типовий» українець переважно характеризується жадібністю, бажанням отримати велику кількість матеріальних благ. «Справжній» українець має бажання покращити свій рівень життя і шукає кращі умови для цього. В стереотипі «ідеального» українця зберігаються позитивні риси із образу «типового» такі, як: працьовитість (251ІУ), гостинність (39ІУ), родинність (11ІУ).

У світлі політичного аспекту увиразнюється вплив модифікаторів «типовий» і «справжній» на конструювання стереотипних уявлень про «типового» і «справжнього» українця. Політичний аспект для «справжнього» українця є більш розбудованим. Так, «типового» й «справжнього» українця характеризує патріотизм (19ТУ; 28СУ), однак для «типового» українця він є показовим, перебільшеним. Лише «типовому» українцеві приписано ознаку – націоналізм (3ТУ). Більшою мірою для «справжнього» українця репрезентовані

патріотизм, гордість за українське походження, активна громадянська позиція й знання історії, ніж для «типового». Відображення в стереотипі «справжнього» українця згаданих рис більшою мірою тяжіє до складових із образу «ідеального» українця, наприклад: не соромиться, звідки походить (3СУ), гордий за походження (3СУ), повинен любити свою батьківщину (СУ). «Справжньому» українцеві приписано заперечні конструкції, які характерні для «ідеального» варіанту стереотипу: *nie rozpamiętuje kwestii historycznych* (2СУ), *jest bardziej związany z ojczyzną* (2СУ). Так, складовими стереотипу «ідеального» українця також є конструкції, що засвідчують бажаність ознаки і є маркерами впливу модифікатора «ідеальний»: *nie wstydzi się swojego pochodzenia* (4ІУ), *powinien być świadomy historii oraz bieżących wydarzeń politycznych* (2ІУ).

Одиниці із культурного аспекту засвідчують вплив модифікаторів «типовий», «справжній» та «ідеальний». Так, в образах «типового» й «справжнього» накладаються такі часті риси, як: увічливість (12ТУ; 13СУ), релігійність (11ТУ; 4СУ), православність (3ТУ; 9СУ), розумність (6ТУ; 6СУ), характерний акцент (6ТУ; 5СУ), культурність (4ТУ; 4СУ), здібність (5ТУ; 4СУ), мудрість (5ТУ; 4СУ). Однак складовими образу «справжнього» українця є риси, які більшою мірою корелюють із картиною «ідеального» репрезентанта, тобто є бажаними, уявними, міфологізованими. «Типовий» українець погано розмовляє польською мовою (9ТУ), не знає польської мови (8ТУ), а «справжній» українець чудово, вільно розмовляє польською мовою (3СУ), швидко вивчає польську мову (3СУ). «Справжній» українець, на думку студентської молоді, уникає російської мови. «Типовому» українцеві частіше приписано такі характеристики мовлення, як: затягування й східний акцент, смішно наголошує слова в реченні. Натомість характеристика акценту «справжнього» українця містить компоненти із позитивною евалюацією (*uroczy akcent* (3СУ)). «Справжньому» українцеві приписано риси, які також є складовими стереотипу «ідеального» репрезентанта української національності (*grzeczny* (4СУ; 9ІУ), *chce się rozwijać i uczyć* (4СУ; 3ІУ)). До образу «ідеального» українця належать опозиційні риси до негативних характеристик із стереотипу «типового» представника: невихований (4ТУ) – добре

вихований (8ІУ), невічливий (5ТУ) – увічливий (7ІІУ), вульгарний (13ТУ) – красномовний (8ІУ), не має бажання вивчати мову на чужині (2ТУ) – має бажання вивчати офіційну мову країни, в якій перебуває (2ІУ), не хоче вивчати польську мову (2ТУ) – вивчає польську мову (2ІУ), погано знає польську мову (9ТУ) – добре знає польську мову (3ІУ), забобонний (11ТУ) – вірує в Бога (3ІУ).

Стереотипний варіант «ідеального» українця містить опозиційні риси до тих, які виявлено для «типового» репрезентанта у світлі аспекту «зовнішній вигляд»: не дбає про вигляд (3ТУ), недоглянутий (2ТУ) – доглянутий (6ІУ); брудний (2ТУ) – чистий (2ІУ); неакуратний (4ТУ) – акуратний (3ІУ). Стереотип «справжнього» українця лише фрагментарно корелює із образом «типового», оскільки формується на більшій кількості позитивних рис, які засвідчують бажаність, зразковість. Так, однаковими рисами в образах «типового» й «справжнього» є неакуратність (4ТУ; 2СУ), світлий тон шкіри (2ТУ; 2СУ), світле волосся (2ТУ; 2СУ). «Справжній» українець, як і «ідеальний», характеризується доглянутістю (5СУ; 6ІУ), акуратністю (4СУ; 3ІУ).

Урахування географічного чинника дало змогу простежити кореляцію локалізації респондентів (Схід і Захід Польщі, віддаленості від кордону з Україною) і їхніх стереотипних уявлень про українця.

1. **Сусідство.** Наприклад, дефініювання українця як **сусіда (конкретна людина)** частіше з'являється в СД респондентів із Жешова і Любліна на противагу СД, автори яких проживають на заході Польщі (Познань, Вроцлав). Дефініювання українця у визначеннях познанських студентів (окрім СД українця-сусіда (2,9%)) часто пов'язується із **зазначенням країни – сусіда Польщі**. Відповідники українця як **сусіда** найчастіші у відповідях люблінських і жешівських студентів.

2. **Схід – Захід.** Просторове віддалення Познані, Торуня, Вроцлава і Кракова від України і бачення себе у категорії Захід, а України – Схід, імовірно, вплинуло на появу відповідників, що відображають дистанцію, наприклад, *ти/ці зі сходу, особа зі східного кордону, люди з України* тощо. Територіальна близькість з Україною Жешова і Любліна зумовила появу у відповідях

студентів із цих міст назв пам'яток архітектури і їхнього вигляду, які розташовані в містах, що наближені географічно до кордону з Польщею, наприклад, Оперний театр, позолочені куполи церков.

3. Кулінарний аспект. Просторове розташування Жешова і Любліна біля кордону з Україною зумовлює близькість і реальні, безпосередні контакти поляків з українцями. Це впливає на частішу появу у відповідях жешівських і люблінських респондентів одиниць *солодоці, халва, українські цукерки, цукерки «Корівка»*. Назви алкогольних напоїв із оцінним компонентом як асоційовані з українцем «предмети» (наприклад, *дешевий алкоголь* (4), *дешева горілка* (5)) набувають більшого поширення в анкетах жешівських і люблінських студентів.

4. Мова. Близьке розташування Любліна і Жешова до кордону з Україною зумовлює безпосередні й частіші **мовні** контакти з українцями. Наприклад, лише серед люблінських і жешівських студентів виокремлюємо ФМО *język ukraiński* (3) (Ж, 2Лб). Відповідник етноніма *Ukrainiec – szoszon* як характеристика вживання українцем слова «шо» є домінантним серед жешівських і люблінських студентів. У відповідях осіб із Жешова частіше, на противагу студентам з інших міст, з'являються окреслення українця як особи, що розмовляє російською.

5. Комунікативно-психічні характеристики. У люблінському і жешівському студентському середовищі виявлено експоненти заздрості, схильності до нарікань і скарг «типового» українця (наприклад, *zazdrosny* (18Лб), *zawistny* (10) (9Лб, Ж), *narzeka* (22) (21Лб, В), *skłonność do narzekania* (4Лб), *wiecznie narzeka i marudzi* (2Лб)).

6. Ставлення до грошей. Серед відповідей люблінських і жешівських студентів, на відміну від респондентів з інших міст, з'являється одиниця на позначення жадібності «типового» українця: *pazerny* (4) (3Ж, Лб).

Зіставляючи сконструйований на підставі анкетування студентської молоді Польщі гетеростереотип українця в 2018–2020 р. із дослідженням схожого характеру в 2009 році (див.: [236]) серед 200 студентів Любліна і Познані

можна простежити зміну стереотипних уявлень. Наприклад, у 2009 році ширше представлені стереотипні уявлення у світлі побутового аспекту, наприклад, на відміну від даних анкетування 2018–2020 р., з'являються згадки, що українка займається домом, є жінкою легкої поведінки. Гетеростереотип українців 2009 року формують асоційовані з ними «предмети», що пов'язані із зовнішнім виглядом – рум'яна, кожух. Натомість сучасні згадки про українку стосуються макіяжу, манікюру, фірмового і брендового одягу. В обох гетеростереотипах українця на часовому відрізку 10 років увиразнюються асоціації із кулінарної сфери – халва, цукерки «Корівка», український борщ, а також домінує маркер українськості – українська мова. На противагу сучасному гетеростереотипу українця, в 2009 році із представниками української національності асоціюються одиниці з політичного аспекту – Помаранчева революція, тогочасний президент України В. Ющенко, а також – козак. Образ «типового» українця 2009 року містить риси «торгує», «сіє зерно», однак при реконструкції гетеростереотипу українця 2018–2020 років таких ознак не виявлено. Стереотипна модель українця в 2009 році містила рису «сентиментальний», однак у дослідженні гетеростереотипу 2018–2020 років цієї ознаки не виявлено. У студентських відповідях 2009 року і 2018–2020 років незмінними на високих рейтингових позиціях є працьовитість, приємність, веселість, гостинність, прив'язаність до традицій, однак у дослідженні 10 років тому хоробрість українця має більшу інтенсивність вияву.

ВИСНОВКИ

Проведене наукове дослідження засвідчує віддзеркалене у мові спільне й відмінне в уявленні поляків про представників своєї національності (авто-стереотип) і про осіб іншої національності – українців (гетеростереотип).

У дисертації стереотипом, згідно з постулатами семантико-формального напрямку лінгвістичних досліджень, вважаємо сукупність суб'єктивно детермінованих уявлень про предмет, яка охоплює описові, оцінні риси, а також такі, що є результатом інтерпретації дійсності в рамках пізнавальних суспільних моделей. Стереотип у цьому дослідженні не обмежується негативними рисами як складовими упередження, а містить також нейтральну пізнавальну інформацію, емоційну характеристику, категорійні риси і є теорією об'єкта, сконструйованою пересічними носіями мови. Концепт є мовно-ментальною одиницею, своєрідною капсулою думок, яка вміщує індивідуальний і колективний досвід. Поняття, на відміну від стереотипу, є завершеним мисленнєвим утворенням, своєрідним узагальненням судження про об'єкт, яке містить лише пізнавальну функцію і не залежить від індивідуального чи колективного досвіду. Прототип і стереотип перебувають у центрально-периферійних взаємовідносинах, де центром категорії є прототип, а стереотип перебуває в різних ступенях наближення до нього. Прототип складається із типових рис, притаманних найкращим представникам категорії, а стереотип утворено із переконань про прототипні образи.

У мовознавстві виділяють два види категоризації – класичну (логічну) й натуральну (прототипну). Класична категоризація передбачає визначення чітких меж категорії, а всіх її представників має характеризувати єдиний набір визначальних ознак і однаковий статус. Екземпляри класичних категорій не можуть належати до інших категорій. Натомість утворена у випадку прототипної категоризації категорія має нечіткі, розпливчасті межі, а в її центрі розташовується прототип – найсуттєвіший елемент, навколо якого в різних ступенях віддаленості розміщуються інші елементи. Суттєвими для прототипної категоризації є ознаки, які характеризують найрепрезентативніших представників категорії.

Найповніше способи категоризації представляють типи максимальних дефініцій – когнітивна дефініція й експлікація понять. Метою когнітивної дефініції є представити спосіб розуміння певного предмета пересічними носіями мови, що дає можливість відобразити закорінені в мові суспільно закріплені знання про світ, категоризацію явищ, евалюацію. Експлікація понять передбачає вміщення в такого типу дефініції, окрім лексичних елементів (слів, фраз), конвенційних метафор, прислів'їв, приказок, висловів із художніх творів, додаткових рис предмета – його вербалізованого сприйняття пересічними носіями мови. Застосування в згаданих дефініціях інформації про розуміння й сприйняття предмета людиною підтверджує відкритий характер значення слова, тобто доцільним вважається твердження про розуміння значення слова як відкритої структури.

У результаті дослідження автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця на матеріалі даних із проведеного серед сучасної польської молоді анкетування, простежено відображення в мовній свідомості студентів таких способів категоризації: географічна (549СДП, 479СДУ), політична (440СДП, 362СДУ), етнічна (326СДП, 307СДУ), мовна (100СДП, 72СДУ), національна (99СДП, 78СДУ), самоідентифікації (223СДП, 151СДУ), культурна (93СДП; 48СДУ), комунікативно-психічна (38СДП; 19СДУ), суспільна (27СДП; 65СДУ), «зовнішній вигляд» (2СДП; 1СДУ). Виявлено, що в мовній картині світу студентської молоді поляк й українець сприймаються крізь призму таких аспектів, як: комунікативно-психічний (1447ТП, 888ТУ; 836СП, 507СУ; 1461П, 761У; 741ФМОП; 18ФМОУ; 10АП; 0АУ), суспільний (660ТП, 722ТУ; 360СП, 400СУ; 522П, 319У; 213ХПП, 46ХПУ; 74ФМОП; 46ФМОУ; 20АП; 11АУ), культурний (276ТП, 202ТУ; 183СП, 95СУ; 337П, 249У; 93ХПП, 57ХПУ; 8ФМОП, 6АП), політичний (27ХПП, 14ХПУ), побутовий (22ХПП, 17ХПУ), кулінарний (64ХПП, 40ХПУ), «зовнішній вигляд» (9ТП, 15ТУ; 4СП, 11СУ; 3П, 3У; 107ХПП; 108ХПУ; 1АП), «матеріальні цінності» (46ХПП, 23ХПУ).

Аналіз автостереотипу поляка і гетеростереотипу українця на основі СД етнонімів *Polak / Ukrainiec* засвідчує, що при автостереотипному підході географічна (549СДП; 480СДУ), політична (496СДП; 362СДУ), етнічна (326СДП;

307СДУ), самоідентифікація (227СДП; 201СДУ), національна (109СДП; 77СДУ), мовна (100СДП; 72СДУ), культурна (93СДП; 48СДУ), комунікативно-психічна (38СДП; 19СДУ) домінують над аналогічними категоризаціями в гетеростереотипному орієнтирі. Однак при гетеростереотипному підході більшою мірою представлена суспільна (27СДП; 65СДУ) категоризація (див. Додаток 33).

Виявлено конфігурацію аспектів і їхнє кількісне наповнення (в абсолютних цифрах) на матеріалі рис «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка / українця, характерних для поляка й українця «предметів», виявлених рис на підставі фразематики й анекдотів про поляка / українця. Із кількісним наповненням аспектів зіставлено відповідні їм способи категоризації етнонімів *Polak* і *Ukrainiec* на підставі студентських дефініцій і відповідників.

Комунікативно-психічний аспект експонується більшою кількістю мовних одиниць в стереотипі «типового» (1447), «справжнього» (836), «ідеального» (1461) поляка, ніж «типового» (888), «справжнього» (507), «ідеального» (761) репрезентанта української національності. Негативна складова комунікативно-психічного аспекту домінує в автостереотипі «типового» (1000), «справжнього» (362) поляка, на противагу гетеростереотипові «типового» (374), «справжнього» (120) українця. Позитивна складова переважає у варіанті «типового» (447ТП, 514ТУ) українця, на противагу полякові, а в стереотипі «справжнього» (474СП, 387СУ) українця має менший кількісний вияв. Комунікативно-психічні особливості в «ідеальному» варіанті стереотипу обох аналізованих національностей містять лише позитивну складову, яка для поляка (1461) отримує вдвічі більший вияв, ніж для українця (761). Комунікативно-психічна категоризація в студентських дефініціях (38) і відповідниках (7) лексеми *Polak* є частіше актуалізованою, ніж у студентських визначеннях (19) і відповідниках етноніма *Ukrainiec* (2).

Суспільний аспект актуалізується меншою кількістю одиниць в образах «типового» (660) й «справжнього» (360) поляка, однак аналогічні варіанти стереотипу українця крізь призму цього аспекту характеризуються більшою кількісною репрезентацією (722ТУ, 400СУ). Суспільні риси «ідеального»

поляка (522) для студентської молоді є важливішими, ніж згадані риси для «ідеального» українця (319). Виокремлений автостереотип поляка (213) на основі притаманних йому «предметів» частіше – на відміну від гетеростереотипного образу українця (46) – відсилає до суспільної сфери. Автостереотип поляка у світлі цього аспекту характеризується превалюванням над гетеростереотипом українця з огляду на репрезентацію суспільних рис на основі сучасної фразематики (74П) і анекдотів (47П). Суспільна категоризація більшою мірою віддзеркалена в студентських дефініціях (65) етноніма *Ukrainiec*, ніж у студентських визначеннях лексеми *Polak* (27). Суспільна категоризація є частіше згадуваною у відповідниках лексеми *Polak* (257), ніж етноніма *Ukrainiec* (58).

Кількісні показники **культурного** аспекту в автостереотипі «типового» (276), «справжнього» (183) та «ідеального» (337) поляка є вищими, ніж у згаданих гетеростереотипних картинах українця (202ТУ, 95СУ, 249ІУ). Культурний компонент в автостереотипі поляка (93) – з огляду на характерні для нього «предмети» – переважає над аналогічною сферою ознак у гетеростереотипі українця (57). З огляду на сучасну польську фразематику про поляка й українця культурний аспект в автостереотипному (126) орієнтирі превалює, а в гетеростереотипному має менше відображення (6). З культурним аспектом співвідноситься **мовна** категоризація, яка частково накладається на складові цього аспекту. Мовна категоризація в студентських дефініціях етноніма *Polak* (100) і відповідниках цієї лексеми (9) характеризується кількісним превалюванням над цією категоризацією в студентських визначеннях етноніма *Ukrainiec* (72) і його відповідниках (25). Польська молодь уявляє представника української національності як більш освіченого, інтелігентного, культурного, вихованого, який знає мови.

Політичний аспект, виокремлений на основі притаманних полякові й українцеві «предметів», семантично корелює із **політичною** категоризацією, яка є компонентом студентських дефініцій аналізованих етнонімів і виокремлюється на підставі відповідників. Риса «типового» (143), «справжнього» (231) та «ідеального» поляка (489), виокремлені на матеріалі ФМО (30), анекдотів (1) і характерних «предметів» (197) частіше відсилають до політичного аспекту, ніж

риси українця (42ТУ; 62СУ; 140ІУ; 63ХПУ; 6ФМОУ). При автостереотипному підході політична категоризація (496СДП; 202ВП) домінує над аналогічною категоризацією при гетеростереотипному підході (362СДУ; 77ВУ).

Аспект **«зовнішній вигляд»** має меншу репрезентацію в автостереотипних «справжнього» (12) та «ідеального» (8) поляка, ніж в аналогічних варіантах гетеростереотипу українця (34СУ, 11ІУ). У стереотипі «типового» поляка (41) зовнішність описується частіше, ніж для «типового» українця (33). Найчастіше аспект «зовнішній вигляд» експонують мовні одиниці на позначення притаманних полякові (691) й українцеві (407) «предметів», що при автостереотипному підході домінує над гетеростереотипним.

Кількісне наповнення **кулінарного аспекту** (575), аспекту **«матеріальні цінності»** (161), відображених на підставі притаманних полякові «предметів», переважає над кількістю одиниць в аналогічних аспектах, виявлених для українця (333КЛА, 88АМц). **Побутовий** аспект ширше представлений в гетеростереотипі українця (41), ніж в автостереотипі поляка (29).

Реконструкція авто- і гетеростереотипних уявлень про поляка / українця на підставі СД представляє їхнє однакове сприйняття крізь призму географічної (поляк-мешканець Польщі / українець-мешканець України), політичної (поляк-громадянин Польщі / українець-громадянин України), етнічної (поляк-слов'янин / українець-слов'янин) категоризацій. Як для поляка, так і для українця в колективній свідомості студентської молоді Польщі закріплено стереотип європейця. Однак для українця більшою мірою, ніж для поляка, на підставі відповідників виражено асоціацію із росією і назвою *росіянин / Rosjanin*. Студентські ремарки засвідчують усвідомлення респондентами того, що номінація українця росіянином є помилковою і виникає через відсутність відповідних знань.

Однаковими для поляка і українця на підставі виокремлених рис «типового», «справжнього» й «ідеального» варіантів стереотипу є образ патріота, стереотипні риси «традиційність», «прив'язаність до культури», «працьовитість», «гостинність», «родинність», «схильність до розваг» і «схильність до вживання алкоголю». У колективній студентській свідомості розрізняється ре-

лігійність поляка й українця з огляду на конфесійну належність, де увиразнюється автостереотип поляка-католика й гетеростереотип українця як православного. Студентська молодь у авто- і гетеростереотипній проекції відтворює історичні стереотипи, такі, як: поляка-націоналіста, поляка-консерватиста, поляка-народника, українця-бандерівця, українця-упівця. Виявлено, що в авто- і гетеростереотипній перцепції існують уявлення про певні суспільно-політичні чи привілейовані стани / верстви людей, наприклад, стереотип поляка-шляхтича, поляка-лицаря й українця-козака. В уявленнях польських студентів корелюють між особою стереотипи поляка-імігранта й українця-емігранта. Простежено вплив суспільно-політичних чинників на конструювання авто- і гетеростереотипних уявлень. Так, автостереотип поляка 2018–2020 рр. творять згадки про польські правлячі партії і їхніх прихильників (пеовець, пісовець, голосує за «Право і Справедливість»), польських президентів (Л. Качинський і Л. Валенса). Гетеростереотип українця натомість представлено у світлі подій, у яких українська держава перебувала з 2014 року: страйки на майдані, війна за Крим, антитерористична операція на сході України. Зумовлена згаданими подіями хвиля міграції українців до Польщі вплинула на закріплення в колективній студентській свідомості гетеростереотипу українця-заробітчанина, українця-робітника, українця як дешевого працівника, а також закріплення російських за звучанням антропонімів як номінацій українця. Активна студентська мобільність на підставі програми Еразмус і зацікавлення українських студентів навчанням у Польщі скеровує вектор стереотипних уявлень в бік освітньої площини: з'являється портрет українця-студента, колеги з Еразмусу, сусіда з гуртожитку. В автостереотипній моделі поляка і гетеростереотипній моделі українця увиразнюється складова, що описує представників згаданих національностей з огляду на особливості їхньої мови й мовлення. Так, поляків студентська молодь називає «пшеками», мотивуючи нагромадженням у польській мові приголосних звуків «пш». Українців натомість респонденти номінують як «шошонів» з огляду на часте слово «шо» в розмовній мові репрезентантів української національності.

