

ASPECTO AXIOLÓGICO DOS ETNOSSÍMBOLOS MODERNOS DO ALEMÃO NO ENSINO DA LÍNGUA ALEMÃ

ASPECTO AXIOLÓGICO DE LOS ETNOSIMBOLOS ALEMANES MODERNOS EN LA ENSEÑANZA DEL LENGUAJE ALEMÁN

AXIOLOGICAL ASPECT OF MODERN GERMAN ETHNOSYMBOLS IN TEACHING GERMAN LANGUAGE

Nataliya YASHCHYK¹
Olga TSARYK²
Mariana SOKOL³
Olha LADYKA⁴
Liudmyla PASYK⁵
Larysa RYS⁶
Lilia SHTOKHMAN⁷

RESUMO: A partir da abordagem axiológica, constatou-se que as orientações ético-morais da sociedade alemã foram internalizadas nas mentes das etnias e verbalizadas pelos etnossímbolos. Um etnossímbolo é um signo linguístico convencional motivado com múltiplos significados que incorpora conceitos culturais significativos. As razões para a formação dos etnossímbolos são a especificidade e a duração dos contatos interétnicos, as condições sociais, políticas e econômicas para o desenvolvimento dos grupos étnicos. A estrutura semântica do etnossímbolo é formada com base nas relações associativas nacionais comumente usadas em um determinado sistema de acordos sociolinguísticos. O objetivo do artigo é estabelecer os dominantes de valor da cultura alemã com base na análise dos símbolos étnicos como componentes importantes da imagem linguística do mundo. O significado simbólico como um repensar associativo dos significados diretos e figurativos da palavra envolve levar em consideração a função social e as

¹ Universidade Pedagógica Nacional de Ternopil Volodymyr Hnatiuk (TNPU), Ternopil – Ucrânia. Professora Associada do Departamento de Filologia Alemã e Métodos de Ensino da Língua Alemã. Doutorado em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7997-2483>. E-mail: yashchyk@tnpu.edu.us

² Universidade Nacional da Ucrânia Ocidental (WUNU), Ternopil – Ucrânia. Professora do Departamento de Línguas Estrangeiras e Tecnologias da Informação-Comunicação. Doutora em Ciências Pedagógicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0169-7009>. E-mail: sokol@tnpu.edu.us

³ Universidade Pedagógica Nacional de Ternopil Volodymyr Hnatiuk (TNPU), Ternopil – Ucrânia. Professora do Departamento de Filologia Românico-Alemanha. Doutora em Ciências Pedagógicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3876-026X>. E-mail: olha.ladyka@tnpu.edu.us

⁴ Universidade Pedagógica Nacional de Ternopil Volodymyr Hnatiuk (TNPU), Ternopil – Ucrânia. Professora do Departamento de Filologia Inglesa e Métodos de Ensino da Língua Inglesa. Doutorado em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1844-1739>. E-mail: tsaryk@znu.edu.us

⁵ Universidade Nacional Lesya Ukrainka Volyn (VNU), Lutsk – Ucrânia. Professora Assistente do Departamento de Filologia Alemã. Doutorado em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8635-5168>. E-mail: volyn@znu.edu.us

⁶ Universidade Nacional Lesya Ukrainka Volyn (VNU), Lutsk – Ucrânia. Professora Assistente do Departamento de Filologia Alemã. Doutorado em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0775-9629>. E-mail: rys@znu.edu.us

⁷ Universidade Nacional da Ucrânia Ocidental (WUNU), Ternopil – Ucrânia. Professora do Departamento de Línguas Estrangeiras e Tecnologias da Informação-Comunicação. Doutorado em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8887-8015>. E-mail: shtokhman@znu.edu.us

especificidades etnoculturais do objeto denotado. As associações verbais nacionais são um pré-requisito para a formação da semântica simbólica da palavra, mas o envolvimento apenas de métodos linguísticos não fornece um estudo completo e abrangente. A conexão entre a linguagem e a consciência da linguagem pode ser explorada por meio de um experimento associativo. Os resultados de tal experimento tornam possível não apenas estabelecer as características da memória verbal, léxico mental, estereótipos culturais, mas também refletir as especificidades da visão de mundo da comunidade linguística. A maioria dos símbolos étnicos alemães objetiva conceitos como ordem, pontualidade, pureza, diligência, economia. O conjunto dos dominantes de valor cria um certo tipo de cultura que foi mantida na língua e é transferida de geração em geração.

PALAVRAS-CHAVE: Etnossímbolo. Classificação axiológica. Experimento associativo. Experimento linguocultural.

