

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра немецкого языка
и методики его преподавания

**Этническая ментальность немцев в аутостереотипах
(на материале немецких пословиц и поговорок)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
(БАКАЛАВРСКОЙ) РАБОТЫ**

студента (ки) 4 курса 421 группы

направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», профиль –
«Иностранный (английский) язык»

факультета иностранных языков и лингводидактики

Циммерман Евгении Ивановны

Научный руководитель
доцент каф. нем. языка и
метод. его преподавания
канд. филол. наук, доцент

дата, подпись

Е. В. Полянина

Заведующий кафедрой
канд. филол. наук, доцент

дата, подпись

Е. В. Полянина

Саратов - 2017

Введение

В настоящее время многие лингвисты, социологи, психологи, этнографы уделяют значительное внимание феномену восприятия одной культуры другой. Практическое значение этих исследований недооценить невозможно – сейчас XXI век, век сотрудничества наций и так называемой «глобализации». Но вековые традиции, разобщенность культур, своеобразие их понимания бытия и языковые различия – все эти факторы влияют на взаимоотношения между людьми разных культур и, следовательно, на эффективность их сотрудничества и взаимопонимания. В рамках языковых и культурных особенностей восприятия как другой, так и своей культуры рассматривается и понятие стереотипа.

Тема национально-культурной специфики является достаточно традиционной для исследований в области фразеологии. На протяжении многих лет в работах по фразеологии утверждалось, что фразеологические единицы представляют собой национально-специфические единицы языка, аккумулирующие культурный потенциал народа.

Во фразеологическом составе языка лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание. «Система образов», закрепленных во фразеологическом составе языка, так или иначе, связана с материальной, социальной или духовной культурой данной языковой общности, а потому может свидетельствовать о ее культурно-национальном опыте и традициях.

В рамках лингвокультуры национально-культурное своеобразие фразеологизмов выражается в упоминании тех или иных экстралингвистических реалий, характерных для данной культуры и принадлежащих к фоновым знаниям носителей языка.

Целью лингвокультурологического подхода к изучению фразеологии является изучение соотношения фразеологизмов и знаков культуры, а также актуализация значений системы эталонов, стереотипов, символов для описания культурно-национальной специфики фразеологической системы.

Этим и обуславливается **актуальность** темы нашего исследования.

Национально-культурная специфика – важная составляющая фразеологического фонда языка. Фразеологические единицы – это сокровища языка, его истории, культуры, традиций и обычаев.

Объектом исследования в данной работе является национально-культурные стереотипы во фразеологическом фонде немецкого языка.

Предметом исследования является этническая ментальность немцев в аутостереотипах.

Цель работы – выявить и проанализировать посредством фразеологического фонда немецкого языка этническую ментальность немцев в аутостереотипах.

Для этого были решены следующие **задачи**:

- рассмотреть стереотип как явление культурного пространства;
- изучить типологию национально-культурных стереотипов;
- познакомиться с фондом пословиц и поговорок немецкого этноса;
- выявить функциональную характеристику стереотипов в формировании языковой картины мира;
- проанализировать аутостереотипные представления о немцах в пословицах и поговорках.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы исследования**: описательный метод, сопоставительный метод, метод ситуативно-контекстуального анализа.

Методологической и теоретической базой данной выпускной квалификационной работы послужили научные труды таких ученых в области лингвистики, социологии, этнографии, психологии как С. Г. Тер-Минасовой, И. А. Стернина, М. А. Стерниной, В. В. Воробьева, Т. Б. Новиковой, Ю. Д. Апресян, Н. В. Уфимцевой, Ю. А. Сорокина, В. В. Красных, Ю. Е. Прохорова, И. Ю. Марковиной, Д. Б. Парыгиной,

Г. Л. Пермякова, В. фон Гумбольдта, В. Н. Телия, А. Венцеля, А. Шаффа, П. Шредера, Л. В. Ежовой, З. Х. Бижевой и др.

Материалом исследования послужил корпус пословиц и поговорок фразеологического фонда немецкого языка (всего 111 единиц).

Научная новизна данного исследования заключается в комплексном описании аутостереотипных представлений о немцах в пословицах и поговорках.