При вербалізації гетеростереотипних уявлень про українця увиразнюється його сприйняття серед польських студентів у світлі опозиції «Захід – Схід», «свій – чужий». Поділ на категорії «Захід» і «Схід» підтверджується на підставі стереотипного сприйняття українця як людини зі сходу, того зі сходу, когось зі сходу, що свідчить про існування певної дистанції. До категорії «чужий» відсилають виявлені гетеростереотипи українця-іноземця, українця як чужого, приїжджого. Натомість широко представлена в гетеростереотипі ідентифікація українця в категорії «свій», де репрезентант української національності має аналогічний до поляка портрет друга, брата, побратима, союзника, свого, нашого. Складовою автостереотипу поляка, на відміну від гетеростереотипу українця, є низка розмовних метафор, які закріплені в польській лінгвокультурі. Серед них – образ поляка як Януша і Гражини, поляка-Себи, Карини, Джесіки, Браяна, полячка-цебулячка, поляка-цебуляка, «цебулі». Згадані образи є уособленням скупих, неосвічених людей, що походять з села, характеризуються провінційністю й низьким рівнем культури, поведінки. У польських студентів не виявлено закріплених в польській лінгвокультурі метафор про українця. Простежено, що перцепція поляка і українця серед студентів Польщі здійснюється крізь призму національного одягу і його елементів, страв із національної кухні, техніки й гаджетів, предметів домашнього вжитку й знарядь праці.

Виявлено ціннісні орієнтири сучасної польської молоді, які виявляються при окресленні інших осіб. Так, польські студенти «ідеальність» українця вбачають у досконалому володінні польською мовою, повазі до історії інших громадян, розумінні спільної історії Польщі й України. Ці стереотипні уявлення представляють стереотип поляка, який дбає про свою рідну мову, історію й культуру, що засвідчує етноцентризм. Універсальними рисами для окреслення репрезентанта власної й іншої національності є толерантність, чесність, приємність, увічливість, щирість, готовність допомогти, доброзичливість, умілість, освіченість, бажання розвиватися, культурність, родинність, гостинність, працьовитість. Відповіді респондентів містять стереотипні порівняння україн-

ців з поляками, наприклад, з огляду на слов'янську зовнішність, авантюризм чи схильності до алкоголю. Певний сегмент відповідей відображає схематичність і узагальненість думок й небажання категоризувати, адже актуалізує уявлення про поляка й українця як і всіх інших людей, приписуючи загальні номінації «людина», «жінка», «чоловік». Протиставлення себе й представників інших національностей здійснюється в межах географічної (Захід – Схід) та категоризації самоідентифікації («свій – чужий» (інший)) і мовного (знання польської і української мов), культурного (знання польської й української культури / історії) аспектів.

Риси «типового», «справжнього» й «ідеального поляка / українця в зіставному аспекті у світлі комунікативно-психічного, суспільного, політичного, культурного аспектів і аспекту «зовнішнього вигляду» представлено в Додатках 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43. Зіставлення образів «типового», «справжнього», «ідеального» поляка й українця дає можливість стверджувати, що польська молодь приписує однакові риси для окреслення представника своєї й іншої національності. Крізь призму комунікативно-психічного аспекту «типовий», «справжній» поляк характеризується більшою вмілістю, толерантністю, відважністю, натомість «типовий» і «справжній» українець більшою мірою є товариським, відкритим, готовим допомогти. Негативні риси в моделі «типового» поляка переважають у комунікативно-психічному аспекті, а пейоративні риси «типового» українця – в суспільному. У трьох варіантах стереотипу українець є більш працьовитим, ніж поляк, а поляка характеризує інтенсивніший вияв патріотизму. «Ідеального» представника двох національностей польська молодь описує в однакових категоріях, де «ідеальному» полякові повніше приписано універсальні цінності «толерантність», «чесність», «гостинність», «релігійність», «патріотизм», а українцеві – риси, які характеризують його комунікативні здібності: «товарицькість», «приятність», «відкритість», «веселість». Складові, що описують зовнішній вигляд «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка та українця корелюють між собою, відрізняються лише кількісним наповненням. Однаковими є бажані ознаки репрезентантів

польської й української національності з огляду на зовнішній вигляд: «доглянутість», «чистота». Наскрізними у трьох стереотипах «типового», «справжнього» й «ідеального» поляка й українця залишаються освіченість, розумність, увічливість. Наприклад, в картині «справжнього» поляка, на відміну від українця, згадані риси мають більшу кількісну репрезентацію, що свідчить про перевагу в автостереотипі більшої кількості позитивних окреслень, ніж у сприйнятті інших людей.

Уплив географічного чинника на конструювання уявлень серед носіїв стереотипів частіше простежується в гетеростереотипній орієнтації, ніж автостереотипній. Так, у середовищі жешівських і люблінських студентів більшою мірою відображені стереотипи українця – сусіда, українця – «шошона», асоціації з назвами солодошів, риси, які можна повніше зрозуміти під час безпосередніх контактів: схильність до скарг, нарікання, заздрість. При автостереотипному підході детермінація просторового розташування респондентів простежується в поданих назвах страв, характерних для регіонів, де проживають студенти (цибуляник із Любліна, роґалик Святого Марціна з Познані тощо).

Попередні дослідження схожого характеру дають можливість простежити певні відмінності в авто- і гетеросприйнятті поляка й українця в Польщі. В автостереотипі поляка упродовж 20 років відбулося перепрофілювання в бік комунікативно-психічного й суспільного аспектів зі збереженням традиційних стереотипних рис із політичного й культурного. Незмінними у дослідженнях 2000, 2006 та 2018–2020 рр. залишаються стереотипи поляка-патріота, поляка як традиційного, прив'язаного до традицій та культури, толерантного, чесного тощо. Натомість у сучасних дослідженнях увиразнюються стереотипні риси відкритість, відважність. У дослідженні сучасного стереотипу поляка не виявлено стереотипних рис поляка-ідеаліста, поляка-героя, поляка як солідарного. Гетеростереотип українця в Польщі впродовж 20 років теж має зміни: на підставі сучасного аналізу студентських уявлень не виокремлено рис українця-землероба, українця як торговця (пол. *bazarowego handlarza*), українця як сентиментальної людини. Модифікації зазнає й стереотип українки, яка в

попередніх дослідженнях характеризувалася легкою поведінкою, асоціювалася із роботою вдома. Натомість складовими сучасного стереотипу жінки є макіяж, червоні губи, підроблені брендові речі. Реконструйований стереотип українця на сучасному зрізі не містить згадок про суспільно-політичні реалії і персоналії, які були присутні в стереотипі 2009 р. (Помаранчева революція, тогочасний президент України В. Ющенко).

Результати дослідження дають можливість окреслити його перспективи, які можуть стосуватися вивчення авто- і гетеростереотипу поляка / українця на основі лексико-семантичної сполучуваності похідних від етнонімів *Polak* / *Ukrainiec* слів, у різних типах текстів чи дискурсів й у лінгводидактичному аспекті – простеження впливу стереотипів поляка й українця на дидактичний процес, під час викладання українцям польської мови як іноземної. Перспективу майбутніх лінгвістичних досліджень убачаємо також у можливості проведення анкетування з метою зіставлення гетеростереотипу українця до і після повномасштабного вторгнення росії в Україну. Подальші дослідження стереотипних уявлень українця в Польщі можуть стосуватися його окремих образів (сусіда, студента, емігранта, робітника тощо) і особливостей їхньої динаміки впродовж доволі короткого періоду часу. Результати отриманих досліджень в анкетуванні 2018–2020 рр. стануть ваговою емпіричною базою для майбутніх зіставних досліджень авто- і гетеростереотипу поляка й українця на різних часових зрізах, які дадуть можливість простежити еволюцію та змінність згаданих стереотипних уявлень, детермінованих актуальними й майбутніми геополітичними чинниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арбеніна В. Етносоціологія: навчальний посібник. Харків, 2009.
2. Бурак В. Вербалізація родинних стереотипів в українській, польській і британській реалістичній прозі другої половини ХІХ століття. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Львів, 2019.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / За ред. В. Бусела. Київ, 2005.
4. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження / [пер. з нім. Є. Попович]. Київ, 1995.
5. Вознюк О. Візія українця як іншого у польському літературному дискурсі. *Літературознавчі обрії. Праці молодих учених*. Київ, 2010. Вип. 16. С. 159–164.
6. Воробйова О. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2011. Т. 14. № 2. С. 53–63.
7. Дмитренко М. Види, жанри фольклору. Анекдот. Електронний ресурс: <http://ukrlife.org/main/evshan/folklorystyka2.htm> (дата звернення: 05.11.2020).
8. Дяченко Н., Вольська І. Українці і поляки крізь призму лінгвальних стереотипів. *Мова і культура*. 2007. Вип. 20. Т. 4. С. 114–121.
9. Дяченко Н. Природа етнічних стереотипів. *Мова і суспільство*. 2018. Вип. 9. С. 118–124.
10. Жайворонок В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук. *Мовознавство*. 2004. № 5–6. С. 23–35.
11. Жайворонок В. Українська етнолінгвістика: деякі аспекти досліджень. *Мовознавство*. 2001. № 5. С. 48–63.
12. Зашкільняк Л. Образ Польщі та поляків у сучасній Україні. *Проблеми слов'янознавства*. 2011. Вип. 60. С. 68–80.
13. Івченко А. Тлумачний словник української мови. 4-й дод. тираж. Харків, 2002.
14. Кононенко В. Концепти українського дискурсу. Київ, 2004.

15. Кочерган М. Зіставне мовознавство і проблема мовних картин світу. *Мовознавство*. 2004. № 5–6. С. 12–22.
16. Кочерган М. Мовознавство на сучасному етапі. *Дивослово*. 2003. № 5. С. 24–29.
17. Кравчук А. Стереотип поляка у мовній свідомості студентів України. *Вісник Львівського університету. Серія: Філологічна*. 2009. Вип. 48. С. 212–222.
18. Кузьменко О. Стереотип України і українця в польській масовій свідомості (на основі повідомлень інтернет-форумів). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: «Культура і соціальні комунікації»*. 2010. Вип. 2. С. 75–84.
19. Левченко О. Атрибут, прототип, стереотип у фразеологічній картині світу. *Мовні і концептуальні картини світу. Збірник наукових праць*. Київ, 2004. № 10. С. 338–346.
20. Левченко О. Термін прототип у лінгвокультурології. *Термінологія*. 2004. № 503. С. 58–60.
21. Мартінек С., Мітьков В. Український асоціативний словник. Від стимулу до реакції. Т. 3. Львів, 2021.
22. Мудрий М. Образ поляка (Польщі) та німця (Німеччини) в сучасних українських шкільних підручниках з історії. *Polska – Niemcy – Ukraina w Europie. Narodowe indentyfikacje i europejskie integracje w przededniu XXI wieku / Pod red. W. Bonusiaka*. Rzeszów, 2000. S. 139–144.
23. Огієнко І. Етимологічно-семантичний словник української мови. В 4 т. Вінніпег, 1979–1995.
24. Павлюх М. Стереотипи й образи України та українця у сучасній польській журналістиці. *Вісник Львівського університету. Серія: «Журналістика»*. 2007. Вип. 30. С. 253–261.
25. Приходько А. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя, 2008.
26. Публічний електронний словник української мови «УКРЛІТ.ORG». Електронний ресурс: <http://ukrlit.org/slovnyk> (дата звернення: 01.06.2024).

27. Самкова О. Соціальні стереотипи і стереотипізація: аналіз сучасних теоретичних підходів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2013. Вип. 1. С. 68–71.
28. Семашко Т. Взаємна залежність «свого» й «чужого» в межах етнокультурних стереотипів. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету. Серія: «Філологічні науки (мовознавство)»*. 2015. Вип. 137. С. 527–532.
29. Семашко Т. Межі дихотомії «свій» – «чужий» в аспекті етнічної стереотипізації. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: «Мовознавство»*. 2014. Вип. II (24). С. 237–242.
30. Семашко Т. Місце етнічних стереотипів у лінгвокультурній картині світу. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2020. Вип. 823. С. 210–215.
31. Семашко Т. Мовна свідомість, мовна картина світу, стереотипи як сценарії їх взаємодії. *Теоретична і дидактична філологія*. 2023. Вип. 36. С. 187–200.
32. Семашко Т. Мовна стереотипізація: стратегії виявлення та реалізації етнічних стереотипів у художньому тексті. *Мовні і концептуальні картини світу. Збірник наукових праць*. 2014. Вип. 50. Ч. 2. С. 349–358.
33. Семашко Т. Національний стереотип – посередник між сприйняттям, мисленням, мовою та культурою. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 42. С. 145–149.
34. Семашко Т. Стереотип як засіб категоризації мовного досвіду носія етнічної свідомості. *Мова і культура*. 2014. Вип. 17. Т.1. С. 263–270.
35. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава, 2008.
36. Серєда В. Етносоціологія: навчальний посібник. Львів, 2007.
37. Словник української мови. В 11 т. / За ред. І. Білодіда. Київ, 1970–1980.
38. Старко В. Категоризація категоризації. *Проблеми зіставної семантики*. 2009. Вип. 9. С. 57–61.

39. Старко В. Концепт ГРА. Монографія. Луцьк, 2007.
40. Старко В. Парадигма когнітивної лінгвістики й проблема категоризації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2014. Вип. 48. С. 113–116.
41. Старко В. Терміни «концепт» і «категорія» в дослідженні мовної категоризації світу. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми української термінології»*. 2012. № 733. С. 42–48.
42. Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 тис. слів / За ред. В. Дубічинського. Харків, 2011.
43. Ткаченко І. Теоретичні витoki концептуалізації поняття «стереотип». *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2010. Вип. 2 (13). С. 91–102.
44. Ханстантинов В. Соціальні стереотипи і необхідність толерантності. *Наукові праці Миколаївського державного аграрного університету. Соціологія*. Т. 84. 2008. Вип. 71. С. 38–42.
45. Хахула Л. Стереотипи польсько-українських відносин у польській пресі 90-х рр. ХХ ст. – початку ХХІ ст.. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*. 2008. № 17. С. 618–622.
46. Химович О. Стереотип: теоретико-методологічні підходи до інтерпретації. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 59–60. С. 67–76.
47. Шостюк З. Поняття «концепт» в історієтворчому ключі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2015. Вип. 57. С. 132–134.
48. Шума Л. Етнічний стереотип поляка в українській неказковій прозі. *Spheres of Culture: Journal of Philology, History, Social and Media Communication, Political Science and Cultural Studies*. 2016. Vol. 15. P. 48–54.
49. Шума Л. Особливості відображення автостереотипу українця в українському фольклорі. *Мова і культура*. 2017. Вип. 19. Т. IV (184). С. 132–138.

50. Abramowicz M., Bartmiński J., Chlebda W. Punkty sporne i bezsporne w programie EUROJOS: Odpowiedź na pytania i wątpliwości Profesor Jadwigi Puzyniny. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2011. T. 23. S. 227–233.
51. Adorno T. *Studien zum autoritären Charakter*. Frankfurt a. Maine, 1973.
52. Allan K. *Natural language semantics*. Oxford and Malden, Mass. Blackwell, 2001.
53. Amossy R., Pierrot A. *Stereotypes et clichés: langue, discours, société*. Paris, 1997.
54. Andersen H. *The cognitive structure of 123 scientific revolutions*. Cambridge, 2006.
55. Anscombe J.-C. Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes. *Langage*. 2001. № 142. P. 57–76
56. Anusiewicz J., Bartmiński J. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne. *Język a kultura*. 1998. T. 12. S. 31–41.
57. Bańczenowski J. Stereotyp Polaka i Węgra w przysłowiaach polskich i węgierskich. *Studia Slavica*. 2007. V. 52 (1–2). S. 25–28.
58. Barsalou L. Ad hoc categories. *Memory and Cognition*. 1983. Vol. 11 (3). P. 211–227.
59. Bartmiński J. Ankieta jako pomocnicze narzędzie rekonstrukcji językowego obrazu świata. *Wartości w językowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3. Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* / Pod red. I. Bielińskiej-Gardziel, S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, J. Szadury. Lublin, 2014. S. 279–308.
60. Bartmiński J., Chlebda W. Jak badać językowo-kulturowy obraz świata Słowian i ich sąsiadów? *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2008. T. 20. S. 11–27.
61. Bartmiński J., Chlebda W. Językowo-kulturowy obraz świata Słowian na tle porównawczym. Założenia programu «A». *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2009. T. 21. S. 341–342.

62. Bartmiński J., Chlebda W. Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2013. T. 23. S. 69–95.
63. Bartmiński J. Czy «językowy» jest tylko stereotyp «formalny»? (W odpowiedzi Profesor Swietłanie Tołstojowej). *Język a kultura*. 1998. T. 12. S. 105–108.
64. Bartmiński J. Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji słowa. *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin, 2006. S. 42–52.
65. Bartmiński J. Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji słowa. *Konotacja* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 1988. S. 169–183.
66. Bartmiński J. Definicja leksykograficzna a opis języka. *Słownictwo w opisie języka* / Pod red. K. Polańskiego. Katowice, 1984. S. 9–21.
67. Bartmiński J. Etnocentryzm stereotypu. Polscy i niemieccy studenci o swoich sąsiadach. *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin, 2009. S. 229–241.
68. Bartmiński J. Etnolingwistyka, lingwistyka kulturowa, lingwistyka antropologiczna?. *Język a Kultura* / Pod red. A. Dąbrowskiej. 2008. T. 20. S. 15–33.
69. Bartmiński J. Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce?. *Przegląd Humanistyczny*. 1994. Z. 5. S. 81–101.
70. Bartmiński J. *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin, 2006.
71. Bartmiński J. Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych. Lublin, 2006. S. 373–379.
72. Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska U. Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2002. T. 14. S. 105–151.
73. Bartmiński J. Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów... – co zawiera, na jakich zasadach się opiera, dla kogo jest przeznaczony? *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów* / Pod red. J. Bartmińskiego, I. Bielińskiej-Gardziel, B. Żywickiej. Lublin, 2015. S. 7–13.

74. Bartmiński J., Mavrigh L., Rzhewska S. Litewski i białoruski stereotyp Polaka (w świetle badań za pomocą dyferencjału semantycznego). *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2005. T. 17. S. 167–195.
75. Bartmiński J. Narracyjny aspekt definicji kognitywnej. *Narracyjność w języku i kulturze* / Pod red. D. Filar, D. Piekarczyk. Lublin, 2014. S. 99–115.
76. Bartmiński J. Nasi sąsiedzi w oczach studentów. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Wallas. Kraków, 1995. S. 258–269.
77. Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S. Profile a podmiotowa interpretacja świata. *Profilowanie w języku i w tekście* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1998. S. 211–224.
78. Bartmiński J. O językowym obrazie świata Polaków końca XX wieku. *Polszczyzna XX wieku. Ewolucja i perspektywy rozwoju* / Pod red. S. Dubisza, S. Gajdy. Warszawa, 2001. S. 27–53.
79. Bartmiński J. Operatory «typowy» i «prawdziwy» w strukturze semantycznej tekstu. *Prace Filologiczne*. 2001. № 46. S. 41–47.
80. Bartmiński J. O słowniku stereotypów i symboli ludowych. *Słownik stereotypów i symboli ludowych* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 1996. T. 1. S. 9–34.
81. Bartmiński J. O stereotypach i profilowaniu kilka słów. *Stereotypy – walka z wiatrakami* / Pod red. A. Bujnowskiej, J. Szadury. Lublin, 2011. S. 33–51.
82. Bartmiński J. O stereotypach narodowych – lingwistycznie. *Etnolingwistyka. Problem języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2002. T. 14. S. 7–8.
83. Bartmiński J., Panasiuk J. Stereotypy językowe. *Współczesny język polski* / Pod red. J. Bartmińskiego. Wrocław, 1993. S. 363–387.
84. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem—na przykładzie stereotypu matki. *Język a kultura*. 1998. T. 12. S. 63–83.
85. Bartmiński J. Pojęcie «językowy obraz świata» i sposoby jego operacjonalizacji. *Jaka antropologia literatury jest dzisiaj możliwa?* / Pod red. P. Czaplińskiego, A. Legeżyńskiej, M. Telickiego. Poznań, 2010. S. 155–178.

86. Bartmiński J. Punkt widzenia, perspektywa interpretacyjna, językowy obraz świata. *Językowy obraz świata*. Lublin, 1990. S. 109–127.
87. Bartmiński J. Semantyka i polityka. Nowy profil polskiego stereotypu Ukraińca. *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury* / Pod red. K. Ożoga, E. Oronowicz-Kidy. Rzeszów, 2006. S. 191–211.
88. Bartmiński J. Słownik ludowych stereotypów językowych. Założenia ogólne. *Etnolingwistyka. Problem języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 1988. T. 1. S. 11–34.
89. Bartmiński J. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej III* / Pod red. M. Basaja, D. Rytel. Wrocław, 1985. S. 25–53.
90. Bartmiński J. Stereotypy mieszkają w języku. *Studia etnolingwistyczne*. Lublin, 2007.
91. Bartmiński J., Tokarski R. Definicja semantyczna: czego i dla kogo?. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. 1993. S. 47–61.
92. Bartmiński J. Wybrane koncepty w świetle danych ankietowych: Europa, Europejczyk, ojczyzna, Polska, Polak, świat, Wschód, Zachód. *Polskie wartości w europejskiej aksjosferze* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2014. S. 248–308.
93. Bartmiński J. Założenia teoretyczne słownika. *Słownik ludowych stereotypów językowych. Zeszyt próbny* / Pod red. J. Bartmińskiego. Wrocław, 1980. S. 7–36.
94. Bartmiński J. Zmiany stereotypu Niemca w Polsce. Profile i ich historycznokulturowe uwarunkowania. *Profilowanie w języku i w tekście* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1998. S. 225–235.
95. Bartmiński J. Z problemów etnolingwistyki (wybrane aspekty zagadnienia). *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF*. 1987. Vol. V, I. S. 5–14.
96. Bartmiński J., Żuk G. Pojęcie RÓWNOŚCI i jego profilowanie we współczesnym języku polskim. *Etnolingwistyka. Problem języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 2009. T. 21. S. 47–67.

97. Benedyktowicz Z. Stereotyp – obraz – symbol – o możliwościach nowego spojrzenia na stereotyp. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*. 1988. Z. 24. S. 7–33.
98. Berlin B., Kay P. *Basic Color Terms: Their Universality and Evolution*. Barkeley, 1969.
99. Berting J., Villa in – Gandossi C. Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas. Kraków, 1995. S. 13–27.
100. Bielińska-Gardziel I. Problem przystawalności definicji leksykograficznych do innych danych zawartych w słownikach (na przykładzie pojęć z pola rodziny). *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 83–92.
101. Błuszkowski J. *Stereotypy a tożsamość narodowa*. Warszawa, 2005.
102. Bokszański Z. *Stereotypy a kultura*. Wrocław, 1997.
103. Broniarek W. *Gdy ci słowa zabraknie. Słownik synonimów*. Warszawa, 2005.
104. Brzezowska M. Autostereotyp Polaka w wybranych podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców. *Postscriptum Polonistyczne*. 2008. № 1 (13). S. 47–62.
105. Brzozowska D. *Polski dowcip etniczny. Stereotyp a tożsamość*. Opole, 2008.
106. Brzozowska D. Sterotypes in Polish three nation jokes. *Poland, Estonia. Creativity and tradition* / Pod red. D. Brzozowskiej, L. Lainetse. Tartu, 2012. S. 21–31.
107. Brzozowska D. Zmienność i trwałość stereotypów w dowcipach – na przykładzie tekstów o naukowcach. *70 współczesnej polszczyzny. Zjawiska. Procesy. Tendencje* / Pod red. A. Dunin-Dutkowskiej, A. Małycki. Lublin, 2013. S. 603–614.
108. Brzozowska M. Ankieta jako narzędzie do badań nazw wartości. Na przykładzie hasła *Praca**. *Wartości w językowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3. Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* / Pod red. I. Bielińskiej-Gardziel, S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, J. Szadury. Lublin, 2014. S. 323–332.