RESUMEN: *Partiendo del enfoque axiológico, se ha establecido que las orientaciones ético-morales de la sociedad alemana han sido internalizadas en la mente de las etnias y verbalizadas por los etnosímbolos. Un etnosímbolo es un signo lingüístico convencional motivado con múltiples significados que encarna importantes conceptos culturales significativos. Las razones de la formación de etnosímbolos son la especificidad y duración de los contactos interétnicos, las condiciones sociales, políticas y económicas para el desarrollo de los grupos étnicos. La estructura semántica del etnosímbolo se forma sobre la base de relaciones asociativas nacionales comúnmente utilizadas en un sistema sociolingüístico particular de acuerdos. El objetivo del artículo es establecer los valores dominantes de la cultura alemana sobre la base del análisis de los símbolos étnicos como componentes importantes de la imagen lingüística del mundo. El significado simbólico como un replanteamiento asociativo de los significados directos y figurativos de la palabra implica tener en cuenta la función social y las especificidades etnoculturales del objeto denotado. Las asociaciones verbales nacionales son un requisito previo para la formación de la semántica simbólica de la palabra, pero la participación de solo métodos lingüísticos no proporciona un estudio completo y completo. La conexión entre el lenguaje y la conciencia del lenguaje se puede explorar mediante un experimento asociativo. Los resultados de tal experimento hacen posible no solo establecer las características de la memoria verbal, el léxico mental, los estereotipos culturales, sino también reflejar los detalles de la cosmovisión de la comunidad lingüística. La mayoría de los símbolos étnicos alemanes objetivan conceptos como orden, puntualidad, pureza, diligencia, ahorro. El conjunto de valores dominantes crea un cierto tipo de cultura que se ha mantenido en la lengua y se transmite de generación en generación.*

PALABRAS CLAVE: Etnosímbolo. Clasificación axiológica. Experimento asociativo. Experimento linguocultural.

ABSTRACT: *Based on the axiological approach, it has been established that the moral-ethical orientations of the German society have been internalized in the minds of the ethnos and verbalized by the ethnosymbols. An ethnosymbol is a motivated, conventional linguistic sign with multiple meaning that embodies important cultural meaningful concepts. The reasons for the formation of ethnosymbols are the specificity and duration of interethnic contacts, social, political and economic conditions for the development of ethnic groups. The semantic structure of the ethnosymbol is formed on the basis of national associative relationships commonly used in a particular sociolinguistic system of agreements. The aim of the article is to establish the*

value dominants of German culture on the basis of the analysis of ethnic symbols as important components of the linguistic picture of the world. Symbolic meaning as an associative rethinking of the direct and figurative meanings of the word involves considering the social function and ethnocultural specifics of the denoted object. National verbal associations are a prerequisite for the formation of symbolic semantics of the word, but the involvement of only linguistic methods does not provide a thorough and comprehensive study. The connection between language and language consciousness can be explored through an associative experiment. The results of such an experiment make it possible not only to establish the features of verbal memory, mental lexicon, cultural stereotypes, but also to reflect the specifics of the worldview of the language community. Most German ethnic symbols objectify such concepts as order, punctuality, purity, diligence, thrift. The set of the value dominants creates a certain type of the culture that has been maintained in the language and is transferred from generation to generation.

KEYWORDS: *Ethnosymbol. Axiological classification. Associative experiment. Linguocultural experiment.*

Declaração do problema em geral

O nível moderno de desenvolvimento da linguística envolve o uso de uma abordagem interdisciplinar para o estudo das unidades linguísticas que refletem a conexão entre língua, cultura e sociedade. Tais unidades linguísticas incluem palavras-símbolo que conectam simultaneamente três dimensões: cultura, consciência nacional e linguagem. A palavra-símbolo possui propriedades fonéticas, semânticas e gramaticais do signo linguístico, mas é caracterizada por semânticas adicionais, que esclarecem as peculiaridades etnomais da sociedade linguística.

Símbolo representa outro objeto com base em certos arranjos ou associações; é um objeto material que é usado para denotar um fenômeno abstrato. A palavra “símbolo” é um dos conceitos mais significativos e frequentemente usados da ciência. O estudo da etimologia da palavra “símbolo” foi realizado em diferentes períodos históricos por linguistas de vários países: Creuzer (1973), Schlesinger (1967), Müri (1931), Kroll (1919), Hülst (1999) e outras.

Por causa do estudo de definição do símbolo nos dicionários de alemão, ucraniano, inglês e russo, verificou-se que, na maioria dos casos, o símbolo é:

1) um signo (um objeto ou uma ação) com um conteúdo profundo e significativo; um signo figurativo para uma certa noção ou processo, que nem sempre tem uma ligação visível e distinta com o fenômeno que denota (por exemplo, flor azul como símbolo de romance); algo que é uma imagem para um conceito abstrato particular;

2) uma letra, sinal ou figura representando um determinado número, um elemento químico, um processo;

3) Reconhecimento cristão do batismo e símbolo da fé (DORNSEIF, 1965, p. 105; DUDEN, 1999, p. 965; WAHRIG, 1986, p. 1255; WEHRLE, 1967, p. 500).

