**Вербализация этнических стереотипов в паремиологии английского и немецкого языков**

*Научный руководитель – Гусева Алла Ефимовна*

***Панфилова Александра Станиславовна***

*Бакалавр кафедры германской и романской филологии*

*Государственный университет просвещения, факультет романо-германских языков,*

 *г. Москва, Российская Федерация*

*E-mail: asp1003@bk.ru*

**Цель** исследования заключается в выявлении основных этнических стереотипов представителей английской и немецкой лингвокультур, вербализованных в паремиологии английского и немецкого языков, а также в исследовании процесса перехода от стереотипов к национально-культурным концептам через сопоставление паремиологических единиц и выраженных ими культурных концептов в исследуемых языках.

**Материалом** для данного исследования выступили паремии немецкого и английского языков, отражающие авто- и гетеростереотипы, которые были отобраны путем сплошной выборки из современных лексикографических источников. Использованные научные методы: когнитивный, описательный, семантический и сравнительный анализ. **Задачами исследования** являются сбор и сравнение паремий немецкого и английского языка, отражающих основные этнические стереотипы и сопоставление их национально-культурных особенностей.

Паремии выражают отношения людей к окружающей их реальности, фиксируют особенности мировоззрения и в совокупности образуют ценное лингвистическое наследие народа – паремиологический фонд языка, который транслирует в язык основанные на предшествующем социальном опыте и принятые в исторической общности образцы восприятия информации при распознавании окружающего мира – стереотипы [2]. В свою очередь, стереотипы, отражающие отличительные черты того или иного народа, называются этническими стереотипами. В их основе заложены упрощенное знание менталитета представителей определенного народа [1]. Этнические стереотипы делятся на авто- и гетеростереотипы. Под автостереотипами понимаются представления членов определенной национальности о самой себе. Данные стереотипы показывают, как этническая группа оценивают себя и свое положение в мире [3]. Гетеростереотипы характеризуют образ представителей одного народа сквозь призму сознания другого. Коннотация гетеростереотипов зависит от опыта взаимодействия народов, исторических событий, изменчивости геополитической обстановки, в связи с чем не удается выделить на постоянной основе наличие только положительных или отрицательных гетеростереотипов в языковой картине мира того или иного этноса [3]. Рассматривать автостереотипы и гетеростереотипы в реальности национальных групп следует как неразрывное целое,вместе они образуют единую систему взаимосвязанных представлений, отражающих отношение нации к своей и чужой национальным группам - национальный стереотип.

В данном исследовании рассмотрены основные национальные стереотипы о немцах и англичанах, на примере паремий, отражающих отличительные черты их менталитета и культуры.

Так, главными отличительными чертами английской культуры стереотипно являются консерватизм (“East or West — home is best” - букв. “в гостях хорошо, а дома лучше”), приверженность традициям (“custom is a second nature” - букв. “привычка — вторая натура”), любовь к дому (“my house is my castle” – букв. “мой дом — моя крепость”), эмоциональная сдержанность (“when angry, count a hundred” – букв. “умей держать себя в руках”), самостоятельность (“every man for himself” – букв. “каждый должен заботиться сам о себе”). Все вышеупомянутые пословицы вербализуют самые распространенные стереотипы об англичанах и отражают в языке их национальные черты.

Для немцев характерны любовь к порядку (“Ordnung ist das halbe Leben“ – букв. “порядок половина жизни”), бережливость (“wer den Pfennig nicht spart, kommt nicht zum Groschen” - букв. “кто не экономит пфенниг, тот не приблизится к грошу”). Действительно, понятие “труд” является основополагающим в картине мира немцев. Например, паремия “ohne Fleiß kein Preis” (букв. “без усердия не будет и награды”) в немецком подчеркивает, что достичь что-то без приложения усилий невозможно. Однако в английском эквиваленте “no pain, no gain” (букв. “без боли нет выигрыша”) под понятием “труд” понимается болезненный способ получения опыта, в то время как в немецком языке акцент делается на достижение результата, что подчеркивает национальные ценности каждой культуры.

Английская пословица “he works best who knows his trade” и немецкая паремии “das Werk lobt den Meister” обладают одинаковым буквальным переводом “дело мастера боится”. В обоих случаях паремии ассоциируются с овладением навыков, только в немецком языке акцент смещен на сам процессе овладения навыком, именно работа формирует “мастера своего дела”. Для английского языка характерен антропологический подход, человек выступает преобразующей силой в отношении к труду.

Бережливость также прослеживается как общая черта в английской и немецкой картине мира. Если английская паремия “The more you get, the more you want” обладает негативной коннотацией и характеризует жадность английского менталитета – букв. “чем больше получаешь, тем большего хочешь”, то немецкая паремия “Sparen ist Verdienen” – букв. “экономить — значит зарабатывать” описывает разумное отношение к деньгам.

Пословицы, вербализирующие стереотипы, предоставляют возможность выявить систему мировоззрения и культурных ценностей народа, а также выяснить, каким образом эти представления находят выражение в языковой картине мира. Паремии как лингвокультурные явления представляют уникальные коннотации, присущие каждому народу.

В ходе сравнительного анализа были выявлены как интегральные, так и дифференциальные признаки паремиологических выражений, что говорит о взаимосвязи рассматриваемых языков и культур и в то же время подчеркивает уникальность каждого языка.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности применения полученных результатов в процессе преподавании иностранного языка, в частности для овладения паремиологией английского и немецкого языков с целью более глубокого изучения культуры и традиций западногерманской группы языков. Паремии, транслирующие языковые стереотипы, отображают образ мышления народа, выступают в качестве отражения представлений группы людей об окружающем их мире и способствует наиболее глубокому пониманию системы ценностей носителей данных языков.

Литература

1. *Крысько В.Г.* Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2002. С. 133
2. *Ослон А.* Уолтер Липпман о стереотипах: выписки из книги «Общественное мнение» / А. Ослон // Социальная реальность. 2006. № 4. C. 125–141.
3. *Собор Е.В., Шимбель Н.В*. Автостереотипы и гетеростереотипы в межнациональных отношениях // Организация работы с молодежью. 2014. № 3. С. 2

 2