

Фразеологизмы как средство выражения национально-культурных стереотипов в языке

Научный руководитель – Шабанова Вероника Петровна

Прокофьева Ольга Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный областной университет, Москва, Россия

E-mail: olya.prokofeva.99@mail.ru

На сегодняшний день широко распространена гипотеза, что язык определяет мышление. Кроме того, многие лингвисты придерживаются мнения, что фразеология может служить средством выражения культуры, аккумулируя в себе процесс становления каждой конкретной нации. [3, 4, 5]

Тем самым фразеология может также отражать национально-культурные стереотипы, которые, в свою очередь, являются результатом человеческого представления о культуре различных народов.

Связь фразеологизмов с бытом и культурой страны невозможно оспорить. Язык с самого начала реагировал на все изменения и события в обществе: политические, социальные, и культурные, благодаря чему мы теперь можем изучать культуру посредством изучения фразеологии языка.

У каждого человека, изучающего иностранный язык, есть определенное представление о данной нации, о культуре ее поведения, обычаях и традициях. Все эти представления можно назвать национально-культурными стереотипами, которые могут быть обусловлены манерой поведения и общения носителей определенного языка, их привычками, обычаями и традициями.

Также сюда относятся и взгляды носителей определенной культуры на мир, их видение жизни.

Стереотип - понятие, изначально появившееся в социологии. Согласно энциклопедическому словарю, социальный стереотип - стандартизированный образ, обычно эмоционально окрашенный и обладающий большой устойчивостью. [1]

Что касается понятия национально-культурного стереотипа в лингвистике, то оно позволяет нам изучить менталитет определенной нации на основе их языковой картины. Национально-культурные стереотипы складываются на базе национального самосознания, а также культуры страны.

Национально-культурные стереотипы состоят из *автостереотипов* и *гетеростереотипов*. Первые из которых - представление о своем собственном народе, а вторые о любой другой культуре. Автостереотипы, как правило, имеют позитивную окраску, что является типичным для характеристики своей собственной страны. Гетеростереотипы складываются при помощи сравнения чужой культуры со своей. Они далеко не всегда соответствуют действительности, а большинство из них обладают отрицательной коннотацией.

Важно понимать, что национально-культурные стереотипы далеко не всегда объективны, имеют ярко выраженную эмоциональную окраску, и зачастую обладают негативной характеристикой. [2]

В рамках данного исследования нами были проанализированы некоторые фразеологические единицы немецкого языка. В ходе анализа фразеологического состава немецкого языка, было выяснено, что фразеологизмы действительно являются средством выражения

национально-культурных стереотипов. Причины этому кроются в связи языка и культуры, а точнее даже не самого языка, а текстов - носителей культурной информации.

Нами было установлено, что фразеология накапливает в себе знания, связанные с историей, бытом и культурой страны. Эти знания и ложатся в основу национально-культурным стереотипам, которые служат представлением различных народов об определенной нации.

В рамках данной работы была предпринята попытка разделить фразеологические единицы, отражающие национально-культурные стереотипы, на группы, а также установить соответствие представлений о немецком народе действительности.

В данном исследовании были выявлены 13 групп фразеологизмов с национально-культурной спецификой:

1. фразеологизмы, отражающие отношение немецкого народа к *природе* (4,4%)
2. фразеологизмы, выражающие *быт Германии* (13,3%)
3. фразеологизмы, связанные с *историей Германии* (6,6%)
4. фразеологизмы, отражающие отношение немцев к *закону* (8,8%)
5. фразеологизмы, обозначающие немецкие *приветствия и пожелания* (6,6%)
6. фразеологизмы, отражающие отношение немецкого народа к *жизни* (4,4%)
7. фразеологизмы, связанные с традиционной *едой и напитками* (13,3%)
8. фразеологизмы, с компонентом "*deutsch*" (8,8%)
9. фразеологизмы, отражающие немецкую *пунктуальность* (2,2%)
10. фразеологизмы, демонстрирующие *ориентацию немецкой культуры на будущее* (4,4%)
11. фразеологизмы, выражающие немецкую *экономичность* (11,1)
12. фразеологизмы, связанные с *закрытостью и сдержанностью немцев* (4,4%)
13. фразеологизмы, отражающие *трудолюбие немецкого народа* (11,1)

Наиболее многочисленными оказались фразеологизмы, связанные с едой, бытом, экономичностью, трудолюбием, законами, отношением немецкого народа к самим себе, историей Германии, а также с приветствиями и пожеланиями, выражающими вежливость немецкого народа. Именно эти составляющие играют наиболее важную роль в формировании немецкой культуры, а также подтверждают стереотипный образ немецкого человека.

Однако такие группы, как отношение немцев к жизни, планирование, закрытость и сдержанность оказались малочисленны, что показывает их малую роль в немецкой культуре и доказывает, что данные стереотипы верны лишь частично. Стереотип о немецкой пунктуальности и вовсе не подтвердился в немецкой фразеологии.

В ходе исследования выяснилось, что не все стереотипы о немецком человеке могут быть оправданы. Это позволяет нам сделать вывод, что национально-культурные стереотипы зачастую преувеличены и должны проверяться. Для этого может быть использована, в том числе и фразеология, национально-культурная специфика которой еще только подлежит раскрытию.

Литература

1. В. И. Бородулин и др. - М. : Большая рос. энцикл. : Изд. дом "Экон. газ.", 1995. - 892 с.
2. Иванова Е. А. Стереотип как феномен культуры. М., 2000. - 173 с.
3. Мальцева Д. Г. Немецкий язык. Страноведение через фразеологизмы. - М.: Высшая Школа, 1991. - 172 с.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Академия, 2001. - 208 с.
5. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. - М.: Языки русской культуры, 1996. - 288 с.

6. Шабанова В.П., Вергунова Л.Г. Стилистические особенности устойчивых словесных комплексов современного немецкого языка (на примере лексико-фразеологического поля общение)». - М.: Московский государственный областной университет, 2018. - С. 91-96