Теоретическая значимость работы заключается в дальнейшей разработке проблемы осмысления с лингвокультурологической точки зрения национально-культурных стереотипов разных народов.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования его результатов в практике преподавания курса по лингвокультурологии и лингвострановедению.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, в том числе интернет-ресурсов.

Во введении обосновывается выбор темы, актуальность и новизна исследования, определяются цель и задачи работы, характеризуются методы и материал исследования.

В первой главе «Стереотип как явление культурного пространства» рассматриваются лингвокультурология как методология изучения стереотипов национального характера, типология национально-культурных стереотипов, этническая ментальность и фонд пословиц и поговорок как ее отражение.

Во второй главе «Исследование национально-культурных стереотипов во фразеологическом фонде немецкого языка» описывается значение фразеологического фонда для выявления стереотипов национального характера, анализируются аутостереотипные представления о немцах в пословицах и поговорках, а также дается функциональная характеристика аутостереотипов в формировании языковой картины мира.

В заключении подводятся результаты проделанного исследования, полученные в ходе анализа теоретического и практического материала.

Список использованных источников содержит 52 наименования научной и учебной литературы на русском и немецком языках.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования обсуждались на VIII Международной научно-практической конференции «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» в феврале 2017 года, 69 (6) ежегодной студенческой научной конференции в апреле 2017 года.

Основное содержание работы. Глава 1 «Сtereотип как явление культурного пространства» посвящена комплексному описанию типологии национально-культурных стереотипов, а также фонда пословиц и поговорок как отражение этнической ментальности.

На протяжении длительного времени ведутся споры об определении термина «стереотип». Производятся попытки выявления путей формирования и распространения национальных стереотипов в социуме, обсуждается вопрос о том, как они влияют на отношения между народами. Исследователи не смогли прийти к единому мнению относительно правомерности использования термина «стереотип».

Сам термин «стереотип» рассматривается не только в такой науке, как лингвистика, но и в работах психологов, социологов, этнографов, этнопсихолингвистов, когнитологов. Изучением этого понятия занимаются такие ученые, как Ю. Е. Прохоров, У. Липпман, В. В. Красных, В. А. Рыжков, С. М. Толстая, Ю. Д. Апресян, Ю. А. Сорокин, Е. Бартминский и другие.

Существуют аутостереотипы, которые отражают то, что люди сами о себе думают, и гетеростереотипы, которые относятся к другому народу и они более критичны.

Аутостереотипами являются мысли, оценки, суждения, относящиеся к конкретному народу его представители. Возникновение аутостереотипов связано с развитием этнического самосознания.

Поскольку аутостереотип – это суждения народа о себе и оценивание себя, то, он чаще всего представляет собой комплекс положительных оценок.

Гетеростереотипами являются совокупность оценочных суждений о других национальностях. Гетеростереотипы встречаются как положительные, так и отрицательные. Это зависит от исторического опыта взаимодействия определенных народов. Нации склонны воспринимать и оценивать окружающий мир и другие этносы сквозь призму традиций и норм собственной национальности [1, с. 142].

Общество воспринимает этнокультурные стереотипы за образцы, которым нужно соответствовать. Стереотипы оказывают достаточно сильное влияние на общество, приводя к формированию у них тех черт характера, которые отражены в стереотипе.

Термин «стереотип» впервые использовался в 1922 году таким ученым, как У. Липпман. По его мнению, это схематичные, упорядоченные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека.

Культуросфера определенного народа содержит ряд элементов стереотипного характера. Они не воспринимаются носителями другой культуры. И. Ю. Марковина и Ю. А. Сорокин эти элементы называют лакунами. Все, что в инокультурном тексте реципиент заметил, но не может понять, все, что кажется ему странным и требующим объяснения, показывает, что в тексте присутствуют национально-специфические элементы культуры, в которой создан лакун [2, с. 75].

Стереотипы имеют много общего с ритуалами, мифами, обычаями и традициями. От мифов их можно отличить тем, что обычаи и традиции характеризуются объективированной значимостью и открытостью для других. А стереотипы остаются на уровне скрытых умонастроений, существующие в среде «своих».

Стереотип характерен для сознания и языка представителя культуры. Он своего рода стержень культуры, ее яркий представитель, и поэтому является опорой личности в диалоге культур.

