\XXI муниципальный конкурс исследовательских работ

Управление образования администрации города Соликамска Пермского края

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение

«Средняя общеобразовательная школа №7»

Социально-гуманитарный блок

направление - языкознание

**МОРАЛЬНЫЕ ЧУВСТВА ЧЕЛОВЕКА В НЕМЕЦКОЙ КАРТИНЕ МИРА: НА МАТЕРИАЛЕ ПОСЛОВИЦ**

**Научно-исследовательская работа**

Стусова Ева Константиновна

ученицы 7 Б класса

**Руководитель -**

Мамчур Наталья Евстафьевна

учитель иностранных языков

Соликамск

2022

**Содержание**

Введение……………………………………………………………3-4

**Глава 1. Теоретические основы исследования………………**5

§1.Языковая картина мира как центральное понятие

лингвокультурологии…………………………………………….5-6

§2. Классификации ценностей……………………………………7-10

**Глава 2. Образ человека в немецкой картине мира:**

**на материале пословиц……………………………**11

§1**. Аксиологическая классификация немецких пословиц**..11-14

**Заключение………………………………………………………..**15

**Список используемой литературы…………………………….**16

**Введение**

Язык – это самый необходимый элемент в процессе коммуникации, обмене информацией и знаниями. Овладение любым иностранным языком подразумевает не только наличие обширного словарного запаса, правильность употребления грамматических структур, но и знание исторических, а также национальных особенностей.Исследование культурных и социальных различий открывает двери к познанию истоков и корней иностранных цивилизаций, что влечет за собой знакомство с новыми традициями и обычаями. Для того, чтобы понять характер народа, образ мыслей, его взгляды на жизнь, необходимо прибегнуть к достоверным источникам, которыми являются в том числе и пословицы. Издревле в пословицах любого языка проявлялся дух народа, его мудрость, нравственные ценности, идеалы и нормы поведения в обществе. Пословицы называют великолепным инструментом, с помощью которого можно изучить любые языки, узнать какие качества стоят на первом месте у того или иного народа.

Актуальность настоящей работы объясняется тем, что изучению нравственных ценностей немецкого общества через идиоматический фонд уделяется недостаточно внимания, тем более в исследовательской практике школьников.

Объектом настоящего исследования являются включенные в «Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок» под редакцией М.Я. Цвиллинга пословицы немецкого языка, отражающие моральные чувства человека.

Предмет исследования – категории нравственных ценностей и их значимость в немецкой языковой картине мира.

Цельданной работы –определение состава и значимости моральных чувств человека в немецкой картине мира посредством исследования пословиц немецкого языка.

Для решения данной цели были поставлены следующие задачи:

* 1. установить содержание понятий «лингвокультурология», «языковая картина мира», «нравственные ценности»,
  2. выбрать из «Русско-немецкого словаря пословиц и поговорок» М.Я. Цвиллинга пословицы, включающие нравственную оценку человека с точки зрения моральных чувств,
  3. классифицировать пословицы исходя из типа отраженных в них нравственных ценностей.

Основным методом научного исследования стал лингвокультурологический анализ паремического фонда немецкого языка.

Структурно работа представлена введением, двумя главами теоретического и практического характера, заключением, библиографическим списком.

Работа может представлять интерес не только для учителей немецкого языка, но а также для учителей истории и обществознанияи учащихся, которые занимаются научно-исследовательской деятельностью.

**Глава Ι.Теоретические основы исследования**

**§1. Языковая картина мира как центральное понятие лингвокультурологии**

Идея, что язык теснейшим образом связан с культурой, развивается в ней и выражает её, дала начало новой науке, которая называется лингвокультурология. Термин «лингвокультурология» появился в связи с работами фразеологической школы, возглавляемой В.Н.Телия. Работы таких исследователей, как Ю.С.Степанова, А.Д.Арутюновой, В.А.Масловой и других учёных внесли свой вклад в развитие данной науки.

У каждого народа свой язык, который является способом формирования и существования знаний человека о мире. Человек живёт, работает, развивается, познаёт и осмысливает мир. В результате этих процессов у человека формируется своё мировидение, которое оформляет результаты познания в слове. Результат переработки информации, которая оформлена в языковой форме, представляет языковую картину мира. Таким образом, языковая картина мира – это отражённый средствами языка образ реальности.

Восприятие окружающего мира отчасти зависит от культурно-национальных особенностей носителей конкретного языка. Поэтому интересным является установление причин расхождений в языковых картинах мира, а эти расхождения действительно существуют. Можно выделить три главнейших фактора или причины языковых различий: природа, культура, познание.

