

**ЯЗЫК КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕНТАЛЬНОСТИ ЕГО НОСИТЕЛЕЙ  
(НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКИХ И РУССКИХ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ЗНАКОМСТВЕ)**

**Челушкина М. В.**

**Научный руководитель – преподаватель Мананкова Ю. Ю., преподаватель Короленко А. Ю.**

*Канский педагогический колледж, г.Канск*

Исследование ментальных характеристик культуры весьма актуально с теоретической точки зрения. В современной науке имеется ряд теорий, посвященных анализу и выявлению особенностей менталитета народов, но все они рассмотрены с психологической и философской точки зрения. Мы же рассматриваем менталитет через язык нации.

Сегодня в мире коммуникативные процессы являются ключевыми факторами социальных изменений. Поэтому исследование ментальных характеристик становится важным основанием для построения типологий культуры.

Проблемное изучение национального менталитета и ментальности личности началась в рамках французской школы анналов. Приверженцы культурно-антропологического и историко-психологического направлений в обществознании (М. Блок, Л. Леви-Брюль, Л. Февр и др.) относили понятие «ментальность» к сфере автоматических форм сознания и поведения людей.

В прошедшем столетии коррелирующие между собой исследования в философии, антропологии, лингвистике, психологии, культурологии, философии истории привели к введению в научный обиход проблематики ментальности и ментальных структур, в чем убеждает анализ трудов М. Блока, Л. Леви-Брюля, Л. Февра, М. Фуко, М. Шелера, К.Г. Юнга и др.

Изучение особенностей ментальных характеристик находится в центре внимания исследований, предпринимаемых отечественными учеными в культурологии и лингвокультурологии (М.А. Арефьев, К.К. Васильева, В.П. Воробьев, А.Я. Гуревич, В.В. Колесов, Д.С. Лихачев, В.В. Морковкин, А.А. Пелипенко, О.Г. Почепцов, Ю.С. Степанов, И.Г. Яковенко), социокультурологии (Б.С. Ерасов, Л.Г. Кузьмина), социологии (А.П. Бутенко, Ю.В. Колесниченко, З.В. Сикевич), этнопсихологии (А.О. Бороноев, В.Г. Крысько, С.В. Лурье, Т.Г. Стефаненко), культурантропологии (Р.А. Зобов, А.Я. Кожурин, В.Л. Обухов).

В нашем исследовании мы рассматриваем особенности ментальных характеристик на материале объявлений о знакомстве. В брачном объявлении (далее – БО) автор посредством языковых средств дает информацию о себе, о потенциальном партнере, указывает цель знакомства. Эта информация и способы ее выражения отражены в сознании автора, которое является продуктом того общества, где он живет. Мы же рассматриваем не одно конкретное общество, а нацию в целом.

Поэтому цель работы состоит в выявлении языковых средств выражения менталитета и его особенностей в самопрезентации автора-мужчины в текстах немецких и русских БО.

БО представляет собой цепочку взаимосвязанных элементов, которые называются субтекстами. Выделяют субтекст образа адресанта (автора), субтекст образа адресата, субтекст цели, периферический субтекст. Стержневым является субтекст образа автора, т.к. он содержит всю информацию об авторе объявления.

Информация в БО содержится в двух разновидностях: данные, соответствующие действительности, и желаемые. Первые мы будем именовать объективными характеристиками, вторые – субъективными. К объективным относятся: возраст, антропометрические данные, наличие/отсутствие вредных привычек, наличие/отсутствие детей, род

занятий (профессия), семейное положение, знак зодиака, образование. К субъективным: внешность, черты характера, увлечения, занятия спортом.

Материалом для нашего исследования послужили тексты немецких (34 БО) и русских (34 БО) объявлений о знакомстве.

Все БО мы разделили в соответствии со страной, в которой живут авторы объявлений, на немецкие и русские. Мы рассматриваем БО авторов в возрасте 19-35 лет, т.к. считаем, что они наиболее ярко отражают особенности своей нации на современном этапе в силу своей молодости.

Сначала мы рассмотрели БО, авторами которых являются мужчины-граждане Германии. Выделяя объективные характеристики, мы увидели, что на первом месте стоят: возраст, волосы, цвет глаз и знак зодиака, количество указаний которых составляет по 11% от всей выборки. На втором месте располагаются антропометрические данные: наличие/отсутствие вредных привычек, образование, семейное положение (каждая характеристика составляет по 10%). 8% составляют характеристики, указывающие на род занятий (профессию) и на наличие/отсутствие детей. Из всего сказанного можно сделать вывод, что мужчины, говоря о себе объективно, больше внимания уделяют внешним данным (волосы – *черные, прямые, короткие*, цвет глаз – *карие, голубые, зеленые*), а только потом указывают ту информацию, которая отражает их социальное положение. Это, в первую очередь, связано с тем, что мужчины опираются на возраст потенциального партнера, ориентируются на его интересы и пожелания.