Глава 2 «Исследование национально-культурных стереотипов во фразеологическом фонде немецкого языка» посвящена описанию аутостереотипных представлений о немцах в пословицах и поговорках, а также их функциональной характеристике в формировании языковой картины мира.

Процессы глобализации современного общества приводят к возрастающему интересу к вопросу межкультурной коммуникации. Изучение стереотипов и средств их языкового выражения имеет большое значение для осуществления бесконфликтных межкультурных контактов.

В содержании стереотипа выделяют комплекс представлений о внешнем виде представителей народа, особенностях образа жизни и привычках работы, о его историческом прошлом, а также представления о моральных качествах народа.

Этностереотипы играют значительную роль в восприятии окружающих людей, принадлежащие к определенному этносу, выделяя среди них своих и чужих. Речь идет об аутостереотипах и гетеростереотипах.

Среди наиболее характерных черт немцев ученые выделяют пунктуальность, трудолюбие, бережливость, четкое следование правилам, организованность [3, с. 122]:

- пунктуальность, педантичность

Все делать четко, последовательно, в соответствии с правилами и договоренностями – в этом заключается немецкая пунктуальность. Педантизм объясняется как тщательность исполнения деталей, методичность и основательность.

- экономность, бережливость

Одним из самых устойчивых оказался стереотип скупого и расчетливого немца, который сложился еще в XVII веке.

- трудолюбие

Трудолюбие немцев было замечено давно. Немцы очень трепетно относятся к своей работе, ценят и любят ее, боятся потерять.

- четкое следование правилам

Немцы следуют установленным правилам и определенному порядку. Это проявляется во всех областях жизни.

- своеобразное чувство юмора

Немцы с невероятной серьезностью относятся к жизни. Юмор не всегда воспринимается как что-то смешное.

- планирование своей жизни, организованность

При планировании можно избежать беспокойства, а организованность помогает достичь нужных результатов. Немцам присуще нормативность и работа в соответствии с инструкциями.

- закрытость

Закрытость проявляется в общении не только с мигрантами и гостями страны, но и между собой. Закрытость иногда воспринимается как зажатость в проявлении эмоций.

Вслед за Л. В. Ежовой и Ю. Гудиной в данной работе нами был проанализирован фразеологический фонд немецкого языка на наличие в них национально-культурных стереотипов.

Фразеологизмы являются образными средствами языка. Они хранят и переносят из поколения в поколение знания о системе традиций, обычаев, законов и представлений о мире. Были отобраны фразеологизмы, отражающие наиболее характерные черты представителя немецкой национальности:

- пунктуальность, педантичность

Er kommt mit dem Glockenschlag. – «Он пунктуален как часы.»

- экономность, бережливость

auf den alten Mann sparen – «копить на старость»

das Geld auf die hohe Kante legen – «откладывать деньги» (на чёрный день)

den Daumen auf dem Beutel haben – «быть бережливым»

Sparen ist verdienen – «экономить значит зарабатывать»

- трудолюбие

Er arbeitet, dass es nur so raucht. – «Он работает так, что от спины пар идёт.»

in der Arbeit aufgehen – «с головой уйти в работу»

mit einem wahren Biereifer tun – «делать с большим рвением»

- четкое следование правилам

nach Brauch und Würde – «по заведённому порядку»

- своеобразное чувство юмора

Er hat eins mit dem Holzhammer (ab)gekriegt. – «Его пыльным мешком из-за угла ударили.» (о придурковатом человеке)

schwach auf der Brust sein – «страдать карманной чахоткой»

sich einen Ast lachen – «лопнуть от смеха»

- планирование жизни, организованность

etwas gut im Stande erhalten – «содержать в порядке»

- закрытость

auf sich selbst angewiesen sein – «рассчитывать на самого себя»

Наблюдаются стереотипные представления немцев о себе, то есть аутостереотипы, которые отражены в данных пословицах и поговорках. Из названных групп фразеологических единиц в наибольшей степени встречаются такие качества как трудолюбие, экономность и своеобразное чувство юмора. В наименьшей степени во фразеологизмах выражена такая характеристика немцев как закрытость.

Аутостереотипы чаще всего являются комплексом положительных оценок, но иногда среди этнических меньшинств встречаются и отрицательные самооценки. Но в целом аутостереотипы имеют как положительные, так и отрицательные элементы.