При оценке картины мира следует понимать, что она – не отображение мира и не окно в мир, а она является интерпретацией человеком окружающего мира, способом его миропонимания. «Язык – отнюдь не простое зеркало мира, а потому фиксирует не только воспринятое, но и осмысленное, осознанное, интерпретированное человеком» (Кубрякова; 95). Это означает, что мир для человека – это не только то, что он воспринял посредством своих органов чувств. Напротив, более или менее значительную часть этого мира составляют субъективные результаты осуществлённой человеком интерпретации воспринятого. Поэтому говорить, что язык есть «зеркало мира», правомерно, однако это зеркало не идеально: оно представляет мир не непосредственно, а в субъективном познавательном преломлении сообщества людей.

**§2. Классификации ценностей**

Проблема ценностей человека в жизни изучается наукой аксиологией (в пер. с греч. аксио – ценность, логос –учение), точнее отдельная отрасль научных знаний философии, социологии, психологии и педагогике. В психологии под ценностями принято понимать нечто значимое для самого человека, то, что дает ответ на его актуальные\,\

\ , личностные смыслы.

Многообразие подходов к исследованию ценностей порождает множественность их классификаций по различным критериям. В частности, по формам духовной культуры ценности классифицируют на:

– нравственные (смысл жизни и счастье, добро, долг, ответственность, совесть, честь, достоинство),

– эстетические (прекрасное, возвышенное),

– религиозные (вера),

– научные (истина),

– политические (мир, справедливость, демократия),

– правовые (закон и правопорядок).

Нравственные ценности способствуют формированию нравственных отношений в обществе. Под нравственными ценностями понимаются ценностные представления морального сознания. Это – моральные нормы, принципы, идеалы, понятия добра и зла, справедливости, счастья.

Моральные качества человека также могут быть описаны с нескольких точек зрения:

– идейно-общественные качества (активность, бдительность, жизненная позиция, принципиальность и др.),

– отношение к себе и другими людям (благородство, вежливость, великодушие, верность, грубость и др.),

– отношение к труду и собственности (бережливость, карьеризм, потребительство, скупость, трудолюбие и др.),

– волевые качества (выдержка, малодушие, мужество, самообладание и др.),

– моральные чувства (гордость, зависть, любовь, ненависть и др.)

В рамках отдельной работы невозможно дать оценку значимости всех моральных качеств человека в немецкой картине мира, поэтому мы остановимся на отношении к труду и собственности и кратко дадим их характеристику.

**Бережливость** – «моральное качество, характеризующее заботливое отношение людей к материальным и духовным благам , к собственности ( Отношение к собственности).Б. обычно противопоставляется расточительности, неоправданной роскоши, бесхозяйственности. » [СЭ].

**Карьеризм –** «(фр. carriere - бег) - отрицательное моральное качество, характеризующее поведение и личность человека, который подчиняет всю свою общественную деятельность цели продвижения по службе (Честолюбие ), готов выполнять предъявляемые к нему требования лишь постольку, поскольку это способствует улучшению его личного положения. » [СЭ].

**Корыстолюбие–** «отрицательное моральное качество , характеризующее поведение и мотивы человека , к-рый рассматривает и направляет все свои поступки и взаимоотношения с окружающими с т. зр. личной матерналиой выгоды, К. есть проявление эгоизма в сфере отношевия людей к материальным благам » [СЭ].

**Потребительство –** «совокупность регулятивных идей, ожиданий и настроений, ориентирующих поведение, стиль жизни и отношений, где ведущей установкой деятельности выступает стремление к престижному потреблению, к получению максимума наслаждений и развлечений. » [СЭ].

**Скупость** - «моральное качество , характеризующее особое отношение к предмету собственности, когда он рассматривается как сокровище, его сохранение становится самоцелью, ради которой забывается его полезное назначение в качестве предмета потребления и приносятся в жертву интересы и потребности человека (свои собственные и др. людей). » [СЭ].

**Трудолюбие**- «моральное качество , характеризующее субъективное расположение личности к своей трудовой деятельности, внешне выражающееся в количестве и качестве ее результатов. Его проявления -трудовая активность, добросовестность, старание, усердие работника. Т. противопоставляется тунеядству. » [СЭ].

**Тунеядство** – « отрицательное моральное качество , характеризующее праздный образ жизни , отвращение и пренебрежение к общественно полезному труду . Т. как социальное явление возникло с появлением частной собственности и эксплуатации, когда одни социальные классы , обладая собственностью на средства производства , получили возможность присваивать себе труд др. и не принимать участия в общественно полезной деятельности. Т, осуждалось моралью любого об-ва. » [СЭ].