Cada comunidade etnocultural tem seus próprios símbolos, que é aconselhável chamar de etnossímbolos. O termo “*ethnos*” tem sido usado para denotar a comunidade de pessoas que falam a mesma língua, possuem características mentais típicas e são unidas por ideias comuns sobre sua história, cultura, tradições. A característica dominante do *ethnos* é a autoconsciência étnica: “o reconhecimento pelos membros do *ethnos* de sua unidade de grupo e diferença de outras formações semelhantes” (MUSTAYOKI, 1995, p. 10, tradução nossa).

Neste trabalho científico, os etnossímbolos foram considerados como complexos associativos, fixados na mente das pessoas, existindo no significado linguístico da palavra na forma de uma “aura simbólica”: um complexo de semas estereotipados culturais. Os estereótipos culturais são “...uma imagem ordenada, mais ou menos consistente do mundo, à qual nossos hábitos, nossos gostos, nossas capacidades, nossos confortos e nossas esperanças se ajustaram. Podem não ser um retrato completo do mundo, mas são um retrato de um mundo possível ao qual estamos adaptados” (LIPPMANN, 1922, p. 63, tradução nossa).

É necessário distinguir entre heteroestereótipos – crenças padrão de pessoas pertencentes a um determinado grupo étnico sobre outros grupos étnicos, e autoestereótipos – os estereótipos de um grupo étnico sobre si mesmos. A atualização dos etnossímbolos se dá com a participação de autoestereótipos e o conhecimento prévio dos falantes sobre os valores de sua cultura. Assim, esse grupo de etnossímbolos são unidades de linguagem que refletem a etnoimagem contemporânea do mundo da sociedade. A semântica desse tipo de etnossímbolo foi determinada pelas esferas cultural, econômica, social e política da vida da nação.

A metodologia da pesquisa

A fim de estabelecer um grupo de etnossímbolos, foi realizada uma pesquisa com entrevistados alemães, baseada em um experimento associativo. O termo “experiência associativa” é considerado como um método de investigação da motivação da personalidade, o método que se concentra para determinar pela pessoa as associações que foram formadas com base em sua experiência anterior. Em linguística, esse método tem sido usado para investigar a estrutura associativa da consciência da personalidade e da consciência étnica, explorando

reações linguísticas em estímulos de palavras ou frases: “conexões temporárias reflexivas de sensações, imagens, conceitos e suas designações no léxico mental de falantes nativos”.

A novidade desta pesquisa é que um experimento complexo foi utilizado. Em primeiro lugar, os inquiridos tiveram de citar 15 palavras que, na sua opinião, têm um significado simbólico para a Alemanha (*Nennen Sie 15 Wörter, die Ihrer Meinung nach eine symbolische Bedeutung für Deutschland haben*). A segunda etapa foi escrever 5 associações para cada símbolo na ordem em que aparecem em sua cabeça (*Schreiben Sie zu jedem Wort 5 Assoziationen, in einer solchen Reihenfolge, wie sie in Ihrem Kopf entstehen*). Assim, os respondentes determinaram as palavras-estímulos por si mesmos e deram reações associativas a eles.

Este método de estudar símbolos foi usado pela primeira vez. Neste contexto deve ser mencionado o trabalho de Fleischer (1996) “Weltbildgesteuerte Wirklichkeitskonstruktion”, no qual são apresentados os resultados da análise comparativa dos símbolos alemães e poloneses. O linguista também utilizou um experimento associativo para coletar símbolos, mas esta pesquisa se baseou na determinação de conceitos importantes para os falantes de dois países, pois o objeto era a conotação das palavras, e não seu significado simbólico.

Isso é evidenciado pela forma do experimento: os informantes tiveram que escrever palavras e expressões positivas e negativas, que, em sua opinião, são importantes para o país; avaliá-los numa escala de +100 (palavra muito positiva) e – 100 (palavra muito negativa); determinar a importância dessas palavras para as pessoas de cada país e citar 5 palavras ou conceitos que caracterizam esses valores (FLEISCHER, 1996, p. 71). Portanto, o estudo em questão não é idêntico, a diferença não está apenas na forma de realização, mas também nos resultados obtidos.

Durante o experimento, 150 entrevistados (67 homens e 83 mulheres) de diferentes cidades da Alemanha com idades entre 18 e 72 anos foram questionados. Entre os entrevistados estavam estudantes (40%), professores (11%), alunos (9%) e representantes de diversas especialidades (funcionários, engenheiros elétricos, engenheiros, pilotos, assistentes sociais, economistas, médicos, taxistas, cientistas), temporariamente desempregados e pensionistas (3%). O experimento foi conduzido por escrito, internamente e à revelia, usando recursos de e-mail.