109. Brzozowska M. O przebiegu badań nad zmianami w rozumieniu nazw wartości w latach 1990–2000. *Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 2006. S. 36–43.

110. Brzozowska M., Żywicka B. O badaniach ankietowych nazw wartości we współczesnym języku polskim. *Wartości w językowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3. Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* / Pod red. I. Bielińskiej-Gardziel, S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, J. Szadury. Lublin, 2014. S. 333–344.

111. Brzozowski P. Problemy analizy prototypowości pojęć (na przykładzie «uczciwości», «komunizmu» i «nauczyciela»). *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 1991. T. 4. S. 51–59.

112. Brzyszczyk A. Polaka portret własny? Stereotyp Polaka i jego rodziny w internetowych memach o Nosaczu. Praca magisterska. Poznań, 2020.

113. Bujnowska A., Szadura J. Stereotypy – walka z wiatrakami?. Lublin, 2011.

114. Bułat-Silva Z. Przydatność eksplikacji metajęzykowych w tworzeniu definicji leksykograficznych (na przykładzie definicji nazw uczuć w języku portugalskim). *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 93–102.

115. Buttler D. Polski dowcip językowy. Warszawa, 1968.

116. Bystron J. Megalomania narodowa. Warszawa, 1935.

117. Cantor N., Mischel W. Prototypy w postrzeganiu osób. *Poznanie, afekt, zachowanie* / Pod red. T. Maruszewskiego. Warszawa, 1993. S. 20–52.

118. Chałasiński J. Antagonizm polsko-niemiecki w osadzie fabrycznej «Kopalnia» na Górnym Śląsku. Warszawa, 1935.

119. Chlebda W. Elementy frazematyki. Wprowadzenie do frazeologii nadawcy. Opole, 1991.

120. Chlebda W. Frazematyka. *Współczesny język polski* / Pod red. J. Bartmińskiego. Wrocław, 1993. S. 327–334.

121. Chlebda W. Słownik a «dwuoczne postrzeganie świata». *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 195–206.
122. Chlebda W. Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 31–41.
123. Chlewiński Z., Kurcz I. Stereotypy i uprzedzenia. *Kolokwia Psychologiczne*. T. I. Warszawa, 1992.
124. Conolly C., Fodor J., Gleitman L. Why stereotypes don't even make good defaults. *Cognition*. 2007. № 103. P. 1–22.
125. Czapka E. Stereotypy w badaniach socjologicznych. *Stereotypy – walka z wiatrakami?* / Pod red. A. Bujnowskiej, J. Szadury. Lublin, 2011. S. 53–64.
126. Dąbrowska A. Czy istnieje w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców wyraźny obraz Polski i Polaków? (Próba znalezienia stereotypów). *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 278–295.
127. Długosz N. O bułgarskim językowym obrazie Europy i Europejczyka w kontekście danych ankietowych. *Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 2*. Lublin, 2014. S. 131–148.
128. Dobry słownik. Електронний ресурс: <https://dobryslownik.pl/> (дата звернення: 30.05.2024).
129. Dyoniziak J. Stereotyp w językoznawstwie kognitywnym. *Przestrzenie kognitywnych poszukiwań* / Pod red. A. Kwiatkowskiej. Łódź, 2012. S. 139–148.
130. de Beaugrande R. Dressler W. Wstęp do lingwistyki tekstu. Tłum. A. Szwedek. Warszawa, 1990.
131. Encyklopedia PWN. Електронний ресурс: <https://encyklopedia.pwn.pl/>. (дата звернення: 06.06.2024).
132. Engelking A. Jak rozumieć słowo *magia*?: potoczna definicja językowa wobec definicji leksykograficznych i naukowych. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 371–377.

133. Falkenberg G. Definicja i eksplikacja: dwa rodzaje analizy językoznawczej. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 63–71.
134. Fradin B. Anaphorisation et stéréotypes nominaux. *Lingua*. 1984. № 64. P. 325–369.
135. Frankel-Brunswik E., Levinson D., Nevitt Sanford R. Osobowość antydemokratyczna. *Zagadnienia psychologii społecznej*. Tłum. I. Jacobson i D. Jedlicka. Warszawa, 1962.
136. Greń Z. Słowniki przedmiotowe jako źródło w badaniach porównawczych językowego obrazu świata. *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 57–66.
137. Greń Z. Stereotypy jako fenomeny językowe. *Stereotypy a uprzedzenia. uwarunkowania psychologiczne i kulturowe* / Pod red. M. Kofty, A. Jasińskiej-Kani. Warszawa, 2001. S. 67–79.
138. Grochowski G. Stereotypy – komunikacja – literatura. *Przestrzenie Teorii*. 2003. № 2. S. 49–71.
139. Grochowski M. Zarys leksykologii i leksykografii. Toruń, 1982.
140. Grochowski M. Konwencje semantyczne a definiowanie wyrazów językowych. Warszawa, 1993.
141. Grochowski M. Obiekty, cele i metody definiowania a rodzaje definicje. Zarys problematyki. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 35–45.
142. Grodzka S. Stereotyp Żyda i Cygana w przysłowiaach polskich. *Prace Językoznawcze Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego*. 2001. № 3. S. 39–46.
143. Gryshkova N. Leksem, pojęcie, stereotyp, koncept, znaczenie, idea – propozycja regulacji terminologicznych. *Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3*. Lublin, 2014. S. 21–50.
144. Grzegorzczkowska R. Idee kognitywizmu jako podstawa badań porównawczych w zakresie semantyki. *Etnolingwistyka. Problem języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2004. T. 16. S. 75–84.

145. Grzegorzczkowska R. O rozumieniu prototypu i stereotypu we współczesnych teoriach semantycznych. *Język a kultura*. Wrocław, 1998. T. 12. S. 109–115.
146. Grzegorzczkowska R., Pajdzińska, A. Językowa kategoryzacja świata, Lublin, 1996.
147. Grzegorzczkowska R. Wprowadzenie do semantyki językoznawczej. Warszawa, 2010.
148. Habrajska G. Kategoryzacja a klasyfikacja – potoczne i naukowe widzenie świata (analiza badań ankietowych dotyczących kategoryzacji nazw roślin). *Językowa kategoryzacja świata* / Pod red. R. Grzegorzczkowskiej, A. Pajdzińskiej. Lublin, 1996. S. 220–241.
149. Habrajska G. Metody ankietowe i analiza tekstów w badaniach językowego obrazu świata. *Język a Kultura. T. 13. Językowy obraz świata i kultura* / Pod red. A. Dąbrowskiej, J. Anuszczyka. Wrocław, 2000. S. 73–84.
150. Hallig R., von Wartburg W. Begriffssystem als Grundlage für die Lexikografie. Berlin, 1963.
151. Hartenberger M. Obraz Polaka w świetle tekstów medialnych kreowanych w przestrzeni internetowej przez mieszkańców krajów sąsiednich. *Wartości w językowym obrazie świata Litwinów i Polaków* / Pod red. K. Rutkowskiej, S. Niebrzeżowskiej-Bartmińskiej. 2020. № 1. S. 389–403.
152. Hartenberger M. Stereotyp Polaka w kontekście badań etnolingwistycznych w ujęciu studentów państw sąsiadujących z Polską. *Heteroglossia. Studia kulturoznawczo-filologiczne*. 2019. № 9. S. 223–234.
153. Hurford J., Heasley B. *Semantics: a coursebook*. Cambridge, 1983.
154. *Inny słownik języka polskiego w 2 t.* / Pod red. M. Bańki. Warszawa, 2000.
155. Izdebska-Długosz D. Czy naprawdę tak bardzo się różnimy? Studenci polscy i ukraińscy o sobie nawzajem – komunikat z badań. «*Youth in Central and Eastern Europe. Sociological Studies*». 2015. № 2 (4). S. 26–40.
156. Izdebska-Długosz D. Inność / Obcość akceptowana czy odrzucana? – Polacy i Ukraińcy wobec błędów językowych w polszczyźnie. *Obszary Polonistyki* 3.

Inny / Obcy w literaturze, kulturze i języku / Pod red. A. Myszki, E. Oronowicz-Kidy, J. Pasterski. Rzeszów, 2017. S. 164–180.

157. Izdebska-Długosz D. O polsko-ukraińskim kontakcie językowym i kulturowym na przykładzie nauczania polszczyzny w środowisku ukraińskojęzycznym. *Współczesny świat słowiański* / Pod red. K. Ferugi, A. Ostrowskiej-Knapik. Praha, 2016. S. 225–234.

158. Izdebska-Długosz D. Wizerunek Polski wśród Ukraińców rozpoczynających studia w Polsce. *Sąsiedztwa III RP. Ukraina. Zagadnienia społeczne* / Pod red. M. Dębickiego, J. Makaro. Wrocław, 2015. S. 272–284.

159. Jackendoff R. Czym jest pojęcie, że człowiek może je uchwycić. Tłum. M. Kowalczyk. *Modele umysłu. Zbiór tekstów* / Pod red. Z. Chlewińskiego. Warszawa, 1999. S. 100–143.

160. Jasińska-Kania A. Socjologiczne aspekty badań nad stereotypami. *Obraz Polski i Polaków w Europie* / Pod red. L. Kolakrskiej-Bobińskiej. Warszawa, 2003. S. 19–28.

161. Kaczerzewska J. Stabilność ekspresywna leksemu Janusz i jego jednostki derywowane. «*Orbis Linguarum*». 2018. nr 51. S. 85–119.

162. Kajak P. Polak i inne chłopaki. Dowcipy w nauczaniu kultury polskiej jako obcej. *Електронний ресурс*: <http://kms.polsl.pl/prv/spnjo1/referaty/kajak.pdf>. (дата звернення: 01.06.2024).

163. Kalisz R. Językoznawstwo kognitywne w świetle językoznawstwa funkcjonalnego. Gdańsk, 2001.

164. Kapiszewski A. Stereotyp Amerykanów polskiego pochodzenia. Kraków, 1978.

165. Kardela H. Tak zwana gramatyka kognitywna a problem stereotypów. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 1988. T. 1. S. 35–46.

166. Karwatowska M., Morawska I. Stereotyp księdza «typowego» i prawdziwego w świetle danych ankietowych. *Socjolingwistyka*. 2021. nr XXXV. S. 319–333.

167. Karwatowska M., Tymiakin L. Wśród stereotypów i tekstów kultury. Studia lingwistyczne. Lublin, 2020.
168. Katz D., Braly K. Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Nr. 28. P. 280–290.
169. Kleiber G. Semantyka prototypu. Kategorie i znaczenie leksykalne. Kraków, 2003.
170. Kłosińska K. Słownik przysłów. Warszawa, 2012.
171. Kłoskowska A. Wyobrażenia i postawy etniczne dzieci szkół opolskich. *Przegląd Socjologiczny*. 1961. № 2. S. 64–86.
172. Knieja J. Rozumienie Pracy (Arbeit) przez studentów niemieckich w świetle badań ankietowych. *Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów* / Pod red. M. Abramowicza, J. Bartmińskiego, I. Bielińskiej-Gardziel. 2014. Vol. 2. S. 93–102.
173. Kofta M., Sędek G. Struktura poznawcza stereotypu etnicznego, bliskość wyborów parlamentarnych a przejawy antysemityzmu. *Stereotypy i uprzedzenia* / Pod red. L. Chlewińskiego, I. Kurcz. Warszawa, 1992. S. 67–86.
174. Kołatka K. Projekt System – Ankieta – Tekst (S-A-T) jako nowoczesne narzędzie pracy akademickiej. *Forum Dydaktyczne: przeszłość, teraźniejszość, przyszłość*. 2012. nr 9/10 (11). S. 71–96.
175. Kołodziejczek E. Człowiek i świat w języku subkultur. Szczecin, 2015.
176. Kołodziejczyk M. Kategoryzacja rzeczywistości jako istotna zmienna w europejskiej przestrzeni kulturowej. *Europejska polityka językowa*. Zielona Góra, 2005. S. 59–65.
177. Kosiorek M. Stereotypy narodowe i etniczne w opinii studentów przygotowujących się do zawodu pedagoga. *Pedagog we współczesnym świecie* / Pod red. V. Tanaś, W. Welskop. Łódź, 2015. S. 319–327.
178. Kowalik-Kaleta Z., Dacewicz L., Raszevska-Żurek B. Słownik najstarszych nazwisk polskich. T.1. Warszawa, 2007.

179. Krawczuk A. Nowe profile ukraińskiego stereotypu Polaka (na podstawie ankietowania studentów lwowskich). *Postscriptum Polonistyczne*. 2008. № 1 (1). S. 147–170.

180. Kreiner H., Sturt P., Garrod S. Processing definitional and stereotypical gender in reference resolution: Evidence from eye-movements. *Journal of Memory and Language*. 2008. № 58 (2). P. 239–261.

181. Kryspowicka K., Fabiszewski-Jaworski M. Spontaniczne definiowanie pojęć przez rodzimych użytkowników języka polskiego. *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 113–119.

182. Kupidura R. Stereotypizacja obrazu Polaków w literaturze ukraińskiej na początku XX wieku z uwzględnieniem współczesnych reminiscencji. *Porównania*. 2014. № 14. S. 189–205.

183. Kurcz I. Język a reprezentacja świata w umyśle. Warszawa, 1987.

184. Kurcz I. Psycholingwistyka. Przegląd problemów badawczych. Warszawa, 1976.

185. Kurcz I. Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji. *Kolokwia Psychologiczne, t. 1. Stereotypy i uprzedzenia* / Pod red. Z. Chlewińskiego, I. Kurcz. Warszawa, 1992. S. 29–44.

186. Kurkowska H., Skorupka S. Stylistyka polska. Zarys. Warszawa, 1959.

187. Lakoff G. Cognitive models and prototype theory. *Concepts and conceptual development: Ecological and intellectual factors in categorization* / Ed. by U. Neisser. Cambridge, 1987. P. 63–100.

188. Lakoff G., Johnson M. Metafory w naszym życiu. Przeł. P. Krzeszowski. Warszawa, 1988.

189. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago and London, 1990.

190. Langacker R. Concept, Image and Symbol: the cognitive Basis of Grammar. Berlin, 1990.

191. Langacker R. Conceptualization, Symbolization and Grammar. *The New Psychology of Language: Cognitive and Functional Approaches to Language Structure* / Ed. By M. Tomasello. Mahwah, NJ and London, 1998. P. 1–39.
192. Langacker R. Foundations of Cognitive Grammar. Vol. I. *Theoretical Prerequisites*. Stanford, 1987.
193. Langacker R. Formulations of Cognitive Grammar. Vol. II. *Descriptive Application*. Stanford, 1991.
194. Langacker R. Wykłady z gramatyki kognitywnej. Lublin, 1995.
195. Langacker R. Wykłady z gramatyki kognitywnej. Tłum. H. Kardela. Lublin, 2005.
196. Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów. Tom 1. DOM. / Pod red. J. Bartmińskiego, I. Bielińskiej-Gardziel, B. Żywickiej. Lublin, 2015.
197. Lemanaitė G. Stereotyp Polaka w oczach Litwina. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas. Kraków, 1996. S. 90–94.
198. Lempp A. Stereotypowy Polak – stereotypowe Niemca postrzeganie. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas. Kraków, 1996. S. 190–193.
199. Lewicki A. M. Wprowadzenie do frazeologii syntaktycznej. Teoria zwrotu frazeologicznego. Katowice, 1976.
200. Lewiński P. Polskie mity i stereotypy. *Sukcesy, problemy i wyzwania w nauczaniu języka polskiego jako obcego* / Pod red. A. Mielczarek, A. Roter-Bourkane, M. Zduniak-Wiktorowicz. Poznań, 2014. S. 52–72.
201. Libura A., Libura M. Stereotypy a sądy naukowe na przykładzie niektórych podstawowych pojęć gramatycznych. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 296–303.
202. Lippman W. Public Opinion. New York, 1922.
203. Lipski W. Wieloznaczność rozumienia terminu «konotacja» i jego aplikatywność w badaniach nad zaburzeniami mowy. *Logopedia Silesiana*. 2017. nr 6. S. 58–72.
204. Lyons J. Linguistic Semantics. An Introduction. Cambridge, 1995.

205. Łaszkiewicz M. National stereotypes in Polish studies and research. *Stereotypes and linguistic prejudices in Europe* / Pod red. A. Dąbrowskiej, W. Pisarka, G. Stickela. Budapest, 2017. S. 157–173.
206. Łaszkiewicz M. Stereotypy etniczne w polskiej kulturze ludowej. Lublin, 2021.
207. Łaszkiewicz M. Stereotyp Ukraińca w polskiej tradycji ludowej. *Наукoвий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки*. 2011. № 2. S. 59–64.
208. Łozowski P. Czym jest prototyp w semantyce diachronicznej. *Podstawy gramatyki kognitywnej* / Pod red. H. Kardeli. Warszawa, 1994. S. 243–258.
209. Macrae C., Stangor C., Hewstone M. Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcia. Tłum. M. Majchrzak i in. Gdańsk, 1999.
210. Maćkiewicz J. Kategoryzacja a językowy obraz świata. *Językowy obraz świata* / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 1999. S. 47–55.
211. Maćkiewicz J. Od chaosu do porządku, czyli o pewnym typie kategorii naukowych. *Językowa kategoryzacja świata* / Pod red. R. Grzegorzczkovej, A. Pajdzińskiej. Lublin, 1996. S. 244–254.
212. Maliszewska A. Wściekły banderowiec czy wojownik o wolność? Stereotyp Ukraińca w Polsce w oczach mniejszości ukraińskiej. *Oblicza i dialog*. 2015. T. V. S. 175–186.
213. Marczewska M. Stereotypy etniczne we współczesnym polskim dyskursie publicznym. *Res Historiaca*. 2018. № 46. S. 283–300.
214. Markowski A. Definiowanie i definicje w opisie języka obiegowego : przyczynek do dyskusji. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 101–107.
215. Mądrzycki T. Deformacje w spostrzeganiu ludzi. Warszawa, 1986.
216. Michajłowa K. Opozycja swój/obcy w kształtowaniu stereotypu Polaka wśród Bułgarów zamieszkujących w Polsce. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury*. 2007. T. 9. S. 175–190.

217. Miejski słownik slangu i mowy potocznej. Електронний ресурс: <https://www.miejski.pl/> (дата звернення: 30.05.2024).
218. Mikoś M., Tieszen B. Polak w oczach studentów amerykańskich. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury*. 2007. T. 17. S. 233–240.
219. Mirga A. Stereotyp jako model «Prawdziwego swojego» i «obcego» (próba konstrukcji teoretycznej zjawiska stereotypu). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*. 1984. Z. 19. S. 53–69.
220. Nazwy wartości w językach europejskich. Raport z badań empirycznych / Pod red. I. Bielińskiej–Gardziel, M. Brzozowskiej, B. Żywickiej. Przemyśl, 2017.
221. Niebrzegowska-Bartmińska S. Badania etnolingwistyczne w Lublinie / «Poznańskie Studia Językoznawcze». 2004. T. 13. S. 79–89.
222. Niebrzegowska-Bartmińska S. Czy definicja kognitywna jest definicją otwartą. *Barwy słów. Studia lingwistyczno-kulturowe* / Pod red. D. Filar, P. Krzyżanowskiego. Lublin, 2017. S. 549–571.
223. Niebrzegowska-Bartmińska S. Definiowanie i profilowanie pojęć w (etno)lingwistyce. Lublin, 2020.
224. Niebrzegowska-Bartmińska S. Od separacyjnego do holistycznego opisu językowego obrazu świata. Na marginesie dyskusji nad kształtem artykułów w Leksykonie aksjologicznym Słowian i ich sąsiadów. *Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3.* / Pod red. I. Bielińskiej Gardziel, S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, J. Szadury. Lublin, 2014. S. 71–102.
225. Niebrzegowska-Bartmińska S. O różnych wariantach definicji leksykograficznej – od taksonomii do kognitywizmu. *Etnolingwistyka Problemy języka i kultury*. 2018. T. 30. S. 259–284.
226. Niebrzegowska-Bartmińska S. Stereotypy a wartości w językowym obrazie świata. Z polskich studiów slawistycznych. *Językoznawstwo. Prace na XV Międzynarodowy Kongres Slawistów w Mińsku*. 2012. S. 12. S. 127–133.
227. Niewiara A. Kształty polskiej tożsamości. Potoczny dyskurs narodowy w perspektywie etnolingwistycznej (XVI–XX w.). Katowice, 2010.

228. Niewiara A. Polskie stereotypy narodowe w świetle badań diachronicznych. *LingVaria*. 2010. nr 2 (10). S. 171–183.
229. Niewiara A. Wesół był Polak. Z rozważań nad pojęciami kluczowymi kultury polskiej. Antonimia i pojęcia spolaryzowane. *Historia języka w XXI wieku. Stan i perspektywy* / Pod red. M. Pastuch, M. Siuciak. Katowice, 2018. S. 703–713.
230. Nikitina S. Stereotypy jako bariery kulturowe. *Język a kultura*. T. 12. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998, S. 155–159.
231. Nowak W. Teoretyczne i metodologiczne problemy badań stereotypów. Cz. 1. *Roczniki socjologii*. 1999. nr XI. S. 99–12.
232. Nowakowski S. Adaptacja ludności napływowej na Śląsku Opolskim. Poznań, 1957.
233. Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowiowych / Pod red. J. Krzyżanowskiego. Warszawa, 1972.
234. Nowosad-Bakalarczyk M. Kobieta «typowa» i «prawdziwa» w oczach studentów: (przyczynek do stereotypu kobiety). «*Język Polski*». 2002. Z. 1 (LXXXII). S. 25–35.
235. Ogden C., Richards I. *The meaning of meaning*. London, 1923.
236. Paclawska E. Ukrainiec w oczach studentów na wschodzie i zachodzie Polski. *Stereotypy w języku i w kulturze* / Pod red. S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, S. Wasiuty. Lublin, 2009. S. 65–80.
237. Pajdzińska A. My, to znaczy... (z badań językowego obrazu świata). *Teksty Drugie*. 2001. № 1. S. 33–53.
238. Pajdzińska A., Tokarski R. Językowy obraz świata – konwencja i kreacja. *Pamiętnik Literacki LXXXVII*. 1996. Z. 6. S. 143–158.
239. Panasiuk J. O zmienności stereotypów. *Język a Kultura. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. 1998. T. 12. S. 84–98.

240. Piętkowa R. Językowy obraz świata i stereotypy a nauczanie języka polskiego. *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego* / Pod red. A. Achtelek, J. Tambor. Katowice, 2007. S. 85–104.

241. Piotrowski T. Słowniki w badaniach językowego obrazu świata. *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 49–56.

242. Pisarek W. Wyobrażenia o polskich stereotypach regionalnych. *Zeszyty Prasoznawcze*. 1975. nr 1. S. 73–78.

243. Pisarkowa K. Konotacja semantyczna nazw narodowości. *Zeszyty Prasoznawcze*. 1976. nr 1. S. 5–26.

244. Polkowska L. Stereotyp warszawiaka we współczesnym języku polskim. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2019. T. 31. S. 257–276.