**Тщеславие- «**социальное и моральное чувство, проявляющееся как мотив действий, совершаемых ради завоевания славы, привлечения всеобщего внимания, с целью вызвать восхищение и зависть со стороны окружающих. Тщеславный человек полностью утрачивает способность оценивать свои поступки с точки зрения их общественного значения. Последнее он учитывает лишь постольку, поскольку это отвечает его жажде славы. Такой человек вообще не способен самостоятельно оценивать существо своих действий, его интересует лишь внешний эффект, привлекающий внимание окружающих, тщеславие представляет собой преувеличенную меру самолюбия, когда стремление быть ничем не хуже других людей перерастает в желание казаться лучше других» » [СЭ].

Необходимо отметить, что нравственные ценности занимают в жизни человека наиболее важное место, ведь именно они играют ведущую роль при принятии людьми решений связанных с моралью и моральными нормами, а это в свою очередь говорит об уровне развития их личности и гуманистической направленности.

**Глава ΙΙ. Образ человека в немецкой картине мира**

**§1. Аксиологическая классификация немецких пословиц**

В центре внимания учёных, разрабатывающих проблему «язык и культура», оказываются пословицы, которые рассматриваются как источник сведений о национальной культуре, средство познания национального характера народа, его образа мышления, способ проникновения в систему его ценностей (С.Г. Воркачёв, Е.В. Иванова, Б.Т. Кашароков, Н.А. Красавский, и др.).

Пословицы – «это краткое, распространённое в речевом обиходе и, как правило, ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксирован многовековой опыт народа; обычно имеющее форму законченного предложения (простого или сложного)» [ЛЭС]. Пословицы имеют широкое употребление в письменной и устной речи, они обладают эмоциональной и стилистической окраской, благодаря чему совершенствуют коммуникативную функцию языка.

В ходе работы методом сплошной выборки нами были отобраны 70 пословиц из «Русско-немецкого словаря пословиц и поговорок» М. Я. Цвиллинга. Словарь состоит из двух частей: русско-немецких и немецко-русских переводов пословиц. Данное разделение говорит о том, что в издание попали только те паремии, которые носят универсальный характер, т.е. имеют эквиваленты и русском и немецком языке.

Выбранные пословицы нами были распределены на группы в соответствии с моральными качествами, которые в них запечатлены. Результаты анализа показали, что из восьми моральных качеств, которые выделены в «Словаре по этике», в немецких пословицах отражаются только шесть:.

В таблице 1 приведены пословицы, в которых отображены моральные чувства немцев.

**Таблица 1**

Немецкие пословицы, отображающие моральные чувства немцев

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Бережливость | 1.Sparen ist verdienen.  2.Spare was, dann hast du was .  3.Wer den Pfennig nicht spart, kommt nicht zum Groschen.  4. Spare in der Zeit, so hast du in der Not.  5. Sparen ist größere Kunst denn erwerben.  6. Sparschaft bringt Barschaft.  7. Ordnung im Haus ist halbes Sparen.  8.Sparsamkeit erhält das Haus.  9.Fleiβ und Sparsamkeit hilft auch durch schlechte Zeit.  10. Borgen macht Sorgen.  11. Tu den Beutel nicht weiter auf, als er geschlitzt ist. | 1. экономия состоит в том, чтобы больше заработать.  2. экономь, и у тебя будет что экономить.  3. кто не бережет пфеннинг, никогда не заработает грош (копейка рубль бережет).  4. Экономь вовремя, тогда будет с чем нужду пережить.  5.Экономить большее искусство, чем наживать.  6. Экономность приносит наличность.  7.Порядок в доме – это первый шаг на пути к экономии.  8.Копейка к копейке, проживет и семейка.  10. долг не ревёт, а спать не даёт. |
| Карьеризм | 1. | 1. |
| Корыстолюбие | 1. |  |
| Потребительство |  |  |
| Скупость | Spar in der Zeit, so hast du in der Not. | Скупость не глупость. |
| Трудолюбие | Arbeit adelt.  Arbeit schändet nicht.  Arbeit, Mäßigkeit und Ruh’ schließt dem Arzt die Türe zu. | Труд облагораживает.  Работа — не позор.  Труд, умеренность и отдых — лучшая защита от болезней. |
| Тунеядство |  |  |

Немцы любят рассуждать об экономии. Sparen – любимый глагол немцев. Хотя в последнее время сами немцы подшучивают над «излишней бережливостью». Sparen – не значит быть скрягой. Это значит «быть экономным» в такой мере, что у Вас всё есть, Вы всем довольны, Вы можете себе многое позволить и при этом Вы щедры. Если Вас назовут sparsam – можете считать, что это самый большой комплимент.