Por causa do experimento, 430 etnossímbolos da Alemanha foram identificados: Berlim (61), Bier (52), Fußball (42), Autos (38), Mauer (32), Oktoberfest (26), Bayern (24), Adolf Hitler (22), Ordnung (20), Pünktlichkeit (20). Na tabela abaixo, fornecemos os 50 etnossímbolos dominantes.

Tabela 1 – Os etnossímbolos alemães dominantes de acordo com os resultados da pesquisa

Nº	Símbolos	Quantidade de fixações	Nº	Símbolos	Quantidade de fixações
1.	Berlin	61	26.	Bratwurst	12
2.	Bier	52	27.	Geschichte	12
3.	Fußball	42	28.	Krieg	12
4.	Autos	38	29.	Wald	12
5.	Mauer	32	30.	Einheit	11
6.	Oktoberfest	26	31.	Nationalflagge	11
7.	Bayern	24	32.	Volkswagen	11
8.	Adolf Hitler	22	33.	Essen	10
9.	Ordnung	20	34.	Alpen	10
10.	Pünktlichkeit	20	35.	Arbeitslosigkeit	10
11.	Goethe	19	36.	Brandenburger Tor	10
12.	Bildung	17	37.	Holocaust	10
13.	Adler	17	38.	Rhein	10
14.	Angela Merkel	17	39.	Schiller	10
15.	schwarz-rot-gold	16	40.	WM	10
16.	Autobahn	14	41.	Europa	9
17.	DDR	14	42.	Sport	9
18.	Demokratie	14	43.	Föderalismus	8
19.	Mauerfall	14	44.	Kölner Dom	8
20.	Sauerkraut	14	45.	Kultur	8
21.	Wiedervereinigung	14	46.	Sauberkeit	8
22.	Wirtschaft	14	47.	Reichstag	7
23.	Zweiter Weltkrieg	13	48.	Fleiß	7
24.	Bürokratie	13	49.	Helmut Kohl	7
25.	Nationalsozialismus	13	50.	Martin Luther	7

Fonte: Elaborado pelas autoras

Resultados e discussão

O grupo axiológico de símbolos reflete as peculiaridades da consciência étnica dos falantes, suas visões sobre valores morais e normas de comportamento na sociedade: bem, mal, consciência, engano etc. aquele ideal moral, cuja busca é a justificação moral de sua vida – um ideal pelo qual vale a pena viver e morrer (VESELOVSKY, 1979, p. 39).

Die Ordnung

Die Ordnung ('ordem' em português) é etnossímbolo que indica as características mais típicas da mentalidade alemã. Este lexema tem diferentes significados semânticos:

1. durch Ordnen hergestellter Zustand – 'condição criada pelo arranjo';
2. geordnete Lebensweise – 'um modo de vida ordeiro';
3. Gesellschaftsordnung, Gesetz – "ordem social, lei";

4. Art und Weise, wie etwas geordnet, geregelt ist – “o modo como algo é organizado, regulado” (DUDEN, 1999).

Para os entrevistados alemães, o mais relevante é a segunda definição desta palavra, porque *die Ordnung* se associa a:

a. um modo de vida ordenado: Pünktlichkeit, Sauberkeit, Exaktheit, Zuverlässigkeit, Tugend, Klarheit, unentspannt, Steifheit, Übertriebenheit, Selbstkontrolle. Este grupo é complementado por uma série de adjetivos: fleißig, korrekt, zurückhaltend, pingelig, gründlich, akkurat, zwanghaft; expressões relacionadas com a ordem: «Ordnung muss sein», «Ordnung ist das halbe Leben», «einen Ordnungsfimmel haben», Ordnungswahn.

b. fatores sociais e legais, que garantem a ordem na sociedade: Preußen, Gesetze, Polizei, Uniform, Verwaltung, Staat, Kehrwoche, Bürgersteig fegen, Garten pflegen, aufgeräumte Straßen, Dosenpfand, Verhalten, Planung, Mülltrennung.

Reações associativas a este símbolo mundial indicam a propensão dos alemães ao pedantismo e à precisão: Akribie, Pedanterie, jede Kleinigkeit, Pünktlichkeit, Qualität, fehlerfrei. Com base em associações com o símbolo *die Ordnung*, podemos definir:

c. o surgimento de perfeccionistas: Glatte Frisur, Anzug, Armbanduhr, grau, em português – ‘penteado liso, terno, relógio, cinza’;

d. suas demandas para si mesmos e aqueles ao redor: hohe Ansprüche an sich, an Produkte, an Arbeit, an andere, em português – ‘altos padrões para si, produtos, trabalho, outras pessoas’;

e. seu credo típico: «das Beste ist nicht gut genug» em português – ‘o melhor não é bom o suficiente’.