245. Polskie radio. Електронний ресурс: <https://www.polskieradio.pl/39/248/artukul/684816,zbudujemy-tu-druga-japonie> (дата звернення: 30.05.2024).

246. Prokop J. Polak jaki jest nie(ch) każdy widzi. O rozchwianiu tożsamości na progu Europy. Kraków, 2004.

247. Prokop M. Stereotyp Ukrainca w polskim tygodniku «Polityka» oraz stereotyp Polaka na łamach «Dziewięć Tyżnia. Ukraina». *Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne*. 2013. № 3. S. 47–66.

248. Prorok K. Polak, Węgier, dwa bratanki? Stereotyp Polaka na Węgrzech (na podstawie ankiet studenckich). *Wartości w językowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów, t. 3. Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* / Pod red. I. Bielińskiej-Gardziel, S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, J. Szadury. Lublin, 2014. S. 67–73.

249. Pszoniak J. «Obraz w głowie» – stereotyp jako sposób postrzegania grup obcych i swojej. *Світ соціальних комунікацій*. 2013. Т. 13. С. 128–136.

250. Putnam H. *Mind, Language and Reality*. Cambridge, 1975.

251. Puzynina J. O wartościach trwałych i istotnych. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2011. T. 23. S. 25–29.

252. Quasthoff U. Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt a. M, 1973.

253. Quasthoff U. Etnocentryczne przetwarzanie informacji. Ambiwalencja funkcji stereotypów w komunikacji międzykulturowej. *Język a kultura. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne. T. 12* / Pod red. J. Anusiewicza i J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 16–17.

254. Rejter A. Teoria stereotypu a badania nad kształtowaniem się gatunku mowy: (na przykładzie reportażu podróżniczego). *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 1* / Pod red. D. Ostaszewskiej. Katowice, 2000. S. 330–341.

255. Rogala S. Rozumienie znaczenia konotacyjnego pojęć przez uczniów szkół średnich (na podstawie badań metodą dyferencjału semantycznego C. E. Osgooda i G. J. Suci). Wrocław, 1979.

256. Rosch E. Cognition and Categorization. Hillsdale. Erlbaum, 1978. S. 27–48.

257. Rosch E. Cognitive reference points. *Cognitive Psychology*. 1975. Vol. 7. Iss. 4. S. 532–547.

258. Rosch E. Zasady kategoryzacji. Przeł. Sz. Wróbel. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2005. T. 17. S. 11–35.

259. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech. New York, 1921.

260. Sapir E. The Emergence of the Concept of Personality in a Study of Cultures. *Journal of Social Psychology*. 1934. Z. 5. S. 408–415.

261. Sawicka G. Funkcje stereotypu w nominacji językowej. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 155–159.

262. Schaff A. Język – myślenie – działanie. Język a stereotyp. *Kultura i Społeczeństwo*. 1976. № 3. S. 29–36.

263. Schaff A. Stereotypy a działania ludzkie. Warszawa, 1981.

264. Schwarze Ch. Lexique et comprehension textuelle. *Sonderforschungsbereich*. Universität Konstanz. 1985. № 112. P. 38–87.

265. Silecki Ju. Stereotyp Polaka w tradycyjnym światopoglądzie Ukraińców. *Postscriptum Polonistyczne*. 2008. № 1 (1). S. 135–146.
266. Skowronek B. Konceptualizacje filmu i jego oglądania w języku młodzieży. Studium językowo-kulturowe. Kraków, 2007.
267. Słownik języka polskiego PWN. Електронний ресурс: <https://sjp.pwn.pl/> (дата звернення 10. 06. 2024).
268. Słownik języka polskiego PWN / Pod red. E. Sobol. Warszawa, 2011.
269. Słownik języka polskiego w 11 t. / Pod red. W. Doroszewskiego. Електронний ресурс: <https://doroszewski.pwn.pl/> (дата звернення 10. 06. 2024).
270. Słownik ludowych stereotypów językowych, Zeszyt próbny / Pod red. J. Adamowskiego, J. Bartmińskiego, J. Chodukiewicz, J. Jagiełło i in.. Wrocław, 1980.
271. Słownik slangu, mowy potocznej i gwary lokalnej. Електронний ресурс: <https://slang.pl/> (дата звернення: 30.05.2024).
272. Słownik stereotypów i symboli ludowych / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin, 1996.
273. Sodhi R., Bergius R. Nationale Vorurteile Eine sozialpsychologische Untersuchung an 881 Personen. Berlin, 1953.
274. Sojka-Masztalerz H. Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918–1939). Wrocław, 2004.
275. Sosnowska D. Stereotyp Ukrainy i Ukraińca w literaturze polskiej. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas, Kraków, 1996. S. 125–131.
276. Sosnowski A., Walkowiak J. Kierunki badań i rozważań nad stereotypami w polskiej socjologii. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*. 1979. nr 2. S. 207–227.
277. Stankiewicz K., Żurek A. Obraz Polki / Polaka w serii podręczników do nauczania języka polskiego jako obcego Hurra!!! Po polsku. «*Acta Universitatis Lodzensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*». 2005. T. 19. S. 495–505.
278. Strumiński B. Stereotyp Polaka w przysłowiach ukraińskich. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas. Kraków, 1995. S. 137–146.

279. Szadura J. Obraz Polaka w pismach Stanisława Brzozowskiego. *Akcent*. 1993. nr 3. S. 80–85.
280. Szadura J. Z badań nad autostereotypem Polaka. Kryteria polskości. *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne* / Pod red. J. Bartmińskiego, M. Mazurkiewicz-Brzozowskiej. Lublin, 1993. S. 239–256.
281. Szczurkiewicz T. *Studia socjologiczne*. Warszawa, 1970.
282. Szczepankowska I. Czym jest «pojęcie» we współczesnym językoznawstwie. *Електронний ресурс*: https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/9460/1/BAJ_7_2007_I_Szczepankowska_Czym_jest_pojecie_we_wspolczesnym_jezykoznawstwie.pdf (дата звернення: 18. 02. 2024).
283. Szczęsna E. *Słownik pojęć i tekstów kultury*. Warszawa, 2002.
284. Szulc A. *Podręczny słownik językoznawstwa stosowanego. Dydaktyka języków obcych*. Warszawa, 1984.
285. Tajfel H. Stereotypy społeczne i grupy społeczne. *Studia Psychologiczne*. 1982. nr 20/2. S. 5–25.
286. Tambor J. Stereotyp i prototyp – znaczenia terminów. *Postscriptum Polonistyczne*. 2008. № 1 (1). S. 23–29.
287. Taylor J. *Kategoryzacja w języku. Prototypy w teorii językoznawczej*. Kraków, 2001.
288. Taylor J. *Linguistic categorization. Prototypes in linguistic theory*. Oxford, 1989.
289. Thierry G. Unconscious effects of language-specific terminology on pre-attentive color perception. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*. 2000. Is. 6. P. 4567–4570.
290. Tokarski R. Biała brzoza, czarna ziemia, czyli o miejscu stereotypu w opisie języka. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicza, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 124–134.
291. Tokarski R. Ramy interpretacyjne a problem kategoryzacji (przyczynek do tak zwanej definicji kognitywnej). *Językowa kategoryzacja świata* / Pod red. R. Grzegorzycowej, A. Pajdzińskiej. Lublin, 1996. S. 97–112.

292. Tokarski R. Struktura pola znaczeniowego (studium językoznawcze). Warszawa, 1984.
293. Tokarski R. Światy za słowami: wykłady z semantyki leksykalnej. Lublin, 2013.
294. Trębska-Kerntopf A. Polska i Polacy we współczesnych antologiach polskich aforyzmów. *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku* / Pod red. J. Mazura, M. Rzeszutko-Iwan. Lublin, 2006. S. 13–24.
295. Tyrpa A. Cudzoziemcy i obce kraje w dialektach polskich. Kraków, 2001.
296. Uniwersalny słownik języka polskiego. W 4 t. / Pod red. S. Dubisza. Warszawa, 2006.
297. Waclawek M., Wtorkowska M. Czas wolny Polaków – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów. *Język a Edukacja. Bariery i pomosty w języku i kulturze* / Pod red. D. Lech-Kistein, M. Makuchowskiej. Opole, 2019. T. 7. S. 159–171.
298. Waclawek M., Wtorkowska M. Człowiek człowiekowi lustrem – konceptualizacje Polki i Polaka w oczach polskich i słoweńskich. *Sedemdeset let poučevanja poljskega jezika v Ljubljani, posvečeno Nikolaju Ježu* / Pod red. M. Wtorkowskiej, M. Waclawek, L. Rezončnik. Ljubljana, 2018. S. 259–273.
299. Waclawek M., Wtorkowska M. «Nasz wygląd zależy od tego, w jakim lustrze się przejrzymy» – z badań nad stereotypem Polaka. *Komparativnoslavističke lingvokulturalne teme* / Pod red. N. Piniarić, I. Čagalj, I. Vidović Bolt. Zagreb, 2019. S. 389–398.
300. Waclawek M., Wtorkowska M. O Polakach i Słoweńcach – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów. Ljubljana, 2022.
301. Waclawek M., Wtorkowska M. Pieniądze szczęścia nie dają, ale żyć pomagają – z badań nad stereotypem Polaka [w recenzji].
302. Waclawek M., Wtorkowska M. Pieniądze to (nie) wszystko – z badań nad językowo-kulturowym obrazem Polaka. *Die Welt der Slaven* [w druku].
303. Waclawek M., Wtorkowska M. Polaków stosunek do edukacji – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów. *Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego*

go / Pod red. A. Guzy, B. Niesoirek-Szamburskiej, M. Ochwat, M. Wójcik-Dudek. Katowice, 2019. T. 28. S. 105–126.

304. Waclawek M., Wtorkowska M. Z rodziną dobrze nie tylko na zdjęciu? O polskim stosunku do rodziny w opinii ankietowanych Polaków i Słoweńców. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio N. Educatio Nova*. 2021. nr 6. S. 447–466.

305. Walas T. Narody i stereotypy. Kraków, 1995.

306. Walczyńska M. Jan Stanisław Bystron jako prekursor teorii stereotypu na gruncie polskim. *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* / Pod red. J. Anusiewicz, J. Bartmińskiego. Wrocław, 1998. S. 304–307.

307. Wasiuta S. Stereotyp – pojęcie kluczowe lubelskiej etnolingwistyki. *Stereotypy w języku i w kulturze* / Pod red. S. Niebrzegowskiej-Bartmińskiej, S. Wasiuty. Lublin, 2009. S. 11–23.

308. Wielki słownik języka polskiego. Електронний ресурс: <https://wsjp.pl/> (дата звернення 10. 06. 2024).

309. Wielki słownik ucznia / Pod red. M. Bański. Warszawa, 2008.

310. Wierzbicka A. Emotion, language, and ‘cultural scripts’. *Emotion and Culture: Empirical studies of mutual influence* / Ed. by S. Kitayama, H. Markus. Washington. 1994. P. 130–162.

311. Wierzbicka A. Język – umysł – kultura. Wybór prac pod redakcją Jerzego Bartmińskiego. Warszawa, 1999.

312. Wierzbicka A. Lexicography and conceptual analysis. Karoma, 1985.

313. Wierzbicka A. Mówienie o emocjach, semantyka, kultura i poznanie. *Język – umysł – kultura*. 1999. Warszawa, S. 138–188.

314. Wierzbicka A. Nazwy zwierząt. *O definicjach i definiowaniu* / Pod red. J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego. Lublin, 1993. S. 251–267.

315. Wierzbicka A. Semantic Primes and Universals. Oxford, 1996.

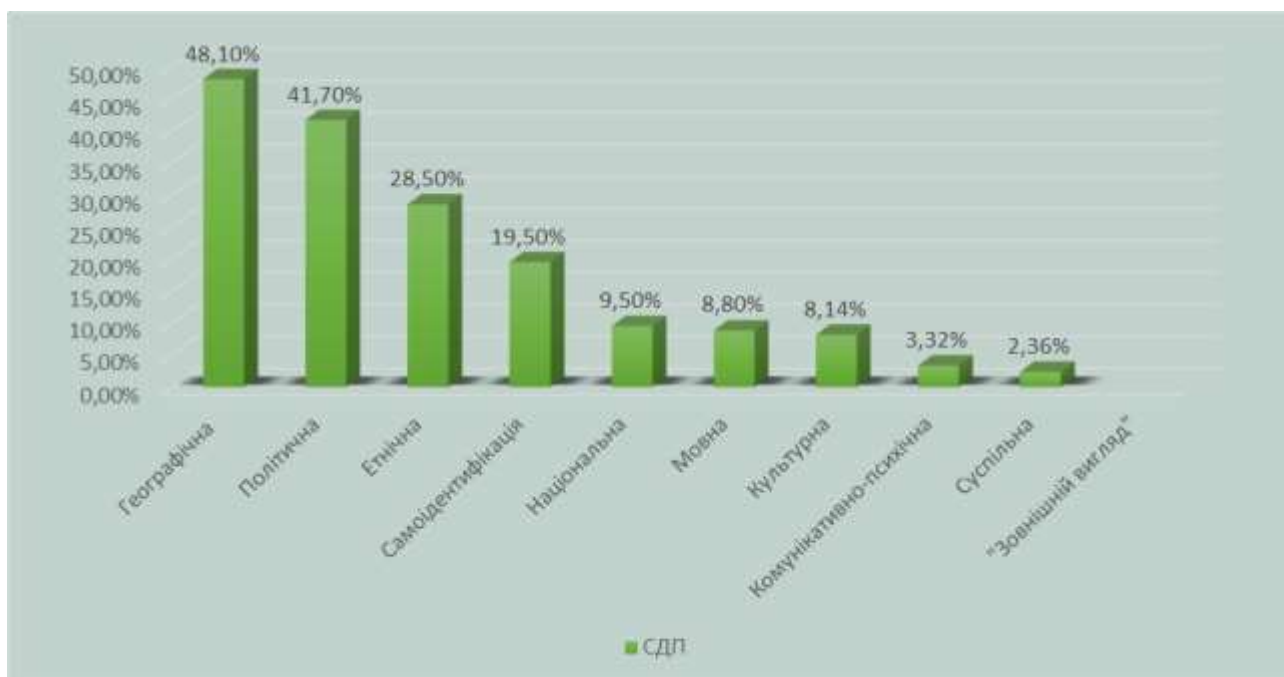
316. Wierzbicka A. Semantyka. Jednostki elementarne i uniwersalne. Lublin, 2006.

317. Wierzbicka A. Uniwersalia ugruntowane empirycznie. «*Teksty Drugie*». 2011. nr 1–2. S. 13–30.
318. Wilska-Duszyńska B. Rozważania o naturze stereotypów etnicznych. *Studia Socjologiczne*. № 3. S. 97–116.
319. Wojciszke B. Teoria schematów społecznych. Warszawa, 1986.
320. Wprost. Електронний ресурс: <https://www.wprost.pl/kraj/10793452/kaczynski-wyjasnil-fenomen-przyspiewki-polacy-nic-sie-nie-stalo-takich-slow-nikt-sie-nie-spodziewal.html> (дата звернення: 30.05.2024).
321. Zarzycka G. Polak w oczach studentów amerykańskich. *Etnolingwistyka. Problemy języka i kultury* / Pod red. J. Bartmińskiego. 2005. T. 17. S. 233–257.
322. Zarzycka G. Stereotyp Polski i Polaków w świetle badań ankietowych przeprowadzonych w środowisku studentów zagranicznych. *Postscriptum Polonistyczne*. 2008. № 1 (1). S. 171–195.
323. Zubrycka M. Stereotyp Polaka w literaturze ukraińskiej. *Narody i stereotypy* / Pod red. T. Walas. Kraków, 1995. S. 132–137.
324. Żmigrodzki P. Definicja leksykograficzna a opis języka – ćwierć wieku później. Jeszcze o roli naiwnego obrazu świata w definiowaniu. *Etnolingwistyka a leksykografia. Tom poświęcony Profesorowi Jerzemu Bartmińskiemu* / Pod red. W. Chlebdy. Opole, 2010. S. 33–40.

ДОДАТКИ

Додаток 1

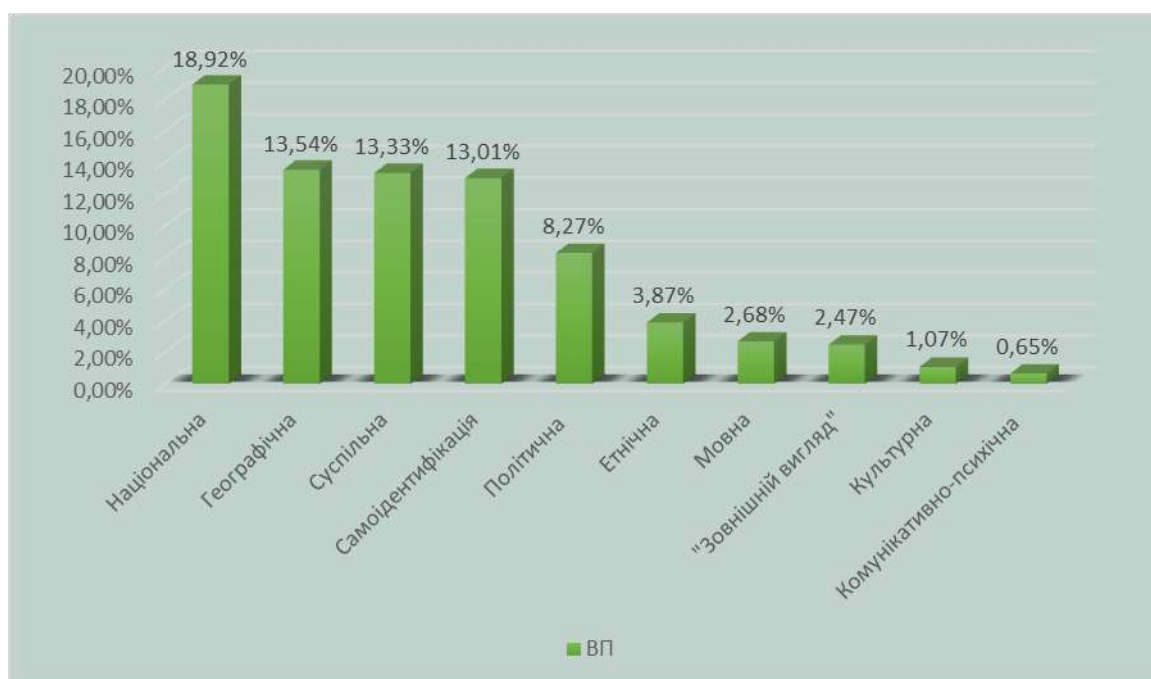
Способи категоризації етноніма *Polak* у студентських дефініціях (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

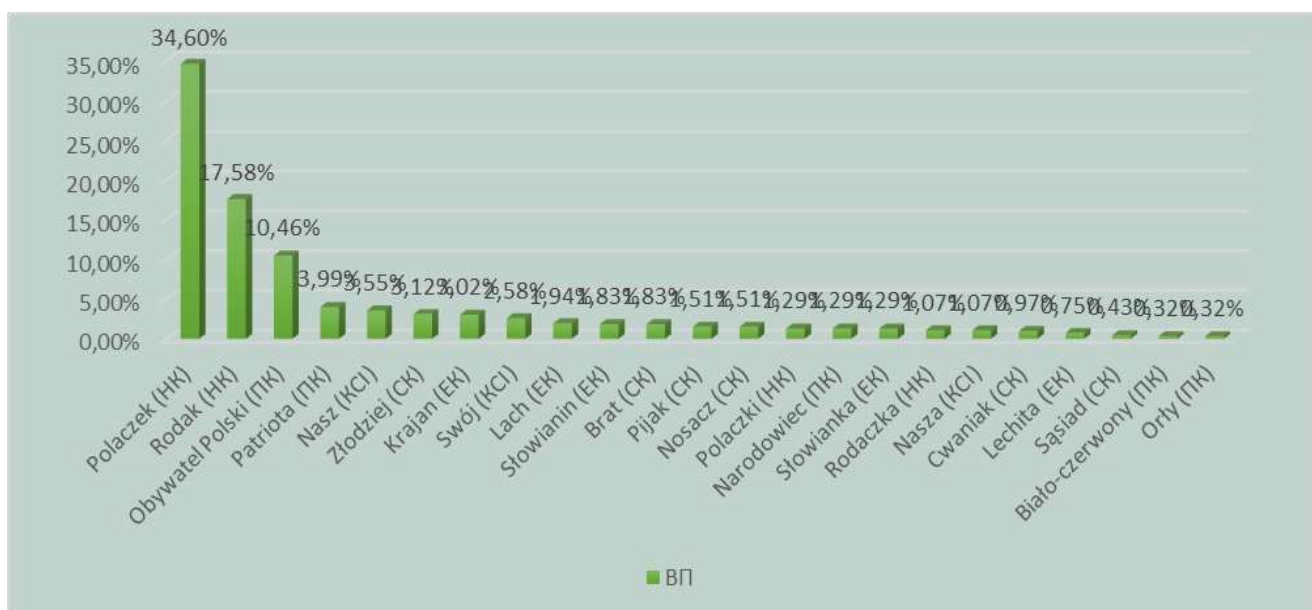
Додаток 2

Способи категоризації етноніма *Polak* на підставі студентських відповідників (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Найчастіші відповідники етноніма *Polak* серед студентської молоді Польщі (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Аспектний уклад на підставі автостереотипних рис «типового», «справжнього», «ідеального» поляка (в абсолютних цифрах)



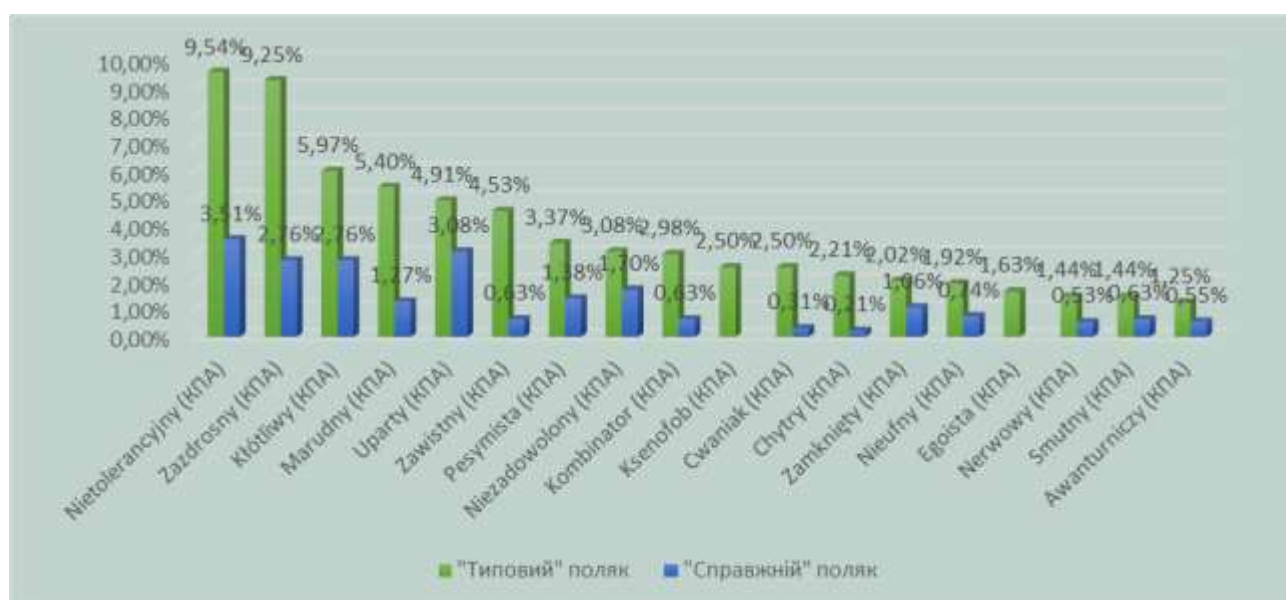
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



