



Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
Институт языка и литературы
НОЦ «Инновационное проектирование
в мультилингвальном образовательном пространстве»
ООО «Научно-методическое объединение «Иж-Логос»



Кафедра перевода и прикладной лингвистики
(английский и немецкий языки)
Кафедра романской филологии, второго иностранного языка
и лингводидактики

Серия «Языковое и межкультурное образование»

Т.С. Медведева, Д.И. Медведева

КОНЦЕПТЫ РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКА

Учебное пособие
для магистрантов и бакалавров



Ижевск
2021

УДК 811.161.1'373+811.112.2'373(075.8)
ББК 81.411.2-003я73+81.432.4-003я73
М 42

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом УдГУ

Рецензенты:

Пименова М.В., доктор филологических наук, профессор, ректор Санкт-Петербургского института иностранных языков

Шустова С.В., доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и перевода Пермского государственного национального исследовательского университета

Медведева Т.С., Медведева Д.И.

М 42 Концепты русской и немецкой лингвокультур в зеркале языка: учебное пособие для магистрантов и бакалавров / ред. Т.И. Зеленина; НОЦ ИЯЛ. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2021. – 116 с. (Серия «Языковое и межкультурное образование»)

ISBN 978-5-4312-0883-6

В учебном пособии представлен сопоставительный анализ универсальных концептов на примере русской и немецкой лингвокультур. Методика анализа может быть экстраполирована на изучение аналогичных концептов в европейских лингвокультурах.

Пособие по лингвоконцептологии предназначено для магистрантов, а также может быть использовано на занятиях по контрастивному страноведению и межкультурной коммуникации с бакалаврами.

ISBN 978-5-4312-0883-6

© Т.С. Медведева, Д.И. Медведева, 2021

ISBN 978-5-4312-0370-1

© ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет», 2021

Содержание

Предисловие.....	4
1. Концепты время и Zeit.....	6
2. Концепты пространство и Raum.....	28
3. Концепты семья и Familie.....	43
4. Концепты дом и Haus/Heim.....	60
5. Концепты гостеприимство и Gastfreundschaft.....	70
6. Концепты дружба и Freundschaft.....	79
7. Концепты труд и Arbeit.....	86
8. Концепты деньги и Geld.....	98

Предисловие

Изучением объективированных в языке концептов занимается новое научное направление – лингвоконцептология. В русле сопоставительной лингвоконцептологии находится настоящее учебное пособие, в котором сопоставительному анализу подвергаются концепты русской и немецкой лингвокультур, относимые нами к универсальным концептам. Данные концепты охватывают сферу ориентации в мире в целом (*время и пространство*), а также сферы морально-этических категорий, межличностных отношений и социальной жизни (*семья, дом, дружба, гостеприимство, труд, деньги*).

Под концептом мы понимаем «сгусток культуры в сознании человека» (Ю.С. Степанов); многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны (В.И. Карасик).

К задачам настоящего пособия мы относим ознакомление студентов и магистрантов с основными принципами сопоставления культурных концептов и методикой концептуальных исследований, которая может быть экстраполирована на изучение аналогичных концептов в европейских лингвокультурах. В нашей работе используется комплекс методов исследования, разработанных в трудах А.П. Бабушкина, С.Г. Воркачева, А.А. Залевской, В.И. Карасика, М.В. Пименовой, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, Г.Г. Слышкина, Ю.С. Степанова и др. Данная методика включает изучение коллективного языкового сознания, кодифицированного в лексикографических источниках, интерпретативный анализ фразеологии и паремиологии, текстов разных типов, а также экспериментальные исследования: ассоциативный и рецептивный эксперименты, метод интервьюирования.

Пособие имеет и прикладную цель оптимизации межкультурной коммуникации с представителями европейских

лингвокультур. По нашему мнению, предпосылкой успешности межкультурной коммуникации является общность когнитивной базы коммуникантов, что включает знание о специфике концептов иной лингвокультуры, обуславливающих коммуникативное поведение представителей данной культуры; причем необходимо сопоставление данных концептов с их аналогами в собственной культуре. Как показывает практика, взаимопонимание при межкультурной коммуникации часто является кажущимся именно в связи с тем, что коммуниканты оперируют в ее ходе концептами, являющимися на первый взгляд универсальными (*время, пространство, дружба, деньги* и др.). Однако при сопоставлении языковой объективации аналогичных концептов в разных лингвокультурах выявляется их национально-культурная специфика, обусловленная различием в концептуализации действительности.