O significado simbólico desta palavra é confirmado pela existência de mais de 300 composições com *Ordnung*: Ordnungsfaktor, -fanatiker, -gesetz, -konzept, -liebe, -macht, -merkmal, -polizei, -amt, and Tages-, Kirchen-, Betriebs-, Haus-, Straßenverkehrs-, Weltordnung-, etc., the phrases: für Ordnung sorgen, Ordnung machen, in Ordnung bringen, Ordnung halten, in Ordnung sein, alles in Ordnung. O etnossímbolo *die Ordnung* é o ideal de valores morais dos alemães:

Das Ideal, das den Raum und die Zeit bestimmt, ist die Ordnung

Em português – ‘O ideal que determina o espaço e o tempo é a ordem’

O etnossímbolo *die Ordnung* conecta um humano – família – estado – mundo:

Ist die eigene Person in Ordnung, so kommt die Familie in Ordnung; ist die Familie in Ordnung, so kommt der Staat in Ordnung; ist der Staat in Ordnung, so kommt die Welt in Ordnung.

Em português – ‘Se a pessoa está em ordem, então a família está em ordem; se a família está em ordem, então o estado está em ordem; Se o estado estiver em ordem, o mundo ficará bem’.

No entanto, a ordem pode ter uma conotação negativa, no sentido de uma atitude excessivamente pedante em relação às coisas. O representante dessa semântica é o etnossímbolo *der Spießher* (‘filisteu’) denota homem conservador, pedante, exigente que está constantemente descontente com alguma coisa. A formação do significado simbólico do conceito especificado tem uma longa história. O lexema *der Spießher* surgiu na Idade Média e significava a guarda da cidade com uma lança nas mãos (*der Spieß* – lança). Com o advento das armas de fogo, a palavra recebeu conotação negativa e indicava conservadorismo e estreiteza de pessoas que continuavam a usar lanças. Posteriormente, as palavras *der Spießher* e *spießig* começaram a denotar pessoas arrogantes e egoístas que rejeitam inovações apenas porque acham difícil se acostumar com elas. Outro lexema que verbaliza a ordem pelo lado negativo é o pastor. O lexema *der Schäferhund* (‘pastor’) indica uma raça de cães criada na Alemanha. Antes da Primeira Guerra Mundial, um pastor era um símbolo de confiabilidade e lealdade. O lexema ganhou semântica negativa quando os nacional-socialistas chegaram ao poder e *der Schäferhund* tornou-se o assunto de sua propaganda: os pastores alemães costumavam guardar campos de concentração para simbolizar a ordem baseada na violência e no terror. No período pós-guerra, os pastores alemães ajudaram a polícia e as forças armadas. A partir de 68 os pastores alemães passaram a associar-se à ordem e à lei (WINTER, 2009, p. 165-168).

Die Pünktlichkeit

A outro etnossímbolo ético-moral significativo é *die Pünktlichkeit* (‘pontualidade’ em português). O significado simbólico desta palavra na língua alemã é expresso pelas frases: *5 Minuten vor der Zeit ist des Deutschen Pünktlichkeit!*, «*Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige*», e também os provérbios: *Wer versäumt, der löffelt Wasser*; *Man soll das Eisen schmieden, solange es heiß ist*; *Wer nicht kommt zur rechten Zeit, der muss nehmen, was übrig bleibt*.

Os alemães entrevistados combinam pontualidade com Disziplin, Ordnung, Exaktheit, and refer it to the main human values: Tugend, Charakter, Weltbild, Respekt, Werte, em português – ‘virtude, caráter, visão de mundo, respeito, valores’.

Ordem total e pontualidade às vezes causam uma atitude negativa: nervig, überflüssig, nicht immer leistbar, von Älteren erwartet, em português – ‘chato, supérfluo, nem sempre acessível, esperado por pessoas mais velhas’.

Mas a maioria dos entrevistados acredita que não são apenas as regras de polidez, mas a necessidade: notwendig, genau, verlässlich, korrekt, wichtig, praktisch, em português – ‘necessário, preciso, confiável, correto, importante, prático’.

As palavras que descrevem o sistema de transporte alemão formam um grupo associativo separado: deutsche Bahn, Verspätung, Fahrpläne, Stau, em português – ‘trem alemão, atraso, horário, engarrafamento’.