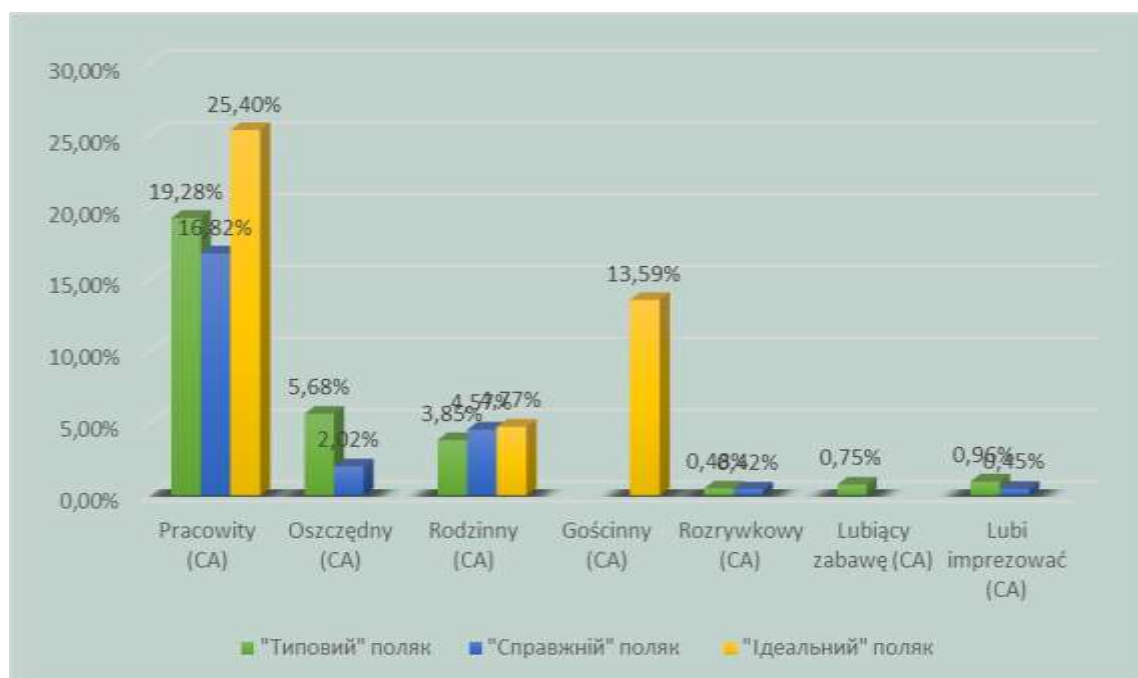
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього» поляка із негативним забарвленням у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



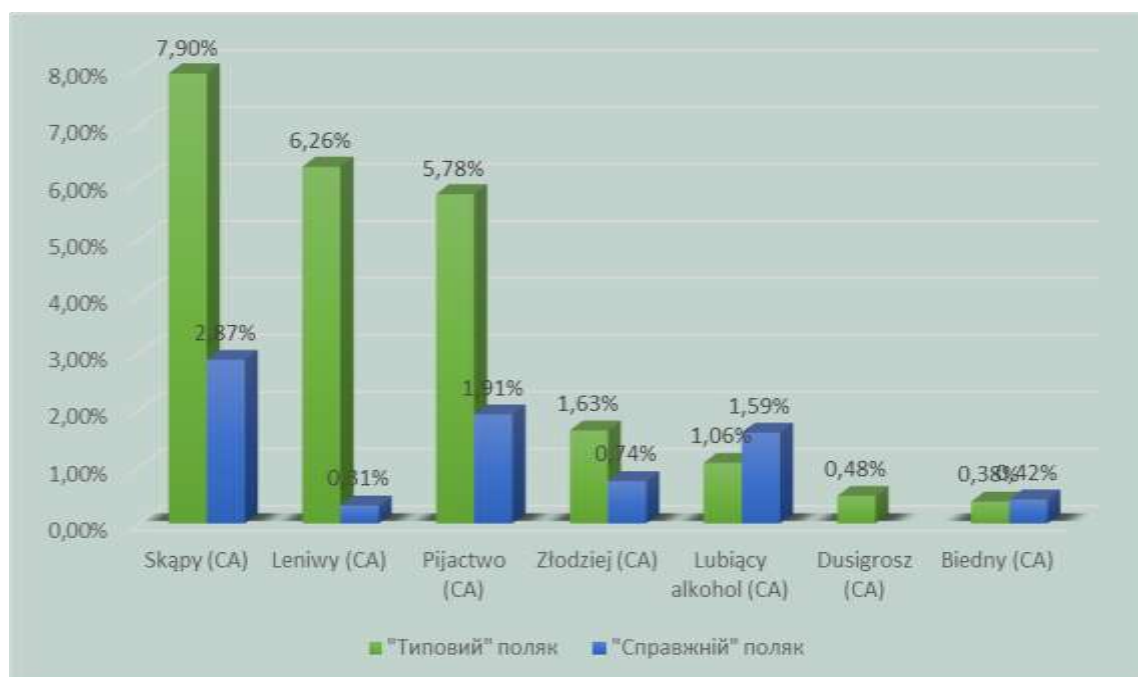
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка у світлі суспільного аспекту (у відсотках)



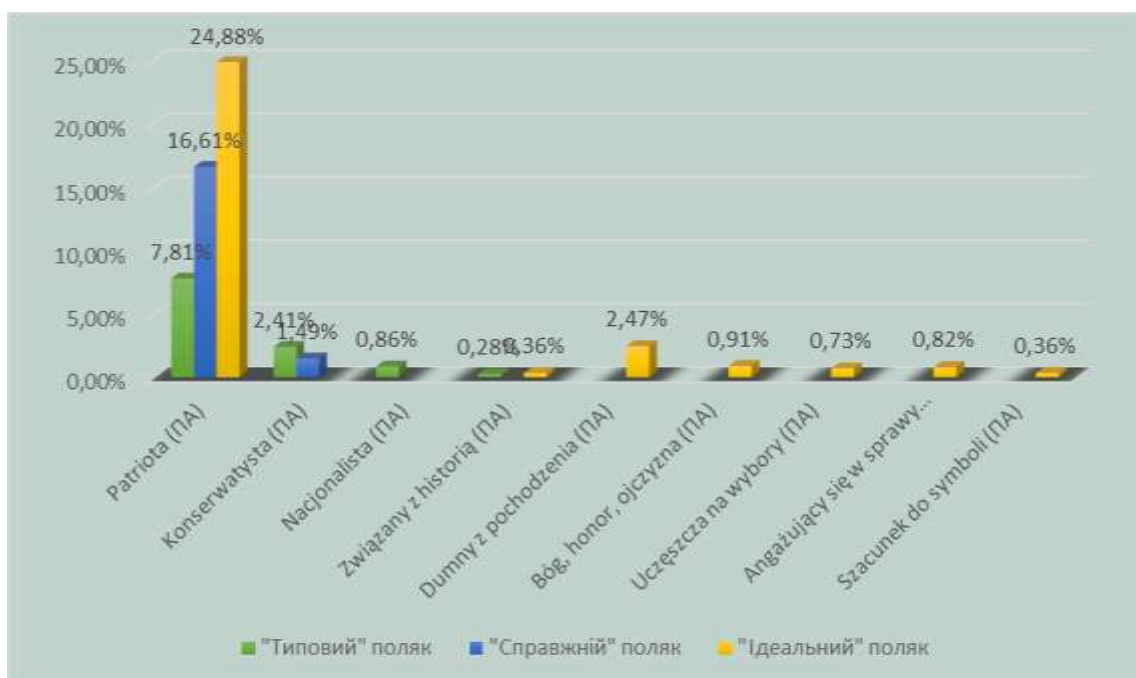
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього» поляка із негативним забарвленням у світлі суспільного аспекту (у відсотках)



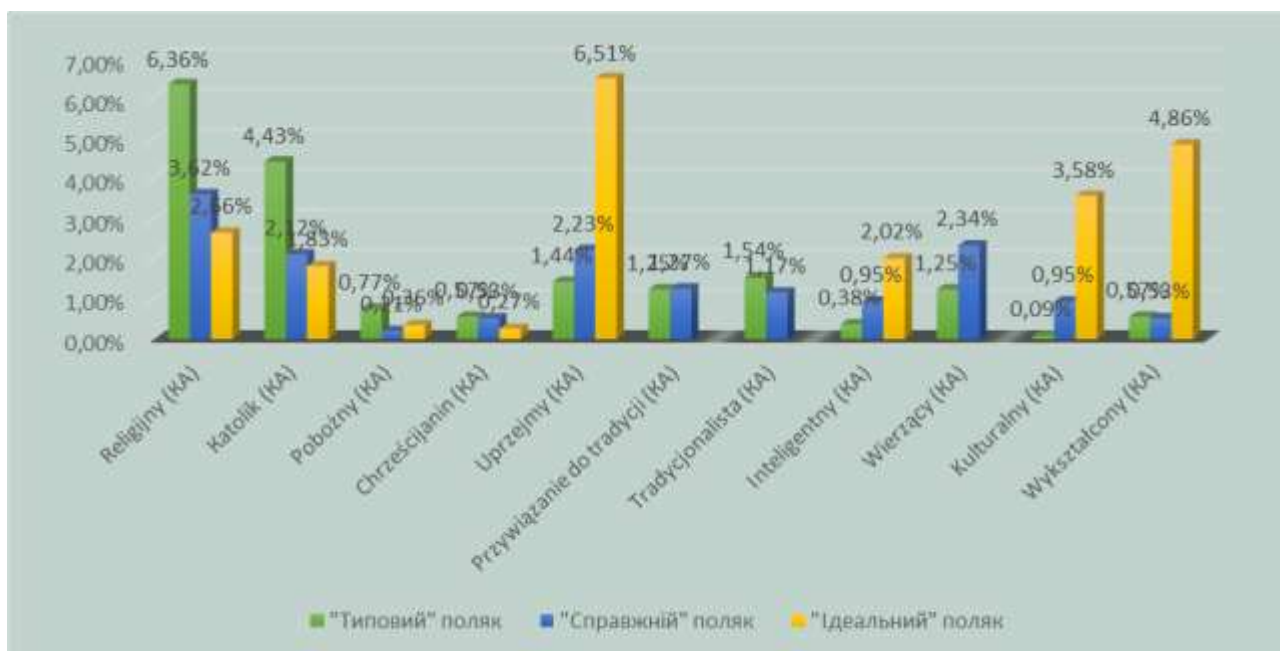
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка у світлі політичного аспекту (у відсотках)



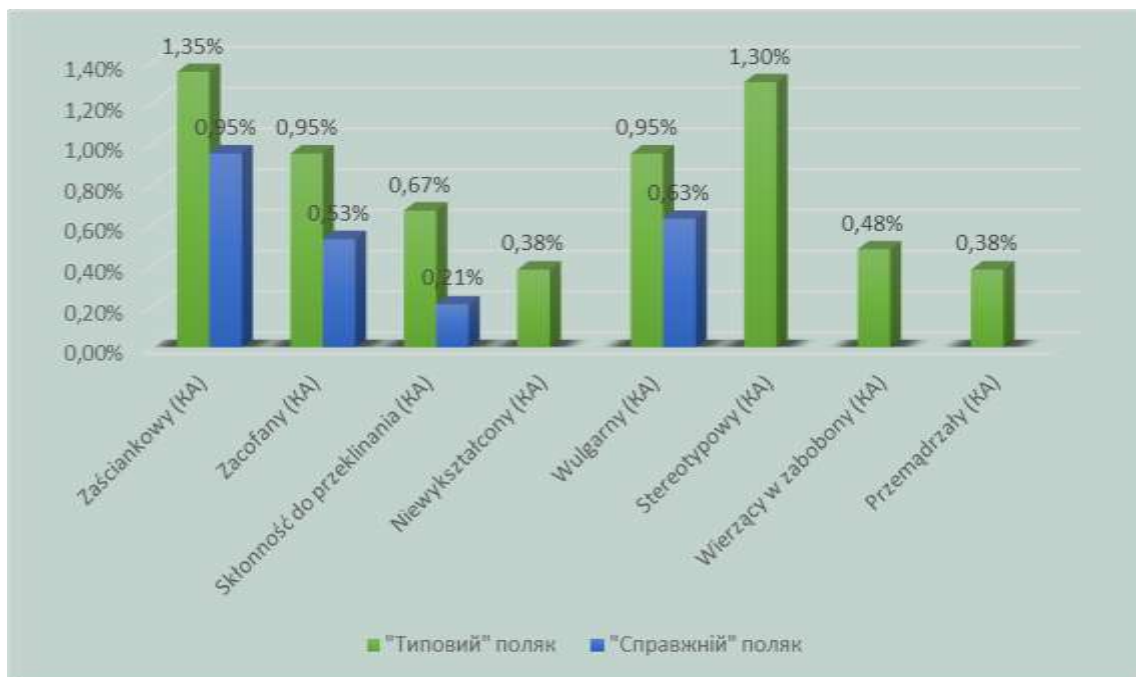
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка у світлі культурного аспекту (у відсотках)



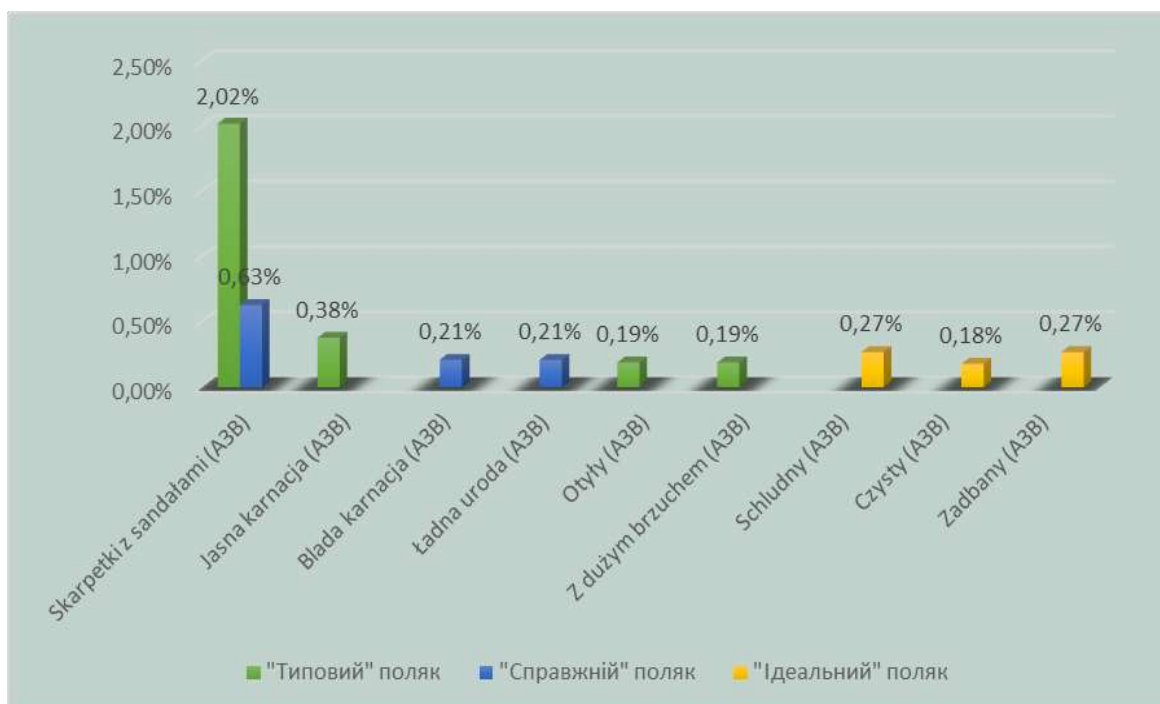
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього» поляка із негативним забарвленням у світлі культурного аспекту (у відсотках)



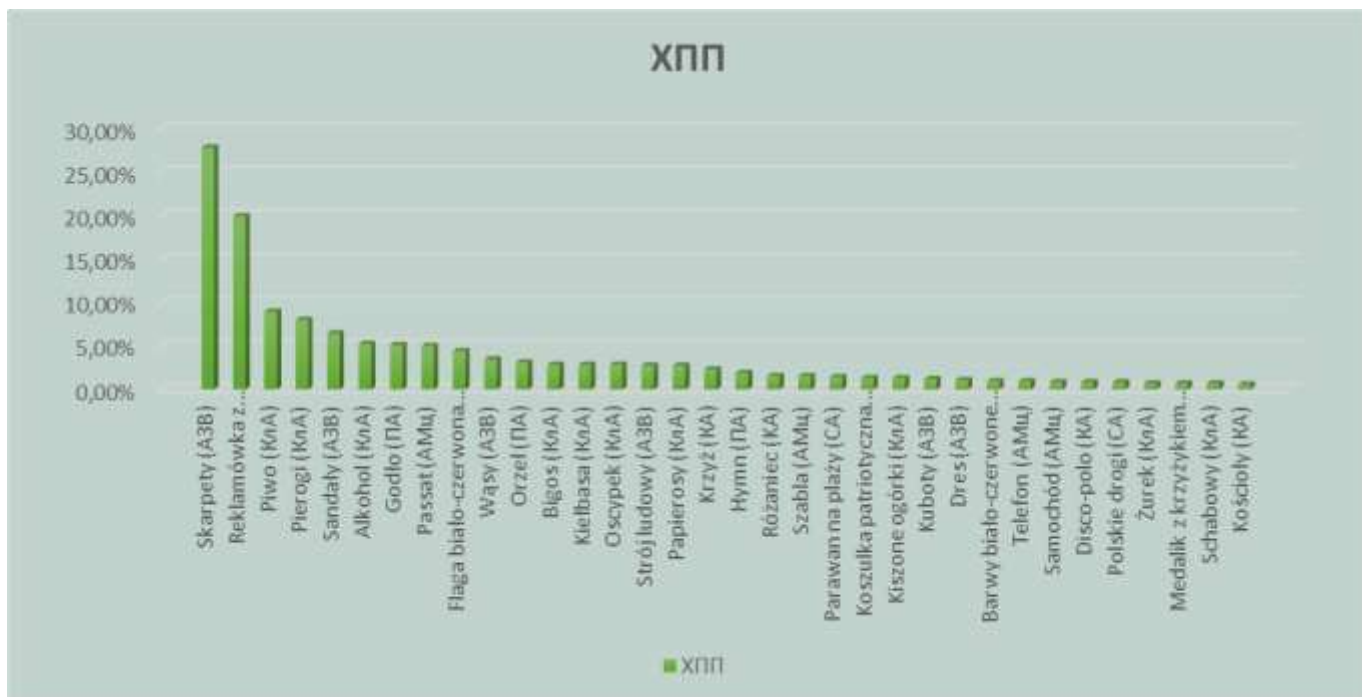
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» поляка у світлі аспекту «зовнішній вигляд» (у відсотках)



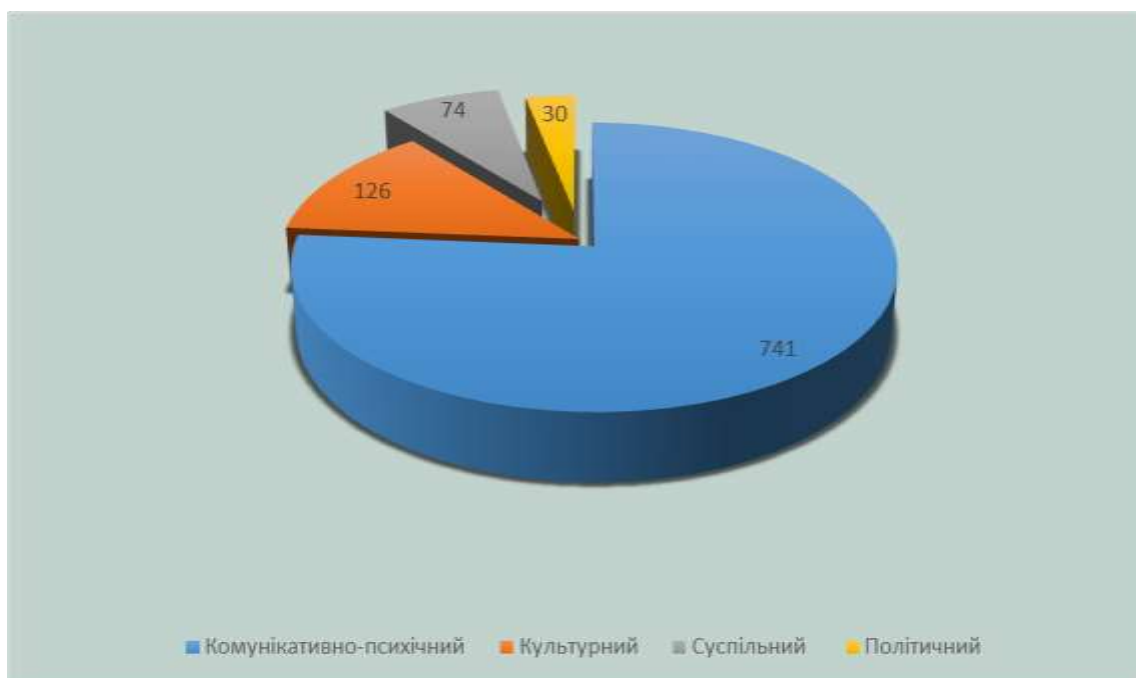
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Характерні для поляка «предмети» (у відсотках)