Пособие основано на опубликованных исследованиях авторов, проведенных в период с 2005 по 2020 гг., которые были переработаны и дополнены в ходе подготовки настоящего пособия.

Пособие состоит из 8 разделов, в которых представлен сопоставительный анализ отдельных концептов русской и немецкой лингвокультур. Списки научной литературы, завершающие каждый из разделов, содержат перечень исследований, посвященных изучаемому в данном разделе концепту на материале европейских языков.

После каждого раздела приводятся вопросы и задания, а также темы для сообщений, позволяющие применить полученные знания для исследования концептов на материале изучаемых языков.

Учебное пособие в значительной мере предназначено для самостоятельной работы магистрантов и бакалавров в рамках курсов по лингвоконцептологии, межкультурной коммуникации и контрастивному страноведению.

Авторы

1. КОНЦЕПТЫ *ВРЕМЯ* И *ZEIT*

Время является феноменом, изучению которого посвящены многочисленные труды ученых, представляющих разные отрасли научного знания – от эпохи античности и до наших дней. По меткому замечанию А.Д. Шмелева, «изложение различных философских и мифопоэтических концепций времени могло бы занять много томов» [Шмелев, 2002, с. 316]. Обзоры концепций времени, разработанных на протяжении веков в рамках естественных и гуманитарных наук, содержатся в ряде современных работ (см., например, [Яковлева, 1994; Сергиева, 2009; Чугунова, 2009] и др.).

Время в русской языковой картине мира являлось предметом размышлений в фундаментальных трудах исследователей русской ментальности В.В. Колесова, Д.С. Лихачева, А.Д. Шмелева, Ю.С. Степанова. В рамках современной антропоцентрической парадигмы время изучается в качестве концепта, о чем свидетельствуют специальные исследования. Большинство отечественных исследователей концептов относят *пространство* и *время* к классу универсальных концептов. Большинство исследований базируется на материале русского языка либо концепт *время* изучается в сопоставительном аспекте [Мамонова, 2006; Пименова, 2010; Чугунова, 2009 и др.], ряд работ выполнен на материале немецкого языка [Баруздина, 2009; Точилина, 2005; Щербина, 2006]. По нашему мнению, данные исследования дают глубокое представление о закономерностях формирования и многообразии концептуальных метафор, выражаемых средствами немецкого языка, однако неполное представление о специфике концептуализации времени и значимости концепта *Zeit* в немецкой лингвокультуре.

В сопоставительном исследовании В.Е. Щербиной целью является изучение универсальных и национально-специфических черт концепта *время* на основе анализа фразеологии немецкого и русского языков. Автор выявляет универсальную метафору: время движение; универсальной, по мнению

В.Е. Щербиной, является также и структура концепта в сопоставляемых лингвокультурах [Щербина, 2006]. Вывод об универсальности структурной организации концептов *время* и *Zeit* нам представляется спорным; в структуре концептов имеются существенные различия, что мы попытаемся показать в результате проведенного нами анализа.

В отличие от имеющихся работ, в нашем исследовании предпринимается комплексный сопоставительный анализ концептов *Zeit* и *время*, предполагающий изучение современных лексикографических источников, фразеологии и паремиологии, культурно значимых текстов разных типов, а также проведение экспериментальных исследований языкового сознания носителей немецкого и русского языков, использование методов включенного наблюдения и опроса информантов. Основную задачу мы видим в изучении современного состояния немецкой и русской лингвокультур в аспекте концептуализации времени [Медведева, 2012].

Следует, однако, отметить, что анализ этимологии имен концептов дает ценные сведения о концептуализации времени в архаичном сознании. Согласно изысканиям русистов, имя концепта в русском языке происходит от древнерусской формы *веремя*, древнее значение у этого слова было что-то близкое к «коловращению», «повторному возвращению», «вечному обороту» [Колесов, Пименова, 2011, с. 118]. Немецкое имя концепта образовано от древневерхненемецкого *zit* ‘Abgeteiltes, Abschnitt’ (нечто разделенное, отрезок), восходящего к индоевропейскому корню со значением ‘teilen, zerschneiden, zerreißen’ (делить, разрезать, разрывать), следовательно, понятие времени в немецком языке исходит из идеи последовательности определенных отрезков. Таким образом, внутренняя форма имен концептов указывает на взаимосвязь с двумя моделями времени – цикличной в русской и линейной в немецкой лингвокультурах. Однако исследователи русской языковой картины мира придерживаются мнения, что время в русской лингвокультуре – явление сложное, его нельзя описать