Este grupo também inclui expressões como um jeden Preis, Kaffee trinken, akademisches Viertel ('a todo custo, tomando café, trimestre acadêmico'). A frase akademisches Viertel é uma forma curta de akademisches Viertelstündchen ('quarto de hora acadêmico'). Era popular entre os alunos e retrata o tempo permitido de 15 minutos de atraso, e passou a ser usado por todos os grupos sociais. No entanto, as associações mais frequentes com a palavra-símbolo *die Pünktlichkeit* estão ligadas ao tempo e aos encontros: Termin, Uhr, Arbeit, Zeit, Date, immer auf die Uhr gucken, em português – ‘Appointment, clock, work, time, date, always watch the clock’.

Os entrevistados também associam pontualidade com eingeplant sein, keine Spontaneität, Problem für Ausländer, deutsche Mentalität, Terminkalender. O planejamento das reuniões e o cumprimento das regras de sua condução são tão típicos dos alemães que existem vários sinônimos para expressar diferentes tipos de arranjos: Besprechung, Date, Meeting, Sitzung, Treffen, Zusammenkunft.

Die Sauberkeit

O terceiro lugar entre os símbolos, que refletem as peculiaridades do comportamento etnocultural dos alemães, é ocupado pelo etnossímbolo *die Sauberkeit* (“limpeza”). O campo associativo deste símbolo contém as palavras relacionadas com arrumação e limpeza:

a. o grupo de substantivos (Müllabfuhr, Hygiene, Stadtreinigung, Schönheit, große Wäsche, Räum- und Streudienst, Grünanlagen, em português – ‘Descarte de lixo, higiene, limpeza urbana, beleza, grande lavagem, limpeza e serviço de lixo, áreas verdes’);

b. o grupo de adjetivos (blendend weiß, frisch, gut organisiert, weiß, durchsichtig, schick, em português – ‘branco deslumbrante, fresco, bem-organizado, branco, transparente, chique’);

c. o grupo de verbos (waschen, fegen, blinken, em português – ‘lavar, limpar, piscar’).

Entre as associações existem duas com significado oposto *Schmutzfink* (*sloven*) e *Putzteufel* (*neatnik*), *Putzfimmel*, que indicam aspiração excessiva à limpeza.

Na língua alemã, o lexema *sauber* ('limpo') é usado não apenas para indicar limpeza externa, mas também para caracterizar uma pessoa: *anständig*, *tüchtig* ('decente, eficiente'), é por isso que existem compositores como *Sauberkeitserziehung*, *Sauberkeitsdressur*, *Sauberkeitsfimmel*, *Sauberkeitswahn*. Na gíria juvenil a palavra *sauber* tem um significado especial, pois indica uma pessoa, que não usa drogas.

Der Fleiß

A palavra *der Fleiß* ('diligência') é simbólica para os entrevistados alemães e caracteriza os alemães como uma nação trabalhadora:

Arbeit, Ordnung, Pünktlichkeit, Disziplin, Wertarbeit, Nachkriegsgeneration weltbekannt, em português – ‘trabalho, ordem, pontualidade, disciplina, habilidade, geração pós-guerra mundialmente famosa’.

O significado etimológico é derivado dos antigos alemães ahd. *flīz* and meant: Kampf, Streit, körperliche Anstrengung, geistige Anspannung, Übereifer (em português – ‘Luta, briga, atividade física, estresse mental, excesso’) (KLUGE, 2002, p. 220; PAUL, 2002, p. 336).

O significado simbólico do lexema foi obtido no pós-guerra e no período do chamado “milagre econômico”, pois o rápido desenvolvimento da economia está ligado à diligência e trabalho dos alemães: *Fleissige Hand baut Leut und Land* ('Mão trabalhadora constrói pessoas e terras'). Antes desse período, os lexemas *der Fleiß* e *fleißig* denotavam pessoas aptas. E na interpretação da ética cristã a diligência é uma das principais virtudes de uma pessoa que luta pelo desenvolvimento espiritual.

A dominação dos valores materiais na sociedade levou à transformação do significado da palavra *der Fleiß*, que simboliza riqueza e bem-estar: *sein Fleiß trug Früchte* ('sua diligência

deu frutos'); Die fleißige Hand macht reich ('A mão diligente te enriquece'); Mühe und Fleiß erhalten den Prei ('Esforço e diligência ganham o prêmio'); Die fleißige Spinne hat ein großes Gewebe ('A aranha trabalhadora tem uma grande teia'). Essa semântica simbólica das palavras der *Fleiß* existe hoje e é enriquecida com o significado adicional de sucesso e crescimento na carreira. As especificidades linguísticas dos símbolos descritos se manifestam no fato de que raramente se tornam derivados de novas palavras: Fleißarbeit, Fleißaufgabe, Fleißprüfung, Fleißkärtchen, mas é atualizado em vários idiomas. Em particular, no "Léxico de provérbios e citações", havia 15 provérbios fixados com a palavra der *Fleiß*: Ohne Fleiß kein Preis ('Sem dor sem ganho'), Fleiß bricht Eis ('A diligência quebra o gelo'), Der Jugend Fleiß, des Alters Ehre ('A diligência da juventude é a honra da velhice'), Fleiß bringt Brot, Faulheit Not ('A diligência traz o pão, a preguiça preocupação) e outros (BEIER, 2004, p. 319-320).