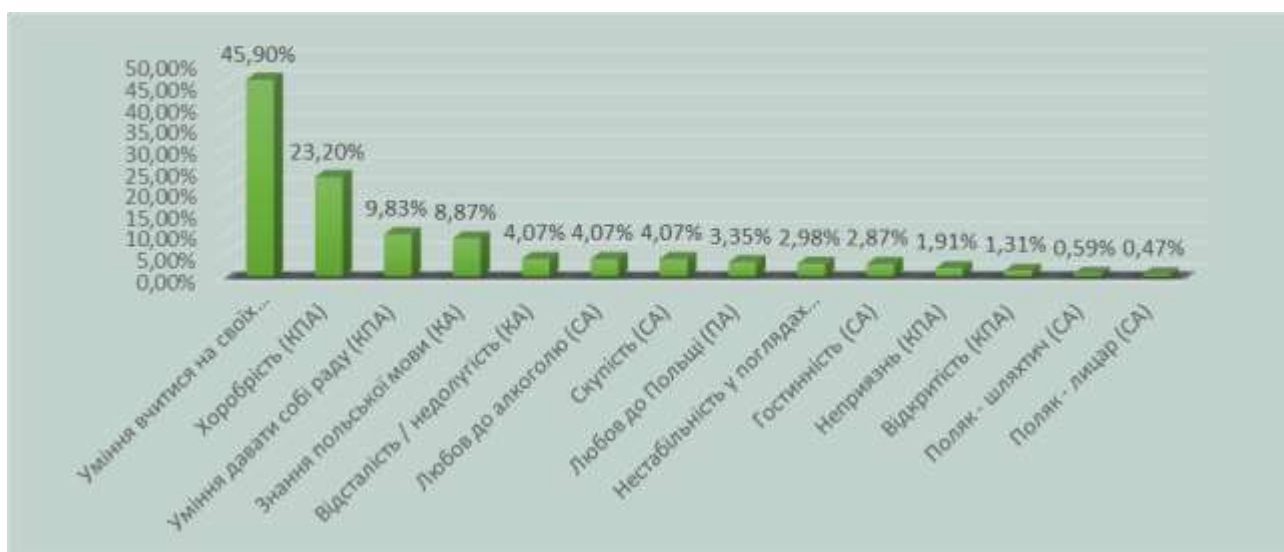
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Аспектний уклад на підставі сучасної фразематики про поляка (в абсолютних цифрах)



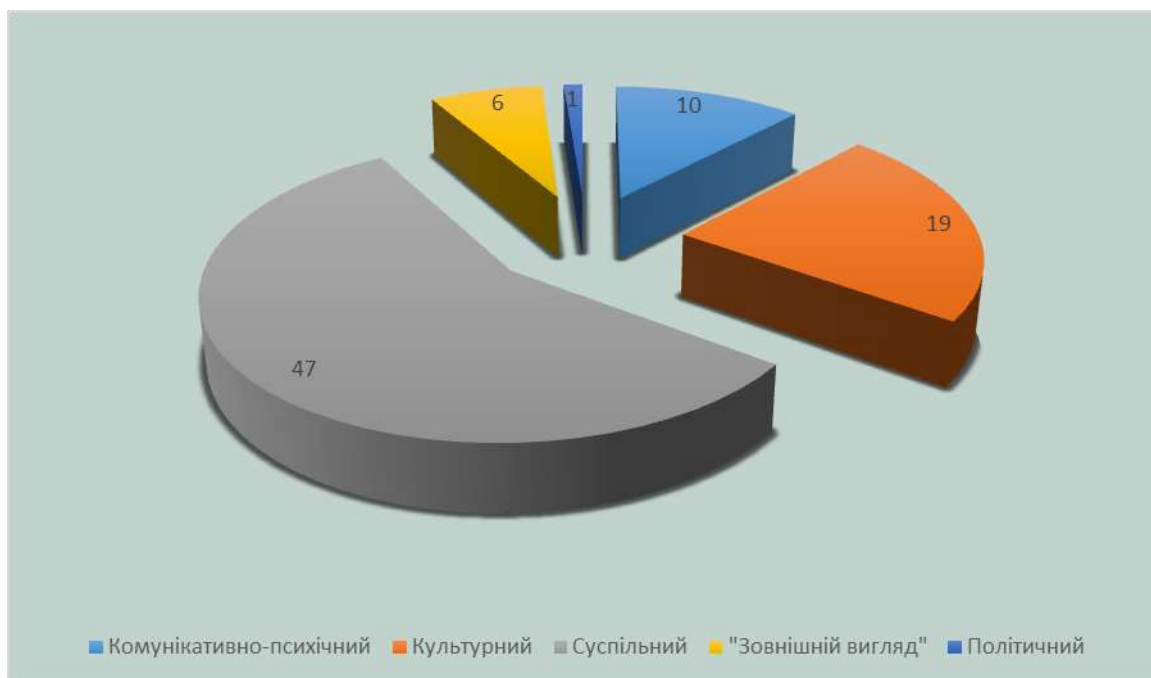
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси поляка, виокремлені на підставі сучасної польської фразематики (у відсотках)



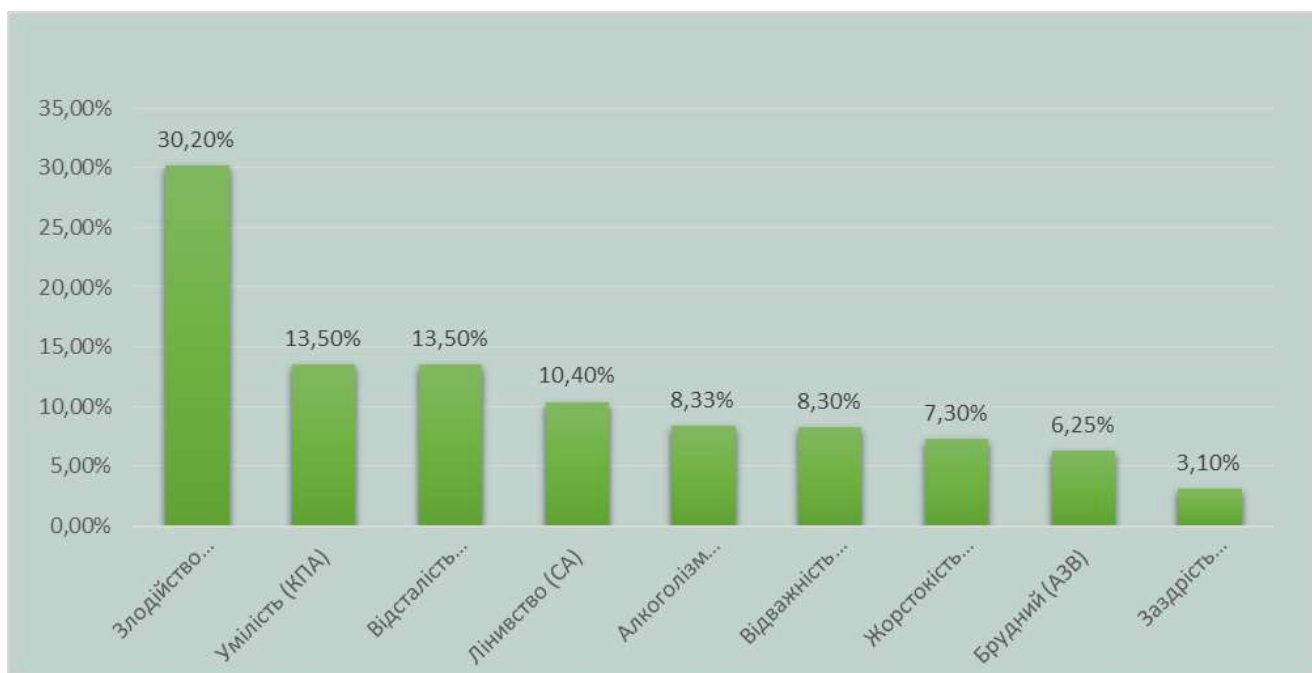
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Аспектний уклад на підставі анекдотів про поляка (в абсолютних цифрах)



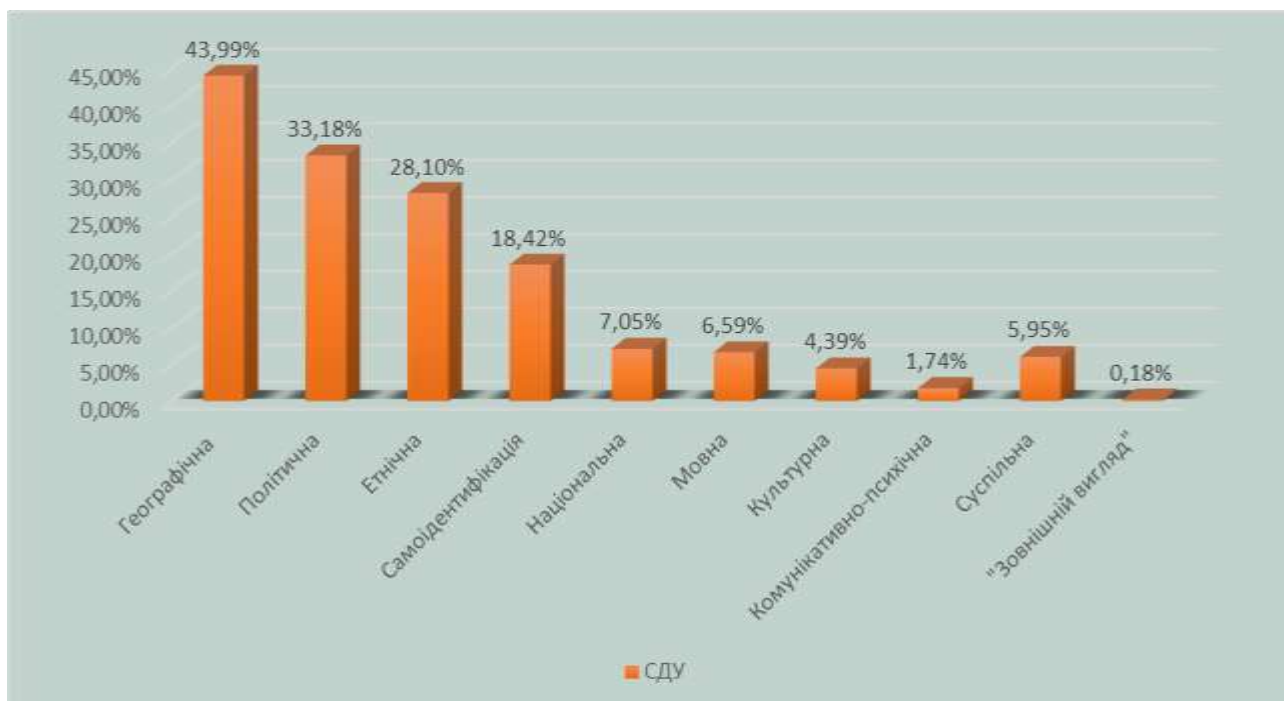
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Автостереотипні риси поляка в анекдотах (у відсотках)



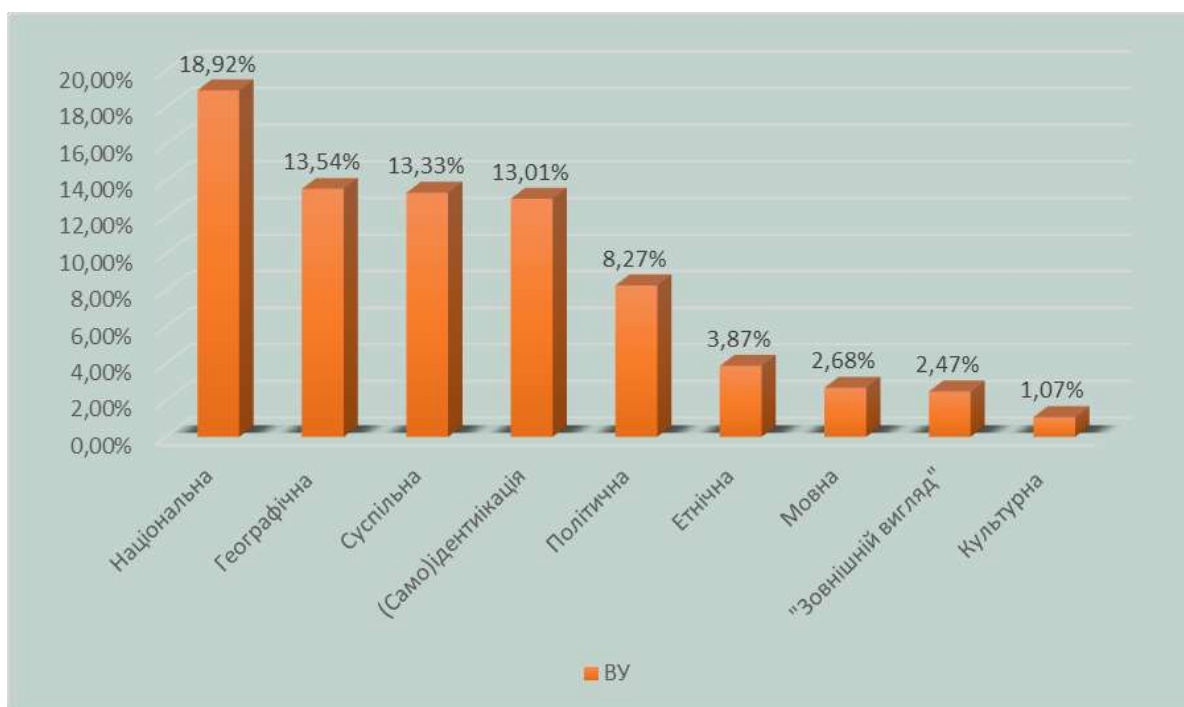
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Способи категоризації етноніма *Ukrainiec* у студентських дефініціях (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Способи категоризації етноніма *Ukrainiec* на підставі відповідників (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Найчастіші відповідники етноніма *Ukrainiec* серед студентської молоді Польщі (у відсотках)



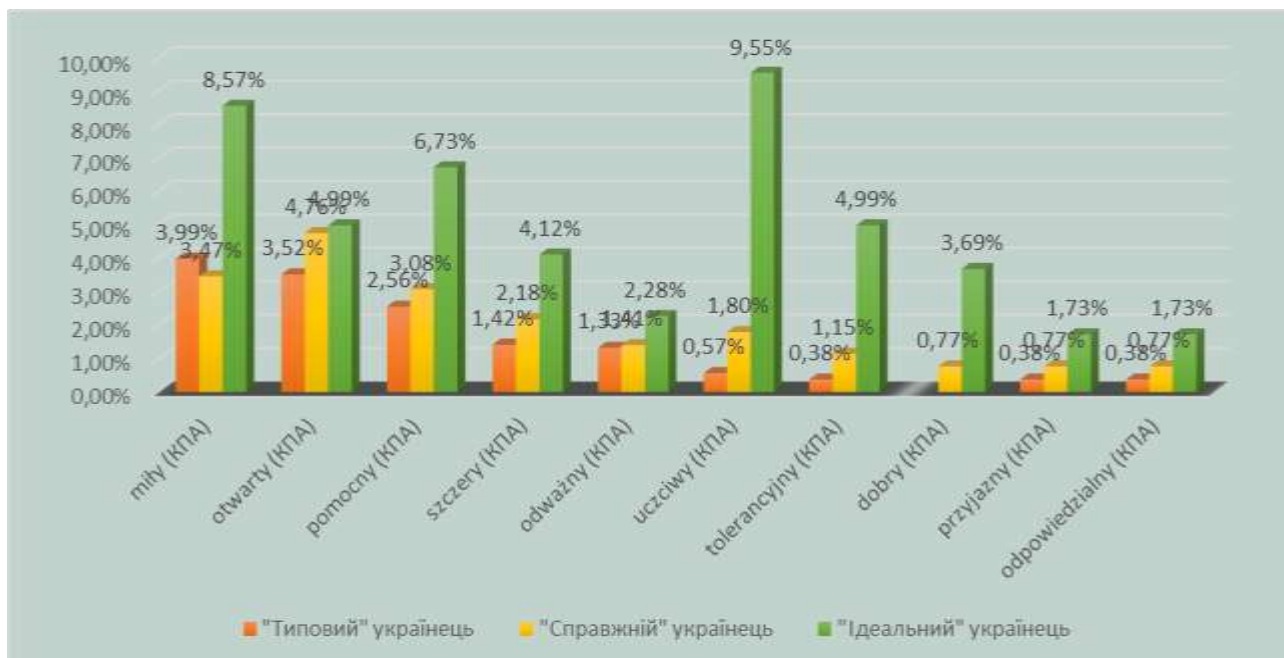
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Аспектний уклад на підставі автостереотипних рис «типового», «справжнього», «ідеального» українця (в абсолютних цифрах).



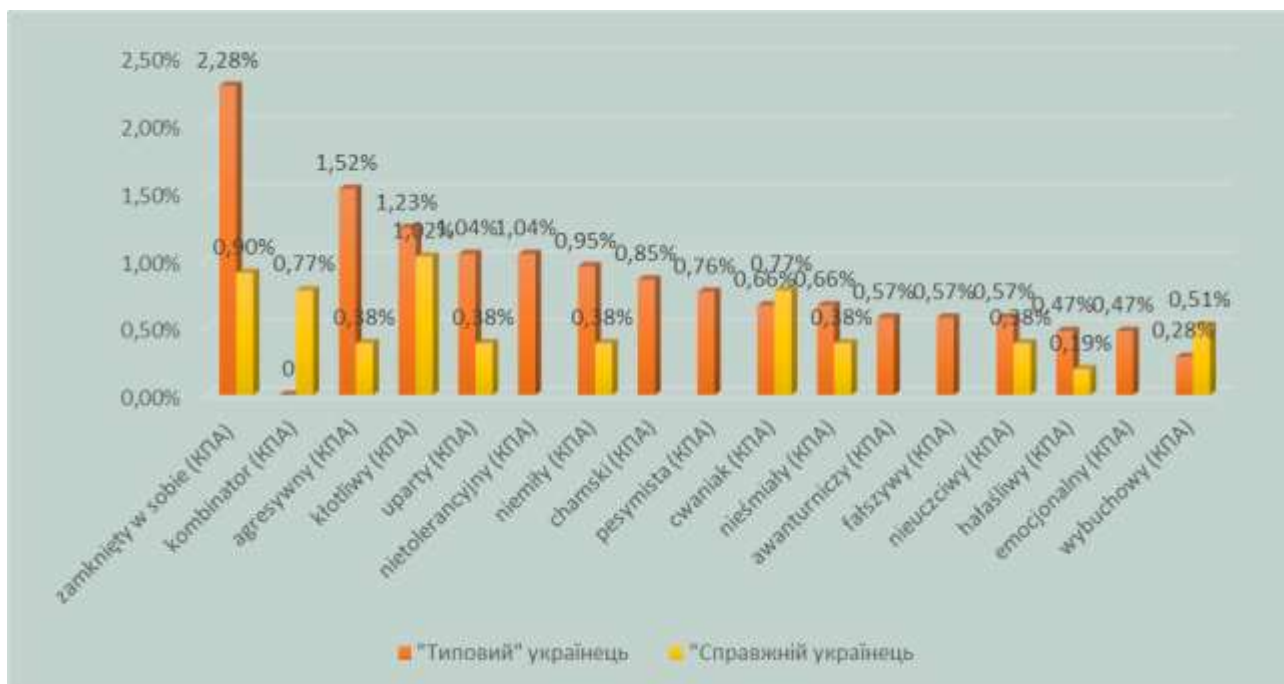
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» українця у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



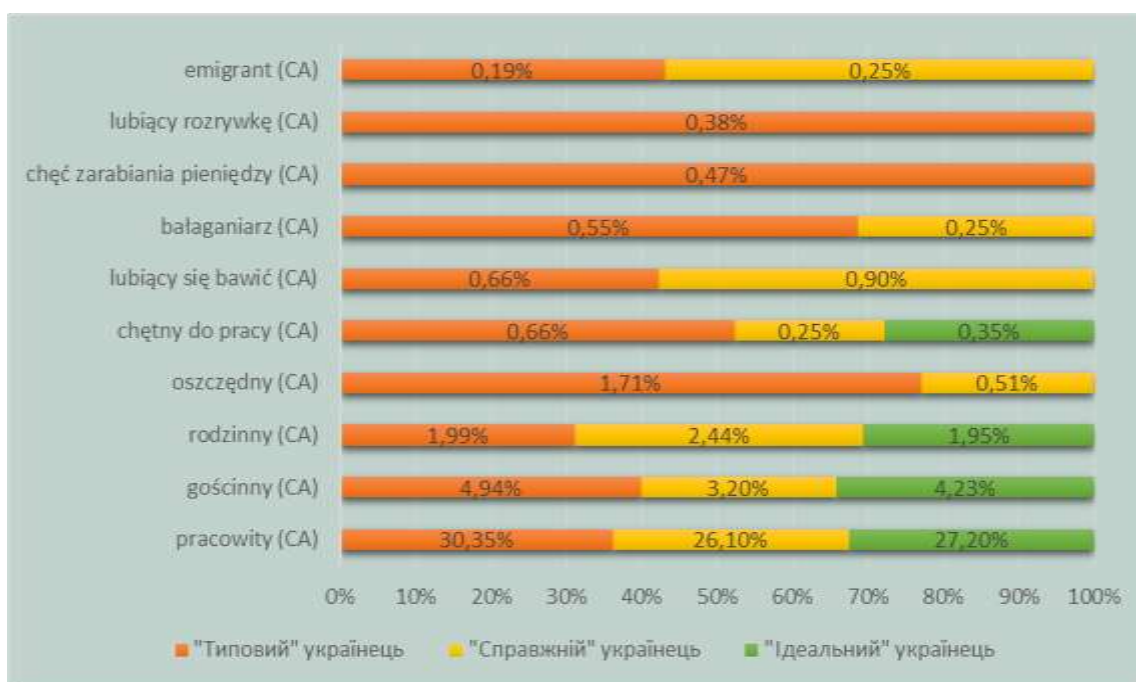
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього» українця із негативним забарвленням у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



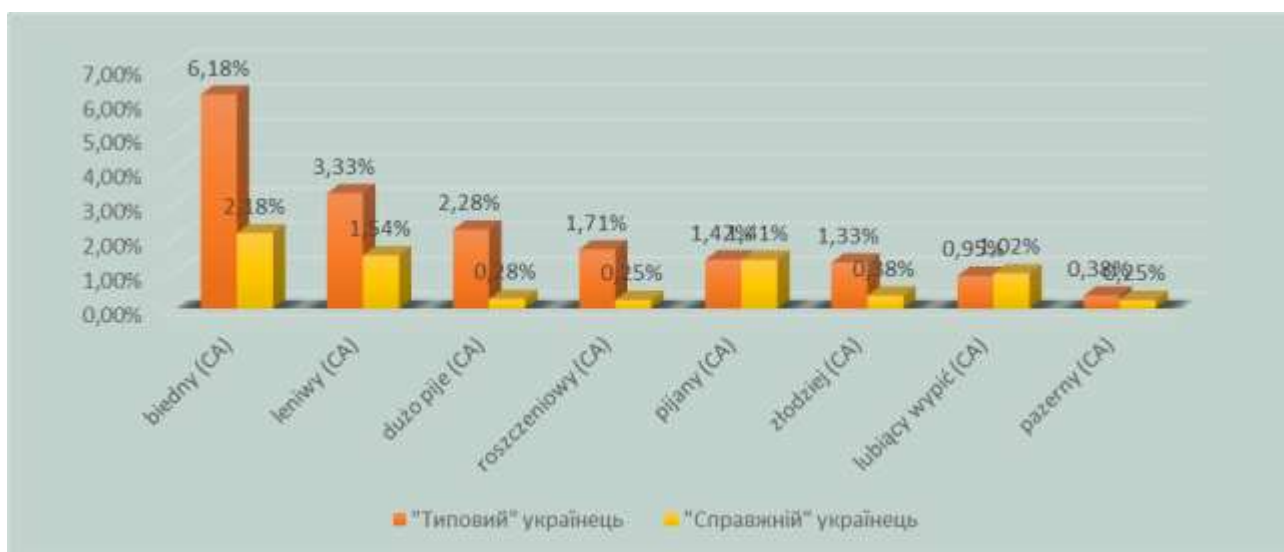
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» українця у світлі суспільного аспекту (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього» українця із негативним забарвленням у світлі суспільного аспекту (у відсотках)