с единых позиций, оно воспринимается сообразно как западной (линейность), так и восточной (цикличность) традициям, что заложено в особой русской ментальности [Там же, с. 118]. Е.С. Яковлева, анализируя семантику русских слов-синонимов *время* и *пора*, отмечает, что *время* способно описывать развитие событий «линейно», т. е. быть неповторимым, «необратимым» [Яковлева, 1994, с. 149], в то время как *пора* указывает на многократность, цикличность событий, их связь с космогоническим циклом [Там же, с. 144–145]. В немецком языке лексема с подобным «специализированным» значением отсутствует, ср. *пора отпусков* – *Urlaubszeit*, *пора сбора урожая* – *die Zeit der Ernte*.

В связи с рассмотрением вопроса об этимологии имени немецкого концепта *Zeit* представляется важным отметить, что время в современной немецкой лингвокультуре действительно подразделяется на четко обозначенные и более детализированные по сравнению с русской лингвокультурой временные отрезки. Так, сутки (*24 Stunden*) делятся на *der Morgen* (утро), *der Vormittag* (время до обеда), *der Nachmittag* (время после обеда), *der Abend* (вечер), *die Nacht* (ночь) с четко определенными временными границами. Так как большинство промышленных предприятий Германии (а также детские сады) работают с 7.00, *der Morgen* начинается в 5–6.00 и продолжается до 10.00. Германия принадлежит к числу «ранних» стран, о чем свидетельствуют многочисленные пословицы и поговорки, которые, по данным опроса немецких информантов, активно используются в наши дни: *Morgenstunde hat Gold im Munde*, *Der frühe Vogel fängt den Wurm*, в них содержится явно положительное отношение к людям, встающим очень рано. О том, что в немецкой культуре принято рано вставать и заниматься полезной деятельностью в утренний период, свидетельствует также отсутствие в немецком языке устойчивых выражений, аналогичных русским *ни свет, ни заря, в такую рань*, в которых просматривается негативная коннотация; в немецком языке им соответствует нейтральное выражение *früh morgens*

(рано утром). Показательным является также наличие в немецком языке слова с неодобрительной коннотацией *Morgenmuffel*, являющегося номинацией человека, не способного рано вставать и сразу приниматься за работу. С 10.00 начинается *der Vormittag*, этот период суток длится до полудня (12.00), затем следует *der Nachmittag*, продолжающийся до конца рабочего дня (17.00). В немецком языке имеется лексема *Feierabend*, обозначающая конец рабочего дня с показательной внутренней формой, состоящей из двух слов *Feier* (праздник) и *Abend* (вечер), т. е. после конца рабочего дня начинается вечер, продолжающийся до времени ночного отдыха (от 21.00).

Если в русской культуре, по словам А.Д. Шмелева, концептуализация времени суток в большей степени зависит от того, что человек делает в данный период времени, то в западных культурах ситуация выглядит противоположным образом – человек по часам определяет, что ему нужно делать [Зализняк и др., 2005, с. 19]. По нашим наблюдениям, в немецкой культуре существует четкая регламентация времени работы и отдыха, распорядка дня, который напрямую зависит от времени суток. Подтверждением этому служат общественные знаки, где обозначается точное время для полуденного отдыха *Mittagsruhe* (от 13.00 до 14–15.00), а также время ночного отдыха граждан (от 20.00 до 7.00). В указанные периоды суток запрещается шуметь, например, стричь лужайки перед домом, детям – играть в шумные игры. Приведем примеры, заимствованные из специального исследования немецких общественных знаков: *Spielplatz für Kinder und Jugendliche ab 10 Jahre / Spielzeiten täglich: 08-13.00 Uhr; 14.30–20.00 Uhr / Benutzung unter Verantwortung und Haftung der Eltern!* (Игровая площадка для детей и подростков от 10 лет / Время для игр ежедневно: 08–13.00, 14.30–20.00 часов / Пользование под ответственность и поручительство родителей!). Аналогичным образом регулируется точное время для выброса отходов в контейнеры: *Einwurfszeiten von 7 bis 13 Uhr und 15 bis 20 Uhr / Kein Einwurf an Sonn-und Feiertagen* (Время выброса от 7 до 13

и от 15 до 20 часов / Никакого выброса в воскресные и праздничные дни) [Медведева, 2008, с. 136–149]. Данные примеры представляются весьма показательными при сопоставлении немецкой и русской лингвокультур, поскольку в русской культуре такая точность и детализация при делении времени на определенные отрезки отсутствует.