Sparsamkeit und Fleiß

A palavra der *Fleiß* é frequentemente usada com o lexema *die Sparsamkeit* ('economia') em provérbios alemães:

Sparsamkeit und Fleiß machen Häuser groß;

Fleiß ist des Glückes rechte Hand, Sparsamkeit die linke;

Fleiß und Sparsamkeit hilft auch durch schlechte Zeit.

A propensão dos alemães à economia se reflete no idioma em quase 300 composições com a palavra *Spar*: -lampe, -kasse, -büchse, -konto, mann, -strumpf, -heizung, -auto, -maßnahme, etc. No entanto, a sociedade alemã tenta não apenas economizar seu dinheiro, mas também economizar fontes naturais, é por isso que *die Sparsamkeit* está associado a Sparlampe, Atomkraftwerk, Strom- und Wasserzähler, Umweltverträglichkeit.

Os símbolos éticos-morais também incluem uma palavra-símbolo der *Geiz* ('avareza'), que indica a economia excessiva dos alemães. A avareza está associada ao dinheiro, à frugalidade e à política: Sparsamkeit, Geld, Sparkasse, Politik e com a palavra «ist geil». A última associação foi ligada ao slogan publicitário da cadeia alemã de lojas de eletrônicos "Saturn": "Geiz ist geil". Essa expressão tornou-se tema de discussões sobre a concentração dos compradores alemães no preço, e não na qualidade dos produtos. Esta tendência tem consequências negativas na economia do país, pois leva a uma deterioração da competitividade dos bens. Novas palavras surgiram na língua alemã: Geiz-ist-geil-Ware (produtos de má

qualidade) e Geiz-ist-geil-Mentalität (a propensão dos alemães à frugalidade excessiva) (WALDERMANN, 2007).

Os etnossímbolos ético-morais acumulam informações sobre os valores dominantes da mentalidade alemã, portanto, estudar suas especificidades simbólicas ajuda não apenas a especificar a semântica dos conceitos correspondentes, mas também a entender melhor a visão de mundo dos falantes nativos.

Die Schönheit

No etno-socium alemão die Schönheit (“beleza”) é simbolizada pelas palavras Schwarzwald, Adler, G. Schiller, Bayern, Rhein, Kölner Dom, Ostsee, Hamburg, Wald, blond, Belezas loiras alemãs de olhos azuis Claudia Schiffer, Heidi Klum. O etnossímbolo loiro, que pode ser considerado um componente do símbolo conceitual *die Schönheit*, denota não apenas a cor do cabelo, mas também é um símbolo do ideal de beleza e sexualidade: Haarfarbe, Ideal, Schönheit, Liebe, Sex, Klischee.

Conclusões e perspectivas para continuar estudando

A abordagem axiológica do estudo dos etnossímbolos confirmou a hipótese de que os valores morais, éticos e sociais da sociedade foram fixados pelas unidades linguísticas. O estudo das características semânticas lexicais das palavras-símbolos, seus campos associativos e pesquisas em língua-cultura alemã, chegou à conclusão de que o valor básico da sociedade étnica alemã é a Ordnung. Isso tem sido indicado não apenas pela estrutura sociopolítica do país, mas também pela base lexical e fraseológica da língua. Essa característica mental dos alemães foi formada há muito tempo e firmemente enraizada na consciência das próximas gerações. Com a mudança da situação política e o surgimento de novas esferas de vida na sociedade, a ordem ganhou uma nova expressão lexical. No Império Alemão a classe social mais alta era a militar, então a ordem foi expressa pelas palavras Pflicht, Disziplin e Pünktlichkeit. A expressão militärische Pünktlichkeit (“pontualidade militar”) ainda existe na língua alemã. Esses conceitos foram relevantes também durante o reinado dos nazistas. Após a Segunda Guerra Mundial, os lexemas Pflicht e Disziplin ganharam um significado negativo, pois indicavam obediência excessiva que pode levar a atos imorais. Com a industrialização da Alemanha surgiram novos lexemas Fleiß e Arbeitseifer. Eles denotam as principais características de um cidadão respeitável e simbolizam a ordem na esfera socioeconômica. A

Ordem nas relações monetárias tem sido chamada de Sparsamkeit, a ordem na esfera doméstica – Sauberkeit, atitude excessiva em relação à ordem – Spießertum.