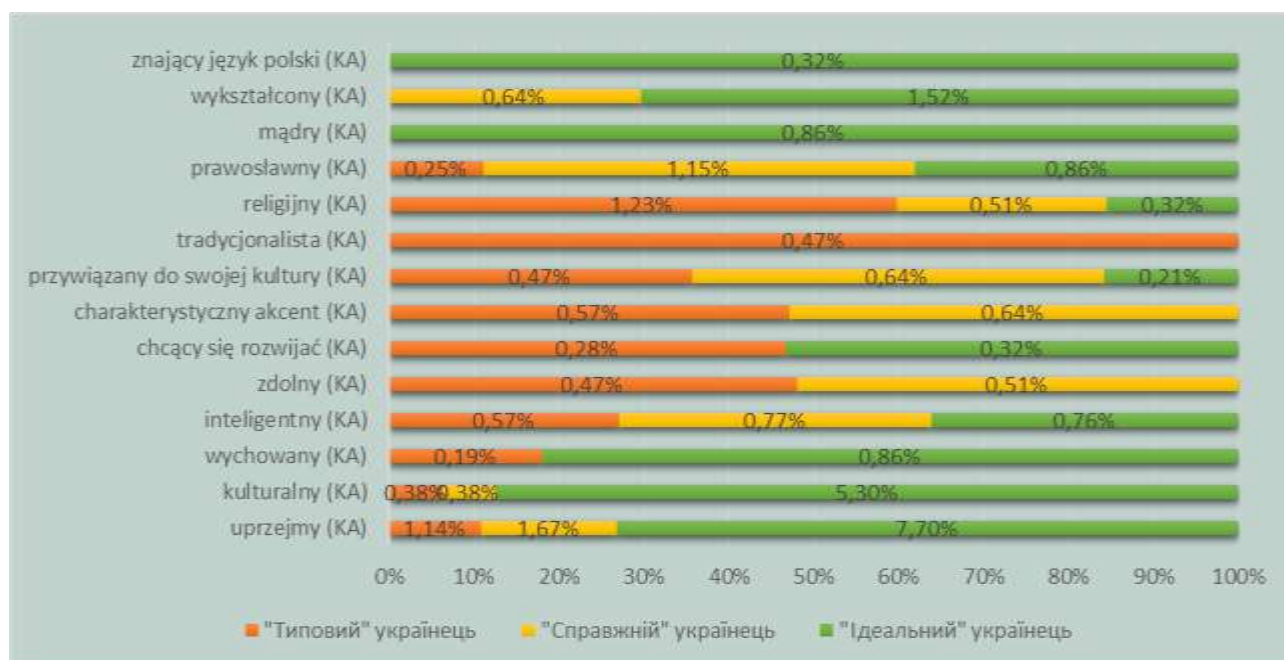
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього» та «ідеального» українця у світлі політичного аспекту у відсотках



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси «типового», «справжнього», «ідеального» українця у світлі культурного аспекту (у відсотках)



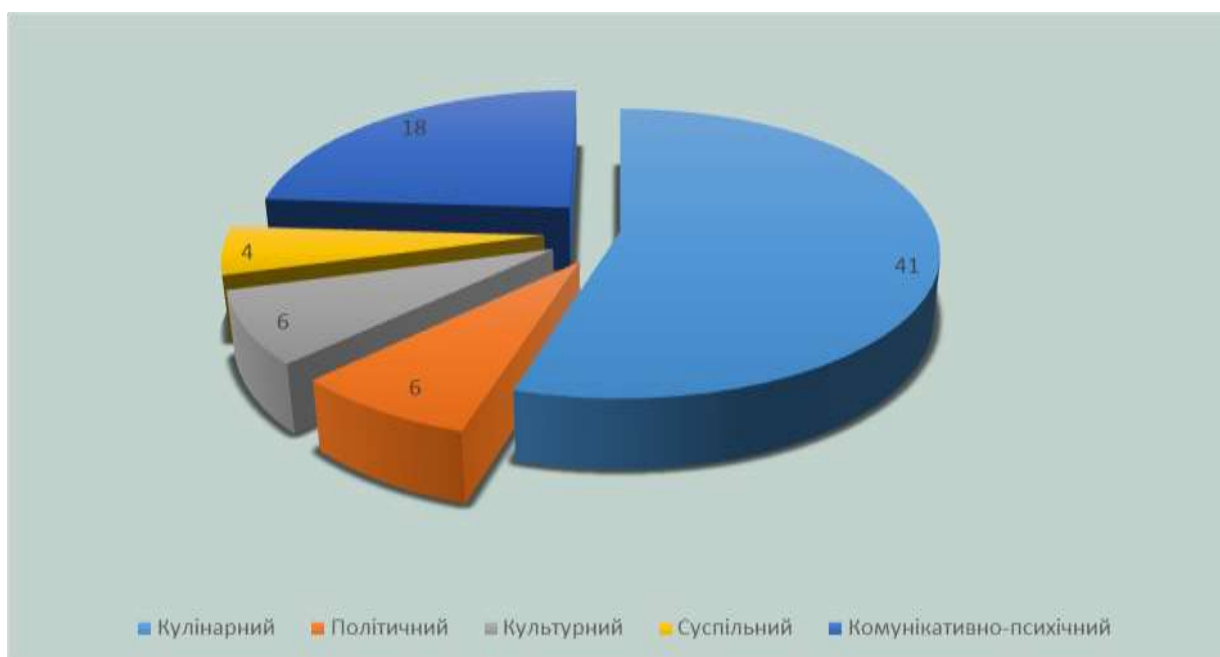
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Характерні для українця «предмети» (у відсотках)



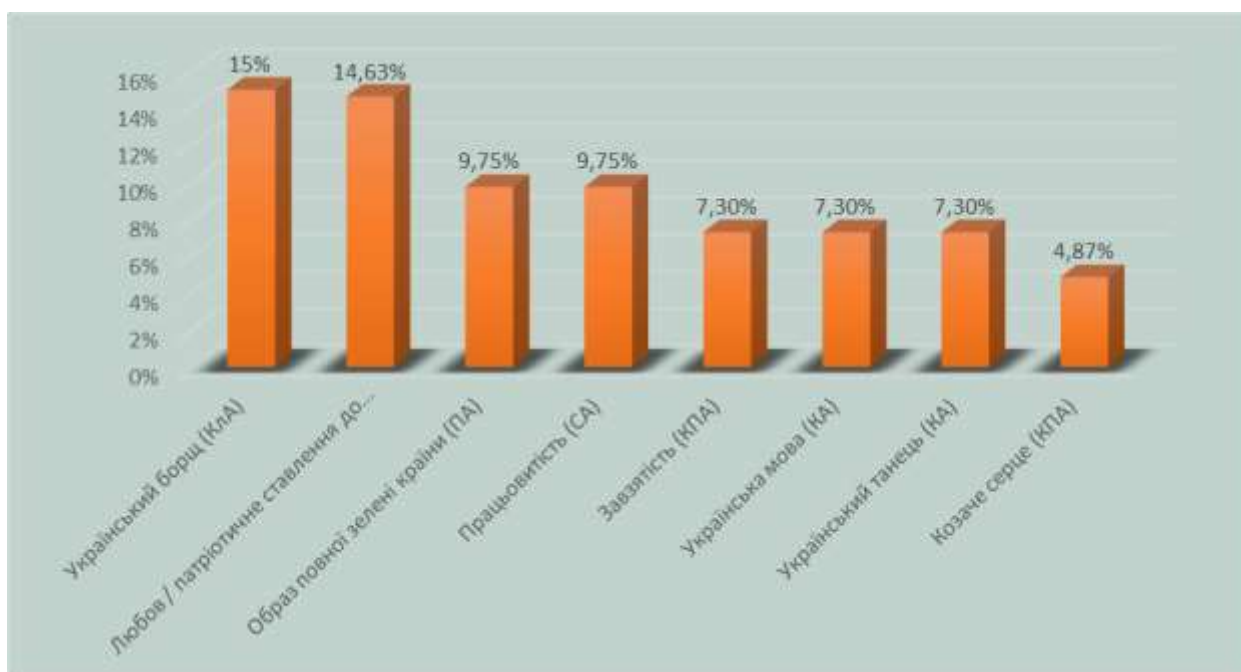
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

**Аспектний уклад на підставі сучасної фразематики про українця
(в абсолютних цифрах)**



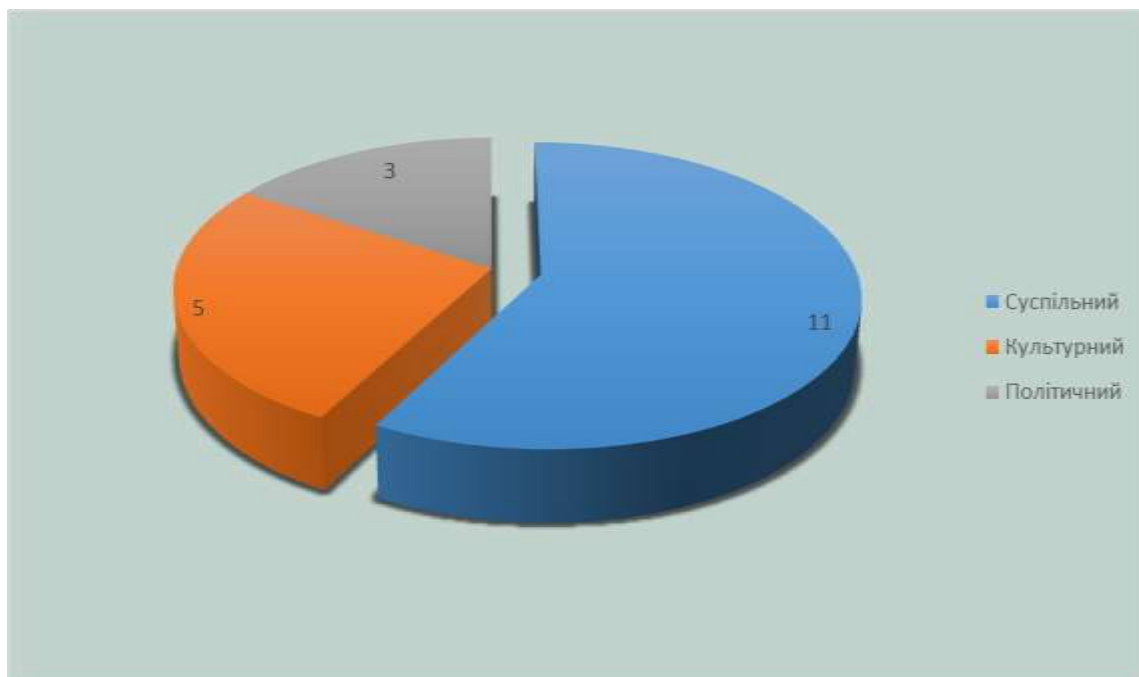
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

**Гетеростереотипні риси українця, виокремлені на підставі сучасної
польської фразематики (у відсотках)**



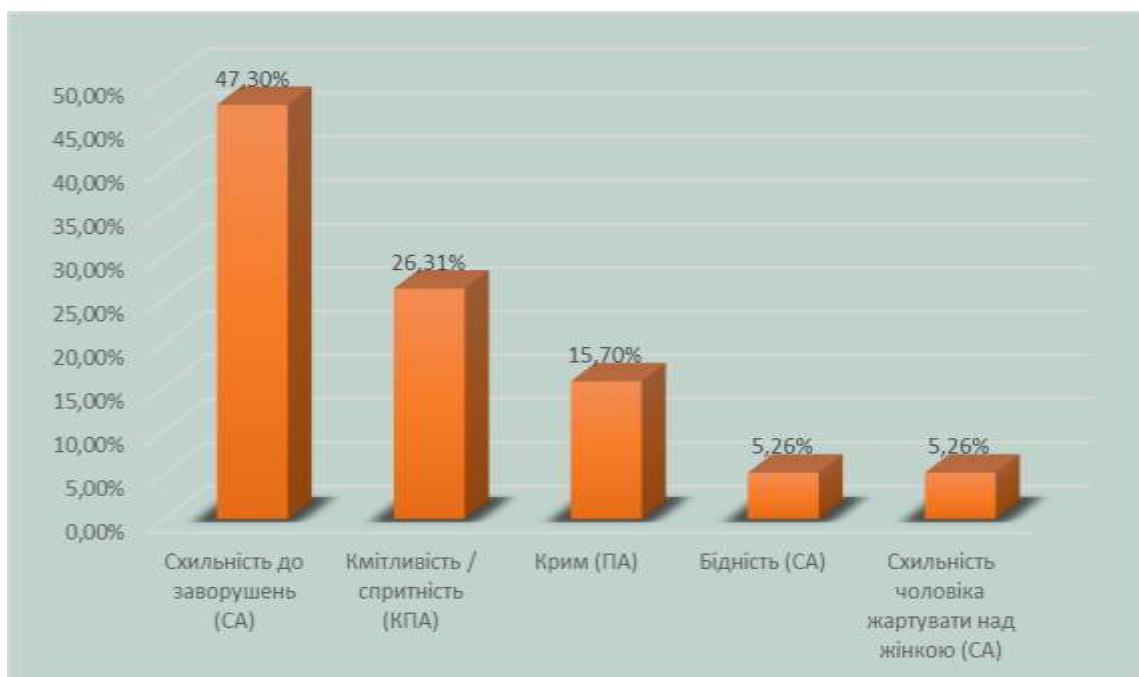
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

**Аспектний уклад на підставі анекдотів про українця
(в абсолютних цифрах)**



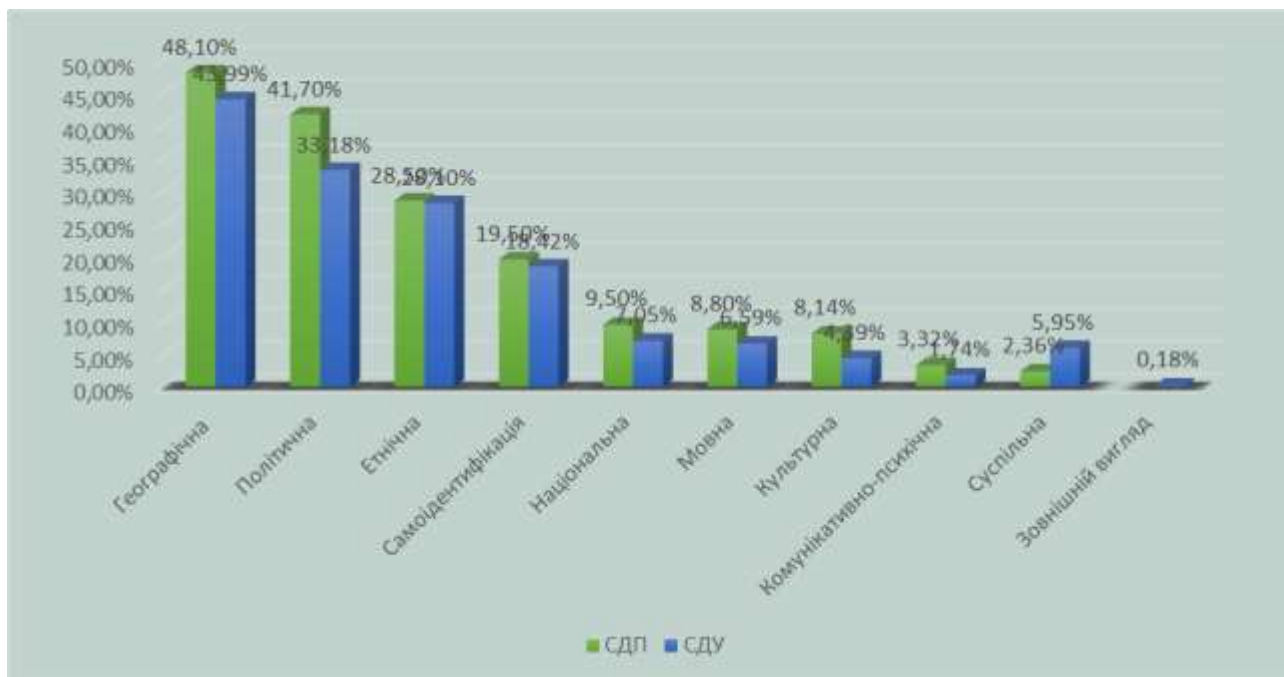
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Гетеростереотипні риси українця в анекдотах (у відсотках)



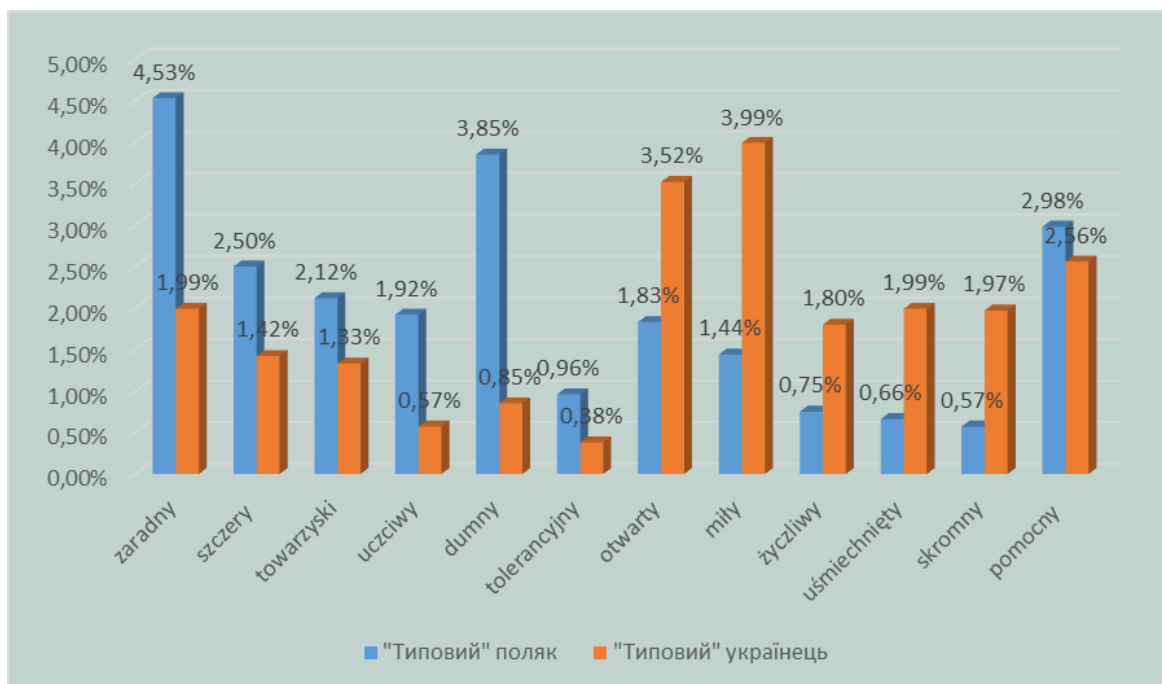
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Способи категоризації етноніма *Polak / Ukrainiec* у студентських дефініціях (у відсотках)



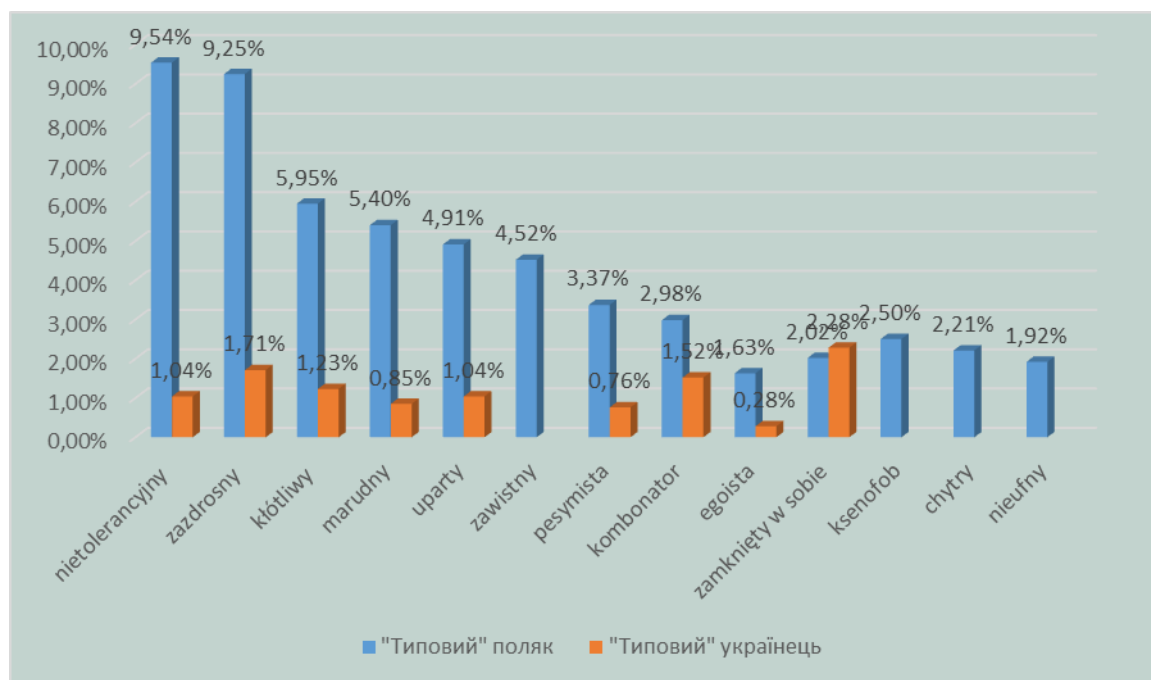
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «типового» поляка й українця у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