Выделяя субъективные характеристики, среди которых выделяются черты характера, увлечения и занятия спортом, мы увидели, что каждая характеристика находится почти в равных позициях: занятия спортом составляют 34% (*лыжи, футбол, плавание*), черты характера (общительность, порядочность, серьезность) и увлечения – 33% (*музыка, кино, кулинария*). Характеризуя себя субъективно, мужчины уделяют больше внимания своим внутренним качествам и интересам, внешность же у них описывается как некая объективная особенность, о чем мы говорили выше. Указание этих субъективных характеристик связано непосредственно с особенностями менталитета немцев. Указание занятия спортом в БО является преобладающим, т.к. это спортивная нация, что проявляется в их достижениях, также немцы приверженцы активного образа жизни. Черты характера и увлечения указываются для возникновения общего впечатления у потенциального партнера.

Далее мы рассмотрели БО, авторами которых являются мужчины-граждане России. Выделяя объективные характеристики, мы выявили, что на первом месте стоят: возраст, антропометрические данные, наличие/отсутствие в/п. Наличие/отсутствие материальных благ занимает 8 место. Это можно объяснить тем, что мужчины указывают ту информацию, которая интересует женщин в первую очередь.

Выделяя субъективные характеристики, среди которых – внешность (*симпатичный, молодой*) и черты характера (*веселый, трудолюбивый, простой*). Мы выявили то, что в трех возрастных группах выделяются различные характеристики, что объясняется разным возрастом авторов объявлений. Это может объясниться тем, что мужчины хотят привлечь внимание противоположного партнера.

Следующим этапом нашего исследования явился анализ лексических особенностей БО. Это было необходимо нам для характеристики авторов объявлений. Проанализировав немецкие БО, мы увидели, что мужчины серьезно подходят к написанию текста объявления. Тексты насыщены разного рода лексическими единицами, пестрят книжной (*чувствительность, религиозность, благоразумность*) и научной лексикой (*оптимизм, романтизм*), что свидетельствует о высоком уровне образованности, о серьезности авторов объявлений.

Тексты русских БО также насыщены различной лексикой, но лексические единицы существенно отличаются от единиц, присутствующих в немецких БО. Мы увидели, что в текстах преобладают нейтральные и оценочные лексические единицы. Оценочные слова и выражения (*симпатичный парень, спортивного телосложения*) присутствуют в БО в виде штампов. Это может свидетельствовать о стереотипности позиционирования мужчин в текстах БО. Разговорная же лексика (*не алкаши, не альфонс, не приспособленец*) позволяет создать имидж типичного или обычного человека или описать нежелательность наличия тех или иных отрицательных качеств объекта.

Таким образом, проанализировав и сопоставив немецкие и русские БО, мы увидели их общие особенности и особенности, отличающие их друг от друга. Во-первых, нужно сказать о том, что тексты БО, авторами которых являются граждане Германии, отличаются от текстов БО, авторами которых являются граждане России, объемом и содержанием. Немецкие БО представляют собой многословные тексты, насыщенные различной информацией об авторе. Информация дается в объявлениях более полно, подробно, для этого используются различные лексические единицы, придающие текстам выразительность. Что касается русских объявлений, то нужно отметить, что тексты немногословны, содержание их обеспечивается наличием лексики, которая придает им эмоциональность и экспрессивность.

Во-вторых, отличается сама информация, которую сообщают авторы о себе. Немецкие мужчины пишут все, что необходимо знать потенциальному партнеру, отсюда складывается впечатление, что мужчины серьезно относятся к тому, что пишут, осознавая последствия. Русские же мужчины ограничиваются только основной поверхностной информацией, которая направлена на привлечение потенциального партнера.

Общим для текстов объявлений немецкой и русской наций является то, что они опираются на интересы и запросы потенциального партнера.

Таким образом, мы увидели, что тексты БО зависят от особенностей национальности автора. На основе всего вышесказанного можно говорить о менталитете нации. Так, о немцах можно сказать, что они отличаются честностью, которая проявляется в самохарактеризации автора. Также, опираясь на содержание объявлений, можно сказать, что они талантливые, увлекающиеся спортом, разносторонние люди. Говоря о русских, можно сказать, что они не боятся никаких трудностей (употребление разговорной лексики в текстах – жаргоны, просторечия). Также, исходя из текстов объявлений, можно сказать, что мужчины представляют себя простыми, естественными, работающими, это выражается в их субъективных характеристиках. Основной чертой, которую они указывают в текстах БО, является скромность. Это выражается в том, что они мало говорят о себе, указывая лишь те характеристики, которые могут заинтересовать потенциального партнера. В целом же обе нации характеризуются шаблонностью мышления, которая заложена в их сознание обществом.

В результате всего сказанного мы можем говорить о языке как об основном средстве выражения ментальности его носителей.