Как видно из представленной таблицы, наиболее частотными являются пословицы, содержащие указание страх. Немцы постоянно стараются предотвратить наступление хаоса. Они не умеют отмахиваться от своих сомнений или топить неприятности в кружке пива и веселия. Германия - страна, где правит Страх.

Говорят, что результатом такого всеобъемлющего страха бывает нежелание что-либо предпринимать, но когда нужно действовать, немцы кидаются в атаку.Именно страх движет немцами в их стремлении все упорядочить, отрегулировать, проконтролировать снова и снова, проследить, застраховать, проверить, задокументировать. В душе они уверены, что необходимо обладать высочайшим интеллектом, чтобы по-настоящему осознать, как на самом деле опасна жизнь. Итак, в немецкой картине мира страх оценивается как отрицательное чувство.

 Центр исследования общественного мнения GfKMarktforschungNürnberg поинтересовался у 2000 немцев, что способно вызвать зависть у них.

Как выяснилось, на первом месте в списке поводов для зависти стоят материальные ценности, 31 процент опрошенных завидуют чужому богатству. На втором месте стоит стиль жизни, который позволяет много путешествовать и проводить время в свое удовольствие. 20 процентов немцев завидуют успешной карьере сограждан. Около 19 процентов считают поводом для зависти обладание крупной собственностью, например – комфортабельным домом или современным автомобилем.

Лишь каждый седьмой опрошенный завидует таланту других, каждый восьмой – красоте и популярности. Примерно у 7 процентов респондентов чувство зависти вызывает семейное счастье и любовь. Здоровье, которое, как известно, ни за какие деньги не купишь, предметом зависти является лишь у пожилых немцев. Зависть можно отнести как к положительному так и к отрицательному чувству.

Чувство ненависти проявляется в любви, а также и в политике по отношению к другим странам, так как в Европе происходят различные события, которые не приносят радость.

Всех немцев объединяет гордость, что они немцы. Немцы считают себя высокообразованной нацией и очень этим гордятся. Я думаю,что это положительное чувство.

Любовь у немцев присутствует во всех жизненных сферах, начиная с семьи и заканчивая любовью к автомобилю. Это чувство можно отнести как к положительным так и к отрицательным, так как немцы не очень любят детей, считают их шумными и нарушителями порядка.

Эгоизм (самолюбие, забота о самом себе, прежде всего высокое мнение о себе и т.д.),отсутствие взаимопомощи (среди соседей, знакомых и даже родственников и друзей), некоторая замкнутость в себе, в своем семейном кругу -все это составляет характерные черты немца. В немецкой картине мира самолюбие - это отрицательное чувство.

Сочувствие, стыд, тщеславие, ревность не нашли своё проявление в пословицах.

**Заключение**

Таким образом, при оценке картины мира следует понимать, что она – не отображение мира и не окно в мир, а она является интерпретацией человеком окружающего мира, способом его миропонимания. У каждого народа свой язык и своя языковая картина мира.

Языковая картина мира изменяется с течением времени, с изменением исторических условий, в которых живёт нация, но моральные чувства человека существовали и будут существовать и от того какими чувствами он обладает зависит как будет общество развиваться дальше. Так как люди являются основой общества.

В ходе исследовательской работы выяснилось, что в немецкой картине мира преобладают такие моральные чувства как, страх, любовь, зависть, гордость, ненависть и самолюбие. Эти категории носят универсальный характер. Они свойственны, как для русской, так и для немецкой картины мира.

Изучение пословиц способствует пониманию менталитета и национального характера носителей этого языка. Пословицы, как единое целое, охватывают большую часть человеческого опыта. В пословицах выражена народная мудрость, они передают через многие поколения нравственные ценности.

**Библиографический список**

1.Кубрякова Е.С.. Роль языка в познании мира. Издательство: Москва.

Языки славянской культуры.- 556 с.

2. Лингвистический энциклопедический словарь

3. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика

В. А. Маслова. – Минск : Тетра Системс. –256 с.

4.СЭ – Словарь по этике. М.: Политиздат,1989 г.

umdobro.ru > roditelyam…pedagogam…plus…ponyatiy…po (дата обращения 25.12.15).

5. Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок. Москва «Русский язык» 1984 г.

6.Эти странные немцы. Характер.

LangUst.rureview/xenoger2.shtml

7.Язык и картины мира. – М.: Наука, 1988. – С. 141–172.