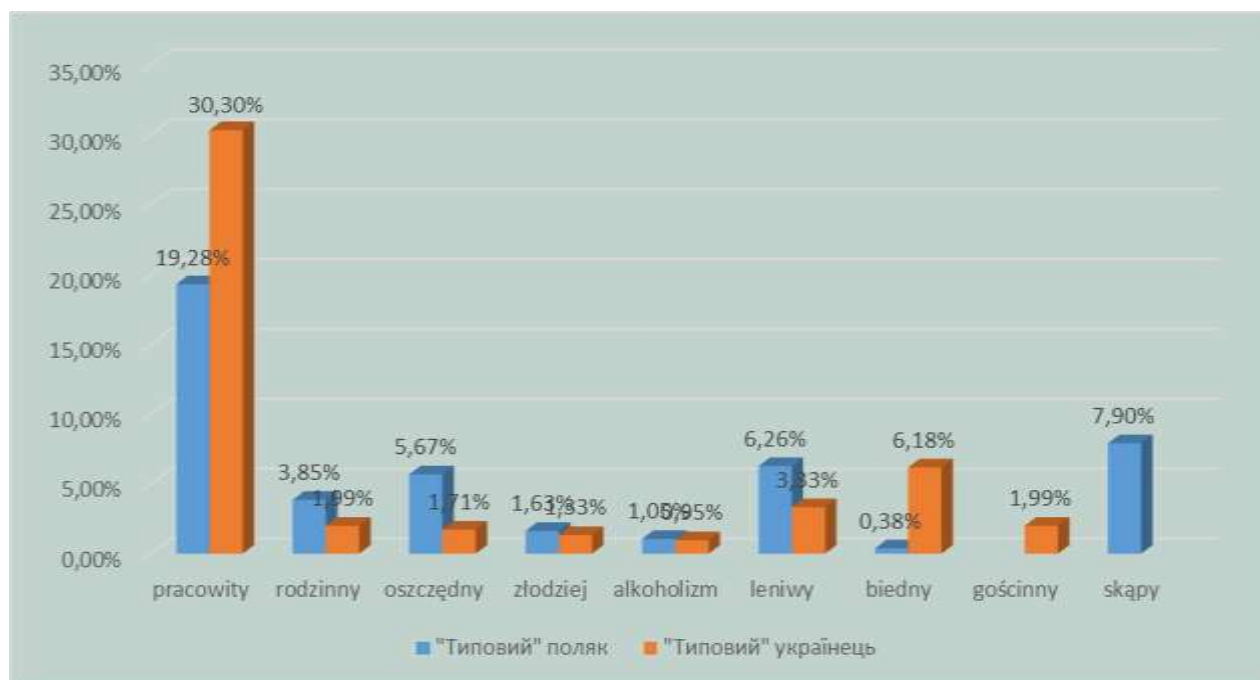
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «типового» поляка й українця (із негативним забарвленням) «типового» поляка й українця у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



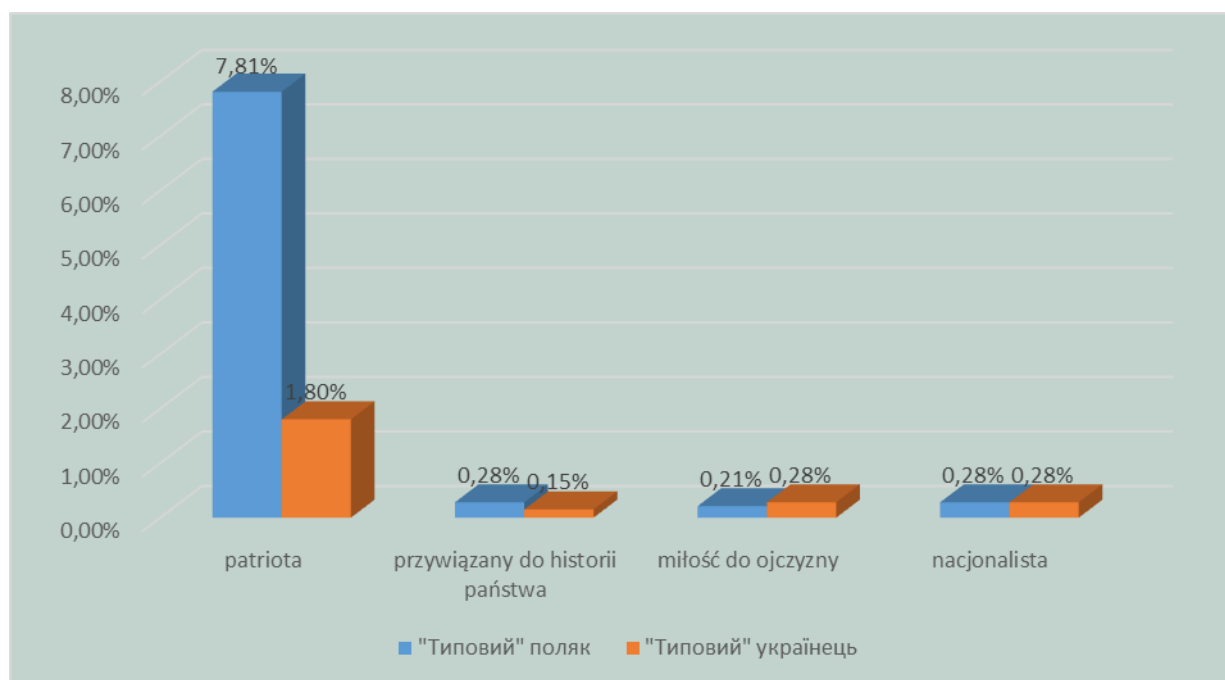
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «типового» поляка й українця у світлі суспільного аспекту (у відсотках)



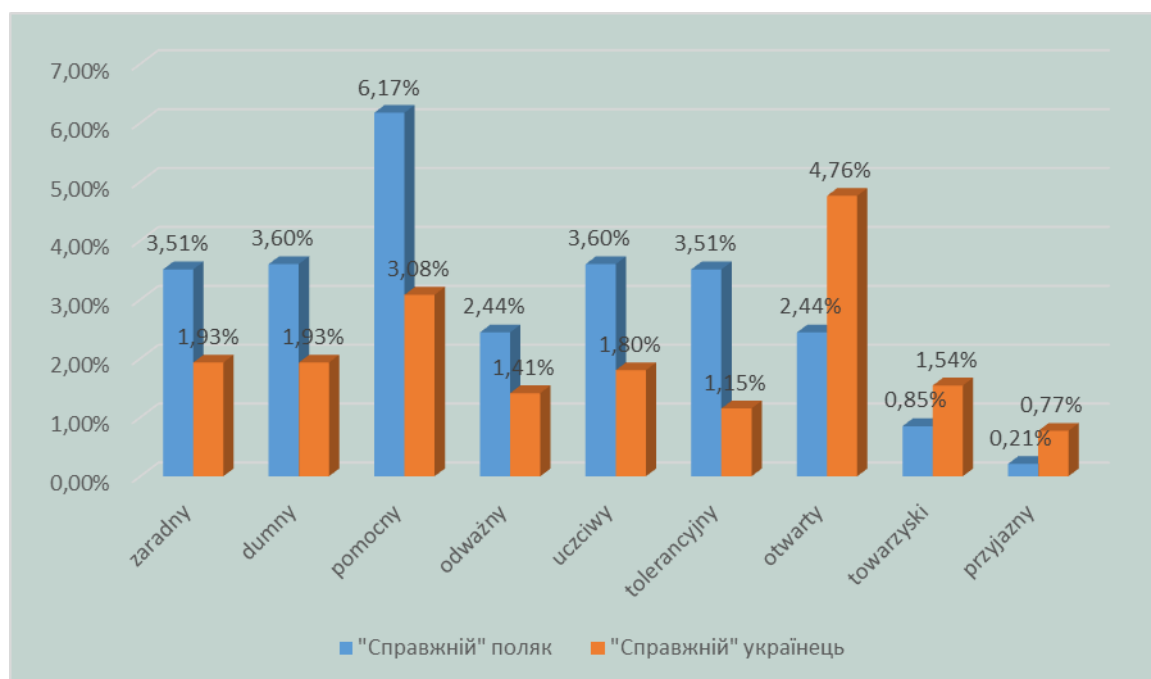
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «типового» поляка й українця у світлі політичного аспекту (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «справжнього» поляка й українця у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



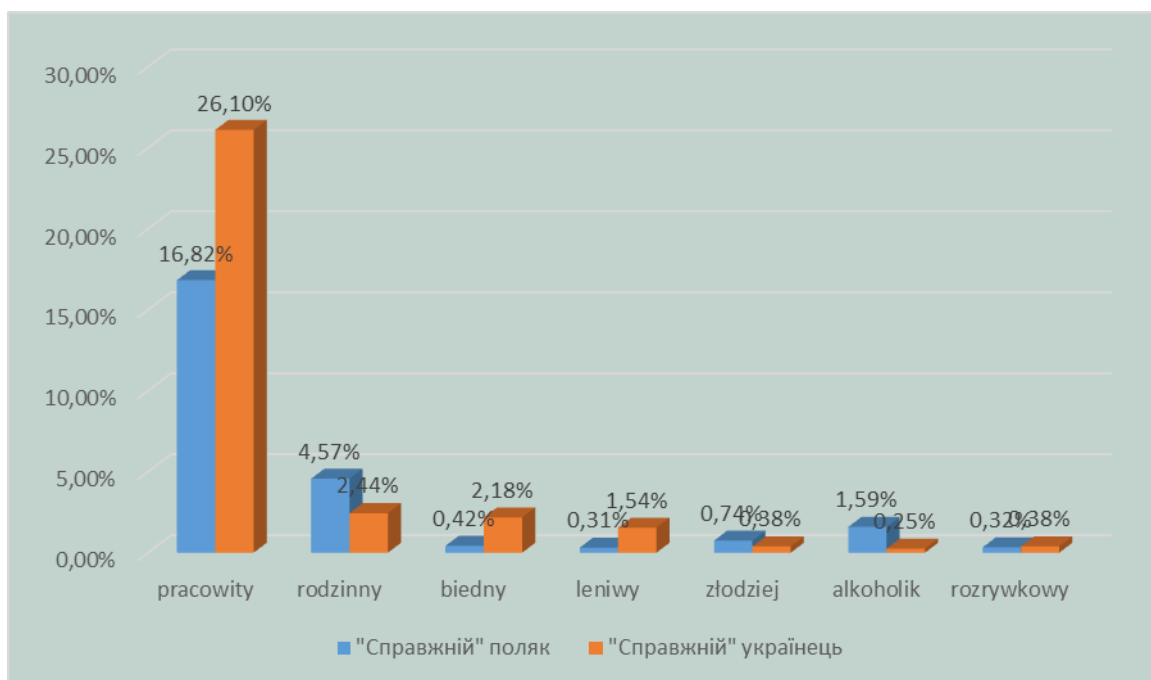
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

**Авто- і гетеростереотипні риси (із негативним забарвленням)
«справжнього» поляка й українця у світлі комунікативно-
психічного аспекту (у відсотках)**



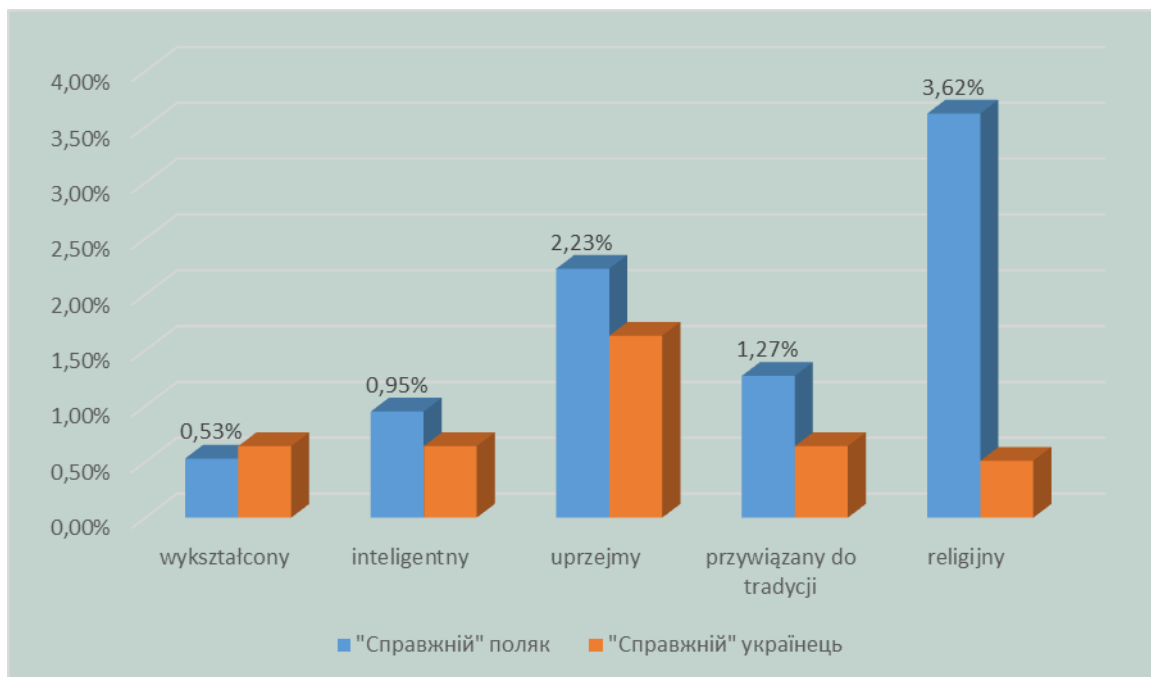
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

**Авто- і гетеростереотипні риси «справжнього» поляка й українця
у світлі суспільного аспекту (у відсотках)**



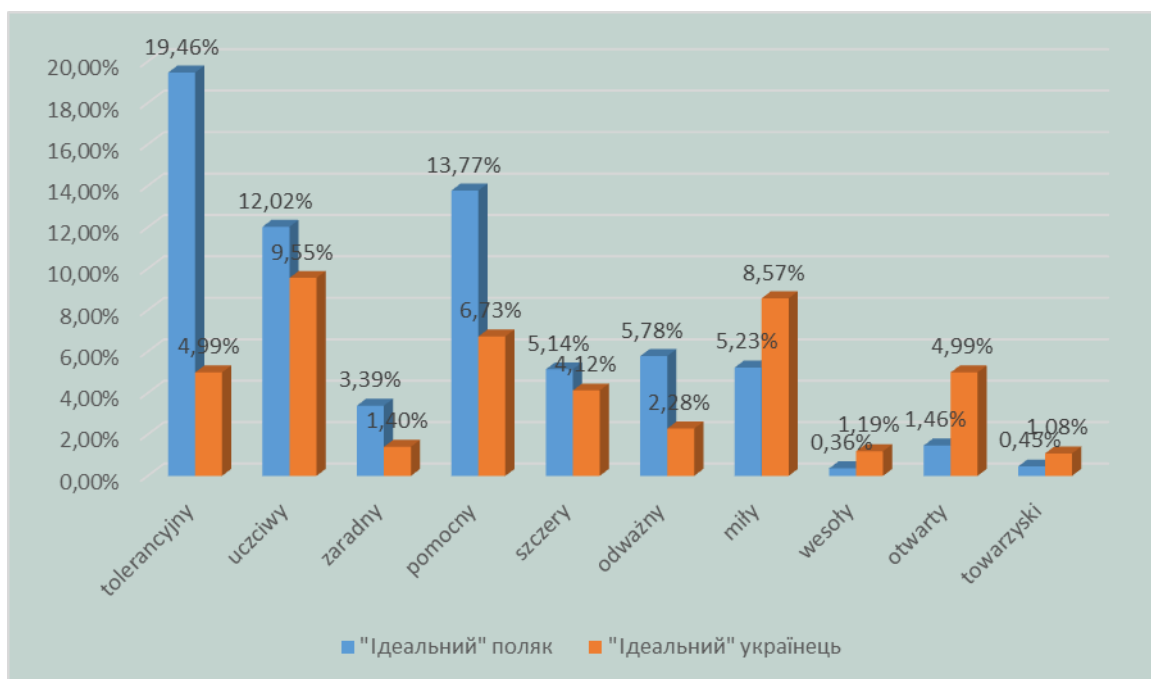
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «справжнього» поляка й українця у світлі культурного аспекту (у відсотках)



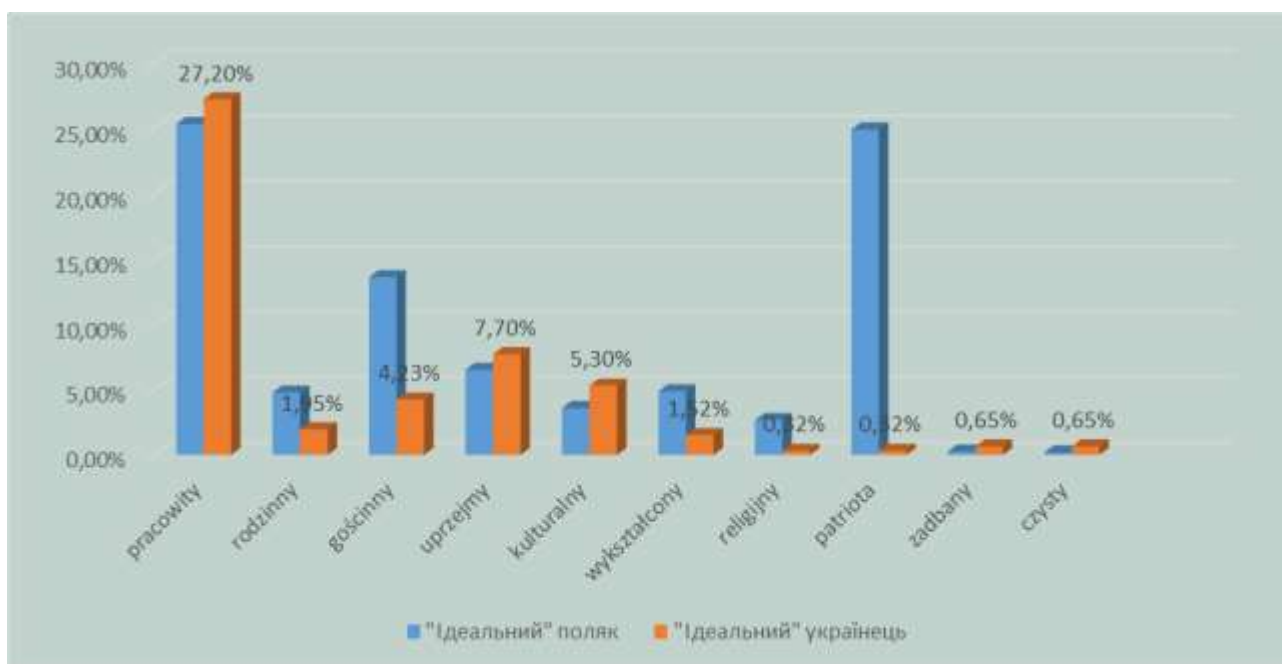
Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «ідеального» поляка й українця у світлі комунікативно-психічного аспекту (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

Авто- і гетеростереотипні риси «ідеального» поляка й українця у світлі суспільного, політичного, культурного аспектів і аспекту «зовнішній вигляд» (у відсотках)



Джерело: власне опрацювання на підставі даних з анкетування

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ***Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації:***

1. Дика (Филипець) О. Стереотипні риси сучасного українця у свідомості молодих поляків (на матеріалі анкетної когнітивної дефініції). *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті ак. Л. Булаховського: збірник наукових праць*. Київ, 2018. Вип. 33. С. 24–34.

2. Филипець О. Автостеретипні риси поляка в анекдотах (на матеріалі анкетування студентської молоді Польщі). *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. Запоріжжя, 2021. № 2. С. 134–142.

3. Филипець О. Способи категоризації етноніма поляк у «інтерпретаціях» студентів Сілезького університету. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2020. № 14. (1). С. 42–48.

4. Филипець О. Стереотип поляка в сучасній польській фразематиці (на основі анкетування студентів польських вишів). *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 2023. Т. 3. № 65. С. 181–188.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

5. Филипець О. Автостеретип поляка і гетеростеретип українця у середовищі торунських студентів. *Z bliska i z daleka. Język polski w badaniach językoznawców lwowskich i toruńskich* / Pod red. M. Gębki-Wolak, A. Krawczuk, Toruń, 2019. S. 217–234.

6. Филипець О. Етностеретипні уявлення про поляка та українця серед студентів Жешівського університету (крізь призму асоціацій із предметами). *Zeszyt Naukowy Prac Ukrainoznawczych*. 2019. № 3. S. 155–165.

7. Филипець О. «Типовий» і «справжній» українець у мовній свідомості студентів Ягеллонського університету. *Полоністика у світлі традицій і*

викликів сучасності. Збірник праць з нагоди п'ятнадцятиліття кафедри польської філології Львівського національного університету імені Івана Франка / За ред. І. Бундзи, А. Кравчук. Київ, 2021. С. 143–156.

8. Fyłypiec O. Jak studenci nazywają Ukraińca i Polaka (na materiale danych ankietowych z ośmiu polskich uniwersytetów). *Słowo. Studia językoznawcze*. Rzeszów, 2020. № 11. S. 93–108.

9. Fyłypiec O. Najnowszy stereotyp Ukraińca w środowisku studentów poznańskich i lubelskich. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza*. Poznań, 2020. T. 27. №1. S. 45–60.

10. Fyłypiec O. Stereotypowe cechy «wzorcowego» Polaka i Ukraińca w kręgu wartości współczesnej młodzieży w Polsce. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio N, Educatio Nova*. Lublin, 2021. T. 6. №1. S. 425–445.

11. Fyłypiec O. Współczesny stereotyp Polaka i Ukraińca: wizja studentów łódzkich (na podstawie badań ankietowych). *Acta Universitatis Lodzensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. Łódź, 2020. № 27. S. 111–131.

Відомості про апробацію результатів дисертації:

1. XVI Всеукраїнська наукова конференція молодих філологів «Vivat academia» (Львів, 20 квітня 2018 р., усна доповідь);

2. XXVI Міжнародний славістичний колоквиум, присвячений пам'яті слов'янських просвітників святих Кирила і Мефодія (Львів, 17–18 травня 2018 р., усна доповідь);

3. XVII Всеукраїнська наукова конференція молодих філологів «Vivat academia» (Львів, 19 квітня 2019 р., усна доповідь);

4. Етнолінгвістичний семінар в Закладі текстології і граматики сучасної польської мови Інституту польської філології Університету імені Марії Кюрі-Скłodовської в Любліні під керівництвом проф. Є. Бартмінського (3 червня 2019 р., усна доповідь);

5. XXVII Міжнародний славістичний колоквиум, присвячений пам'яті слов'янських просвітників святих Кирила і Мефодія (Львів, 16–18 травня 2019 р., усна доповідь);

6. Міжнародна наукова конференція «Полоністика у світлі традицій і викликів сучасності» (Львів, 4–6 жовтня 2019 р., усна доповідь);

7. Звітна конференція кафедри польської філології (Львів, 3 лютого 2020 р., усна доповідь);

8. XVIII Всеукраїнська наукова конференція молодих філологів «Vivat academia» (Львів, 20 квітня 2020 р., усна доповідь);

9. XXVIII Міжнародний славістичний колоквиум, присвячений пам'яті слов'янських просвітників святих Кирила і Мефодія (Львів, 14–15 травня 2020 р., усна доповідь);

10. Всеукраїнська конференція «Мова. Література. Реальність» на базі КНУ імені Т. Шевченка (Київ (онлайн), 28–30 жовтня 2020 р., усна доповідь);

11. Звітна конференція кафедри польської філології (Львів, 5 лютого 2021 р., усна доповідь);

12. Міжнародний конгрес польської мови і культури (Щецин (онлайн), 22–24 вересня 2021 р., усна доповідь);

13. Міжнародна наукова конференція «Wartości w językowym obrazie świata Polaków i Litwinów III. Przeszłość i Współczesność w języku i kulturze» (Вільнюс–Люблін (онлайн), 04 жовтня 2021 р., усна доповідь);

14. VII Світовий Конгрес полоністів (Вроцлав (онлайн), 22 жовтня 2021 р., усна доповідь);

15. Звітна конференція кафедри польської філології (Львів, 2 лютого 2024 р., усна доповідь);

16. Міжнародна наукова конференція «Сучасні виклики у викладанні українцям польської мови, літератури і культури» (Львів, 19–20 квітня 2024 р., усна доповідь).