A classificação axiológica dos etnossímbolos deu a oportunidade de determinar outros valores nacionais centrais da comunidade linguística alemã. A capacidade dos símbolos de atualizar os conceitos importantes da cultura indica que eles não são apenas unidades lexicais, mas também representantes de atitudes axiológicas da cultura. A perspectiva de estudar esse tema está em um estudo comparativo de símbolos étnicos de países em que a língua alemã tem status de Estado. No contexto do problema declarado, as relações sintáticas e epídigmáticas dos símbolos étnicos alemães, a influência dos meios de comunicação na formação da consciência simbólica merecem atenção.

REFERÊNCIAS

- BEIER, B. **Harenberg lexikon der sprichwörter & zitate**: mit 50000 Einträgen das umfassendste Werk in deutscher Sprache. [Harenberg Lexicon of Proverbs and Quotes: with 50000 entries the most comprehensive work in German]. Dortmund. Harenberg, 2004.
- CREUZER, F. **Symbolik und mythologie der alten völker, besonders der griechen**. [Symbolism and mythology of the ancient peoples, especially the Greeks]. Hildesheim: Olms, 1973.
- DORNSEIFF, F. **Der deutsche wortschatz nach sachgruppen** [The German vocabulary according to subject groups]. Berlin: Gruyter, 1965.
- DUDEN. **Das große wörterbuch der deutschen sprache**: in zehn bänden. Duden. Wien-Zürich: Dudenverlag, 1999.
- FLEISCHER, M. **Weltbildgesteuerte wirklichkeitskonstruktion (beiträge zum phänomen weltbild)** [Weltbild Controlled Reality Construction (Contributions to the Phenomenon Weltbild)]. München: Otto Sagner Verlag, 1996.
- HÜLST, D. **Symbol und soziologische symboltheorie**. [Symbol and sociological symbol theory.] Opladen: Leske Budrich, 1999.
- KLUGE, F. **Etymologisches wörterbuch der deutschen sprache** [Etymological dictionary of the German language] bearb. von Elmar Seebold. Berlin; New York: de Gruyter, 2002.
- KROLL, W. **Geschichte der klassischen philologie** [History of Classical Philology]. Berlin: de Gruyter, 1919.
- LIPPMANN, W. **Public opinion**. New York, NY: The Free Press, 1922.
- MÜRI, W. **Symbolon**: wort- und sachgeschichtliche Studie [Symbolon: Word and historical study]. Bern, 1931.

MUSTAYOKI A. O. **O lingvisticheskikh eksperimentah** [About linguistics experiments]. Moscow: IRYa RAN, 1995.

PAUL, H. **Deutsches wörterbuch**: bedeutungsgeschichte und aufbau unseres wortschatzes [German dictionary: history of meaning and structure of our vocabulary]. Tübingen: Niemeyer, 2002.

POTEBNYA, A. A. **O nekotorykh simbolakh v slavyanskoj narodnoj poezii** [About some symbols in the Slavic folk poetry]. Potebni, 1914.

PRYKHODKO, M. **Kontsepty i kontseptosystemy** [Concepts and concept systems]. Zaporizhzhya: Premyer, 2013.

SCHLESINGER, M. **Geschichte des symbols** [History of the symbol]. Hildesheim: Olms Verlag, 1967.

VESELOVSKY, A. N. **Mif i simbol** [Myth and symbol]. Russkii fol'klor: Voprosy teorii fol'klora [Russian folklore: Questions of folklore theory]. 1979. n. 19, p. 186-199.

WAHRIG, G. **Deutsches wörterbuch mit einem lexikon der deutschen sprachlehre** [German dictionary with a lexicon of German language teaching]. München: Bertelsmann, 1986.

WALDERMANN, A. **Werbeslogans**: geiz war geil geizistgeil der spiegel. 2007. Disponível em at: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/werbeslogans-geiz-war-geil-a-485489.html>. Acesso em: 10 dez. 2020.

WEHRLE, H.; EGGERS, E. **Deutscher wortschatz**: ein wegweiser zum treffenden ausdruck [German vocabulary: a guide to apt expression]. Stuttgart: Klett, 1967.

WINTER, A. **Dem deutschen volke** [For German people] München: DSZ-Verlag, 2009.

Como referenciar este artigo

YASHCHYK, N.; TSARYK, O.; SOKOL, M.; LADYKA, O.; PASYK, L.; RYS, L.; SHTOKHMAN, L. Aspecto axiológico dos etnossímbolos modernos do alemão no ensino da língua alemã. **Rev. EntreLínguas**, Araraquara, v. 7, n. esp. 3, e021063, set. 2021. e-ISSN: 2447-3529. DOI: <https://doi.org/10.29051/el.v7iesp.3.15734>

Submetido em: 10/01/2021

Revisões requeridas em: 20/03/2021

Aprovado em: 23/06/2021

Publicado em: 01/08/2021