Детализация при обозначении времени касается не только членения суток на периоды. По данным информантов, временной период *месяц* в немецкой культуре обозначается как *4 Wochen* (4 недели), ср.: *Она ушла в отпуск на месяц – Sie hat 4 Wochen Urlaub*, или «медовый месяц» – *Flitterwochen* (букв. блестящие недели).

В русском языке имеется большое количество устойчивых выражений со значением ‘период либо отрезок времени с неопределенной продолжительностью’, например: *до поры до времени, в свое время, одно время, на днях, со временем, через некоторое время* и т. п. Материал немецкого языка показывает, что в нем практически отсутствуют устойчивые выражения, содержащие сему ‘неопределенность’. Следует, однако, отметить наличие специализированной лексемы *die Weile – [kürzere] Zeitspanne von unbestimmter Dauer*, в дефиниции которой наряду с семой «неопределенность» просматривается также сема ‘краткость’, таким образом, данная лексема является номинацией отрезка времени с незначительной продолжительностью. В отличие от русского языка, в немецком языке весьма многочисленны устойчивые словесные комплексы с общим значением ‘определить точное время для чего-либо’: *die Zeit festsetzen, die Zeit bestimmen, die Zeit ausmachen, die Zeit vereinbaren* и т. п. В качестве синонима имени концепта *Zeit* в данных словосочетаниях выступает лексема *der Termin: einen Termin festsetzen, einen Termin vereinbaren, einen Termin einhalten*. Как уже отмечалось в работах, посвященных особенностям концептуализации времени в немецкой культуре [Медведева, 2005; Приходько, 2011], данное понятие обладает особой значимостью для немецкого общества. Лексема *Termin*,

не имеющая точного эквивалента в русском языке, может рассматриваться в качестве имени специфического немецкого концепта, в соответствии с которым время в немецкой культуре планируется и подразделяется на определенные отрезки. Согласно словарным дефинициям, *der Termin – festgelegter Zeitpunkt, Tag, an dem etwas geschehen soll* (временная точка, точная дата, в отношении которой имеется договоренность о каком-либо событии или совместной деятельности). *Terminkalender* (ежедневник), где, как правило, фиксируются все *Termine* на многие месяцы вперед, является материальным воплощением идеи долгосрочного планирования любой деятельности, пунктуальности, ценности времени. По нашим наблюдениям, в него вносятся мероприятия, связанные не только с профессиональной деятельностью, но и с частной жизнью (встречи с друзьями, родственниками, дела по домашнему хозяйству, планы на свободное время). А.Н. Приходько обозначает этот феномен как «тотальная завязанность бытия на TERMIN» [Приходько, 2011, с. 85], а А.Б. Томчин полагает, что *Termin* является вторым важнейшим словом в Германии (после слова *Ordnung*), и отмечает, что наши соотечественники в шутку называют немцев «терминаторами» [Томчин, 2011, с. 206]. Показательным является тот факт, что в немецких ежедневниках (*Terminkalender*) недели нумеруются, и в начале года мероприятия и события планируется на месяцы вперед с опорой на номер недели; ср., например, высказывание немецкого информанта, который в январе при планировании деловой встречи сообщил: *Ich habe Zeit in der 27. Woche* (У меня есть время на 27-й неделе).

Если по каким-либо причинам не соблюдается строгое соответствие между запланированным и фактическим состоянием дел во временной последовательности, нарушается четкий ритм жизни, *deutsche Ordnung* (немецкий порядок), являющийся особенностью немецкой монохронной культуры. Долгосрочное планирование деятельности с неизбежностью влечет за собой необходимость пунктуальности, временной точности относительно соблюдения договоренностей.

Словосочетание *deutsche Pünktlichkeit* (немецкая пунктуальность) является прецедентным, а возможность и частотность употребления прилагательного-этнонима в сочетании с именем концепта является отличительной чертой этноспецифических концептов. При замене прилагательного-этнонима на другой этноним образуется словосочетание, содержащее внутреннее противоречие, граничащее с оксюмороном, ср.: **русская пунктуальность* [Медведева и др., 2011, с. 21].