Таким образом, в результате межкультурных контактов складываются национально-культурные стереотипы, под которыми понимаются обобщённые представления о типичных чертах, которые характерны для какого-либо этноса или его культуры. В данной работе рассмотрен образ

представителя немецкой национальности через призму языковых средств выражения стереотипов.

Основными стереотипами немецкой национальности выступают чрезмерная любовь к порядку, чистоплотность, пунктуальность, трудолюбие. И это подтверждается наличием в немецком языке пословиц, отражающих любовь немцев к порядку, к трудолюбию и дисциплине. Доказательством тому служит фразеологический фонд данной национальности и культуры.

Характерно то, что большинство пословиц и поговорок посвящено трудолюбию, пунктуальности, любви к порядку. Все это комплекс положительных оценок, складывающиеся у немцев как у своей национальности. Исходя из нашего исследования, мы можем отнести данные представления к аутостереотипам.

Сущность немецкого национального характера, как и любого другого, определяют совокупность своеобразных типичных черт в единстве и неповторимом сочетании. Их комплекс составляет неповторимый облик немецкого этноса.

Заключение

Понимание и принятие различных культур во всем их многообразии, и успешное взаимодействие с носителями той или иной культуры невозможно без знания наиболее характерных черт, присущих разным народам, а также особенностей сознания и поведения, который каждый народа сам себе приписывает. Национальный характер выражает не только «народный дух» той или иной нации, он, вместе с тем, есть один из механизмов сохранения этнического своеобразия в условиях участившихся контактов с внешним миром и развёртывания процессов глобализации.

Этническую общность сопровождает комплекс черт национального характера, которые являются продуктом восприятия представлений, идей и идеалов, в свою очередь вытекающих из образа жизни этноса. В основе эффективной межкультурной коммуникации лежит осознание и принятие как гетеро-, так и аутостереотипов, где гетеростереотипы – совокупность

оценочных суждений о других народах, а аутостереотипы – мысли, суждения, оценки, которые относят к конкретному этносу его представители.

Национально-культурный компонент является неотъемлемой составляющей фразеологического состава языка. На учёте стереотипов немецкого народа, а также ментальных установок основываются немецкие пословицы и поговорки. Рассматривая пословичный фонд немецкого языка, прослеживается образ немцев сквозь призму пословиц данного народа. При этом выявляются особенности материальной и духовной культуры, связь пословиц с историей немецкого народа.

В любом фразеологизме заложено своеобразие восприятия мира через призму языка и национальной культуры. Фразеологический фонд немецкого языка раскрывает особенности склада мышления немецкой нации. Именно национальная специфика данного лексического уровня языка показывает ключевые нравственные и моральные устои, принципы, духовные стремления; отражает культурные ценности и ориентиры немецкой ментальности.

Рассмотренные пословицы в виде определенных языковых формул выполняют очень важную воспитательную роль в немецкой культуре. В них заключены неписанные законы, нормы, правила поведения. Каждый сознательный человек старается соблюсти нормы поведения, установившиеся в течение многих столетий.

Для каждой лингвокультурной традиции характерна специфическая система эталонов-символов. На уровне фразеологизмов это, чаще всего, устойчивые сравнения и оценивание действительности соответствующим этносом.

В содержании аутостереотипов следует различать относительно устойчивое когнитивное ядро – комплекс представлений о внешнем облике представителей народа. Те качества, который он сам себе приписывает, благодаря его историческому прошлому, особенностях образа жизни, трудовых навыках и моральных качествах данного народа. Среди наиболее

характерных черт немецкого этноса выделяются пунктуальность, педантичность, бережливость, трудолюбие, организованность, четкое следование правилам.

Картина мира лингвокультурного сообщества в целом формируется языком как средством воплощения тех или иных культурных установок, стереотипов, эталонов, которые организуют данный социум в сообщество.

Литература

1. Парыгин, Д. Б. Общественное настроение. – М.: Круг, 1999. 136 с.
2. Марковина, И. Ю., Сорокин, Ю. А. Кинематографический и художественный текст: проблемы его восприятия и реконструкции. – М.: Слово, 1991. 59 с.
3. Ежова, Л. В. Представления о Германии и немцах в Санкт-Петербурге. – СПб.: Питер, 2013. 131 с.