По данным специального исследования Я.В. Зубковой, слово «пунктуальность» заимствовано из немецкого языка и используется со времен Петра I [Зубкова, 2003, с. 80]. Пунктуальность является важнейшим регулятором поведения человека, определяющим этикетные нормы поведения, регламентирующим или запрещающим действия, так или иначе связанные с точностью во времени [Там же, с. 78]. Выводы по работе являются значимыми для сопоставления концептов: в немецкой монохронной культуре нормы поведения, связанные с пунктуальностью, регламентированы в большей степени; полихронное отношение ко времени в русской культуре допускает меньшую степень пунктуальности; нарушения в соблюдении пунктуальности в немецкой культуре связаны с недостаточной ответственностью человека, а в русской лингвокультуре с недостаточной ответственностью человека и препятствующими обстоятельствами; нарушения пунктуальности в немецкой лингвокультуре более детально охарактеризованы. Показательным является также тот факт, что в немецком языке отсутствует понятие «задерживаться», которое в русской культуре употребляется с целью преуменьшить вину опоздавшего, выразить снисходительное отношение к опозданию [Там же, с. 102]. В немецком языке данной лексеме соответствует *sich verspäten, zu spät kommen* (опоздать, прийти слишком поздно), таким образом, распространенная русская устойчивая фраза «Начальство не опаздывает, а задерживается» не имеет на немецком языке смысла. По данным немецких информантов и по нашим

наблюдениям, в немецком культурном пространстве нарушения пунктуальности влекут за собой строгие санкции. Например, в деловой сфере опоздания связаны с финансовыми убытками; опоздание на консультацию к профессору университета – с невозможностью получения консультации, так как время профессора посвящено следующему по очереди студенту; в сфере здравоохранения строго регламентирован даже период ожидания приема у врача: больной вправе пожаловаться руководству, если врач затягивает прием предыдущего пациента; само собой разумеется, что на прием нужно прибыть к точно назначенному времени – это *Termin*. По мнению А.Н. Приходько, пунктуальность для немцев – это мерило межличностных отношений, уважение одного человека к другому, взятая на себя обязанность ценить свое и чужое время [Приходько, 2011, с. 83].

В двух сопоставляемых языках *время* является ценным ресурсом, в связи с чем в русском языке время можно *иметь, терять, тратить, использовать, найти, выиграть, экономить*, в немецком *die Zeit haben, verlieren, verschwenden, nutzen, finden, gewinnen, sparen*. Однако лишь в немецком языке весьма распространенным является выражение: *Das hat mir viel Zeit gekostet* (букв. это стоило мне много времени), которое свидетельствует о том, что *время* имеет стоимость, сопоставимую с денежной; имеются и устойчивые выражения с семантикой ‘красть, похищать время’: *die Zeit stehlen, die Zeit rauben*. По сравнению с русским словосочетанием *отнимать время* данные выражения имплицитно более ярко выраженную негативную коннотацию. Фразеологизм *dem lieben Gott die Zeit stehlen* (букв. красть время у Господа) интерпретируется в лексикографических источниках немецкого языка как ‘тратить время зря, лентяйничать’.

Как уже отмечалось [Медведева, 2005], в немецком и в русском языках *время* персонифицируется: оно может *идти, бежать, лететь, показывать, требовать, лечить, работать на кого-либо*; аналогичные образы выявлены и в немецком языке:

die Zeit flieht, rennt, verläuft, geht schnell vorbei, zeigt, fordert, heilt, arbeitet für jmdn. Однако лишь для русского языка характерно устойчивое словосочетание *время терпит*, в немецком, напротив, весьма частотным является антонимичное выражение *die Zeit drängt* (букв. время напирает). Показательно также, что имя концепта *Zeit* является компонентом узуального выражения *[Ach] du liebe Zeit!* (букв. Ах ты милое время! – возглас удивления, сожаления, приблизительно: Господи Боже мой! Бог ты мой!), что указывает на значимость изучаемого концепта для немецкой культуры.

Несмотря на то, что изучение лексикографических источников предоставляет обширные возможности для анализа языковой репрезентации концептов в том или ином языке, наиболее «свежие», современные данные о роли концепта в языковом сознании носителей определенного языка и культуры выявляются в ходе экспериментальных исследований. Как известно, методами изучения языкового сознания являются ассоциативный и рецептивный эксперименты. В результате проведенного нами ассоциативного эксперимента среди 50 носителей немецкого и 50 носителей русского языков было получено 185 и 107 ассоциаций соответственно. Показательно, что количество ассоциаций, данных немецкими респондентами, существенно превышает количество ассоциаций носителей русского языка. При обобщении сходных реакций были выявлены следующие концептуальные признаки, которые представлены в порядке убывания в виде семантических групп:

- 1) 'планирование времени': *Planung, Tagesplan, Lebensplanung, Zeit gestalten, Zeit einteilen, Termine, Pünktlichkeit, Genauigkeit, Verabredungen, Zeitrahmen, zeitgemäß*;
- 2) 'недостаток времени': *immer zu knapp (zu wenig), keine Zeit, nie genug, fehlt, Mangel, Stress*;
- 3) 'ценность времени': *Luxus, kostbar, Währung, Geschenk, Mangelware, Zeit haben ist schön*;
- 4) 'быстротечность времени, погоня за временем': *verrinnt, vergeht sehr schnell, vergehen, Vergänglichkeit, Hektik, Eile, Hetze, Beeilung*;
- 5) 'свободное время и возможности его проведения': *Freizeit, Muße, Rast, Nichtstun*,

Entspannung, Urlaub, Hobbys, Sport, Lesen, Gespräche führen, Gemütlichkeit; 6) 'измеримость времени': *messbar in Einheiten, messen, Einteilung in Tage, Monate, Jahre, Tagesabschnitte, Uhr, Sanduhr, Ticken*.

По результатам ассоциативного эксперимента среди русских респондентов наиболее значительной является группа ассоциаций абстрактного характера: 1) «абстракции и философские понятия» *вечность, бесконечность, эфемерность, вселенная, непознаваемость, сознание, пространство*. Далее следуют группы ассоциаций, объединенных на основе следующих концептуальных признаков: 2) «быстротечность»: *быстротечность, очень быстро уходит, бежит, летит, скорость*; 3) «измеримость времени»: *час, минуты, день, часы, стрелки часов, циферблат, песочные часы*. Ассоциации, которые в немецком материале являются частотными, в русском материале являются единичными: *ценное, ценный ресурс, деньги, его безумно мало, всегда не хватает, все успеть*. Показательными представляются образные ассоциации носителей русской культуры: *вода, поток, кукушка, птица, Плутон*.

Сопоставительный анализ ассоциаций показывает, что обнаруживаются отдельные сходства, связанные с общечеловеческим представлением о времени (ассоциации с признаками 'быстротечность', 'измеримость' времени). Однако ассоциативный ряд, представленный носителями немецкой культуры, отличается высокой степенью конкретизации способов использования времени и повышенной значимостью распределения, планирования времени; весьма частотны ассоциации с признаком 'ценность времени'.

В результате рецептивного эксперимента информанты дали субъективные дефиниции имен концептов. Приведенные ниже концептуальные признаки выделены в результате анализа и объединения в группы сходных дефиниций и приводятся в порядке убывающей частотности: 1) дефиниции, содержащие признак 'ценность, экзистенциальная значимость': *ein sehr kostbares Gut; etwas, was kostbar und begrenzt ist; ein wichtiges Gut*;

einziger wirklicher Besitz, etwas wertvolles, was man sinnvoll verbringen muss, ein wichtiges Gut, mit dem die Menschen bewusster umgehen sollten, ein Faktor, der mein Leben bestimmt, ein Begriff, der das gesamte Leben organisiert; 2) дефиниции с признаком ‘измерение, деление на единицы, отрезки’: *Etwas, was in Einheiten messbar ist, Etwas, was in Stunden, Tagen, Jahren gemessen wird, Hilfsmittel zur Terminierung, Messeinheit;* 3) дефиниции, интерпретирующие время как физическую величину либо научное понятие: *physikalische Größe, vierte Dimension in der Physik, etwas, was dem Menschen ermöglicht, die Welt in fassbaren Kategorien zu begreifen.*

В результате анализа дефиниций русских респондентов нами были выявлены следующие группы, также приводимые в порядке убывающей частотности сходных признаков: 1) определения, содержащие признак измерения: *измеритель жизни и бесконечности; счетчик, которым измеряется жизнь; отрезок, промежуток, измеряемый секундами, минутами; универсальный измеритель всех процессов;* 2) «философские» определения, содержащие признаки движения, развития вселенной: *не останавливающееся течение, внутри которого происходит жизнь; течение жизни во вселенной; развитие в движении; постоянное движение в мире; то, что объединяет вечность и бесконечность; движение космического масштаба; четвертое измерение;* 3) определения, содержащие признаки ценности и недостаточности: *то, что мы не видим и до определенного момента не ценим; один из самых ценных человеческих ресурсов, который часто тратят впустую; незаметная вещь, которая лучше чтобы была, чем не было, ценный ресурс, которого постоянно не хватает.* Как можно заметить, определения времени немецкими и русскими респондентами позволяют выявить сходные концептуальные признаки; различия наблюдаются в отношении приоритетности тех или иных признаков.

С целью получения актуальных данных об активно употребляемых носителями немецкого и русского языков

пословицах, поговорках и фразеологизмах респондентам было предложено назвать устойчивые выражения, связанные с изучаемыми концептами. В результате было получено 160 реакций немецких и 76 реакций русских респондентов. Приведем наиболее частотные устойчивые выражения, многократно повторяющиеся в анкетах, в порядке убывания частотности: *Zeit ist Geld; time is money; kommt Zeit, kommt Rat; Zeit heilt alle Wunden; sich die Zeit nehmen; alles zu seiner Zeit; jemandem die Zeit stehlen, rauben; Morgenstunde hat Gold im Munde; keine Zeit!* Следует отметить большое разнообразие приведенных немецкими респондентами единичных устойчивых выражений, в которых отражается отношение немецкого народа к пунктуальности (*5 Minuten vor der Zeit ist die deutsche Pünktlichkeit, Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige*), рациональному использованию времени (*Zeit nutzen, die Zeit einteilen, dafür ist die Zeit zu schade*), нерациональности спешки (*Eile mit Weile; Gott gab uns die Zeit, von der Eile hat er nichts gesagt*).

Реакции русских респондентов отличаются меньшим разнообразием – в 50% реакций повторяется пословица *делу время, потехе час*, далее в порядке убывающей частотности следуют *время – деньги, время лечит, всему свое время, лучше поздно, чем никогда*. Среди индивидуальных реакций следует отметить противоположные установки в отношении времени: *время не ждет, время не дремлет и время терпит, вагон времени*.

Как представляется, значительное преобладание в количественном отношении и разнообразии немецких устойчивых выражений, объективирующих концепт *Zeit*, приведенных респондентами, является еще одним свидетельством значимости концепта для немецкой лингвокультуры.

В целом итоги нашего исследования позволяют заключить, что, наряду с наличием универсальных признаков в структуре концептов *Zeit* и *время*, наблюдаются значительные различия, обусловленные своеобразием сопоставляемых культур. Универсальным является понимание времени как ценного

ресурса, которым можно распоряжаться, измеримого в определенных единицах, а также восприятие времени как движения. В сопоставляемых лингвокультурах время персонифицируется и приобретает антропоморфные признаки. Однако языковые факты позволяют сделать вывод о том, что время представляет особую ценность в немецкой культуре, а в структуре концепта выделяются концептуальные признаки *'Planmäßigkeit'* (планомерность) и *'Genauigkeit'* (точность), не являющиеся значимыми признаками соответствующего концепта в русской концептосфере. По нашему предположению, значимость концепта *Zeit* связана с доминирующей ролью базового немецкого концепта *Ordnung* в немецкой концептосфере. По данным специального исследования данного концепта [Опарин, 2010, с. 81], синонимами имени концепта *Ordnung*, входящими в его понятийное ядро, являются *Genauigkeit* и *Planmäßigkeit*, которые мы выделили в качестве концептуальных признаков концепта *Zeit*. Таким образом, концепт *Zeit* системно связан с концептом *Ordnung*. Наличие «немецкого порядка» предопределяет «немецкую точность», «немецкую пунктуальность», а также значимость планирования времени и его большую ценность.

Нами было также проведено экспериментальное исследование, участниками которого стали две группы информантов – представители русской и немецкой лингвокультур, пребывавшие в чужой (русской или немецкой) культурной среде от 5 месяцев до 1 года в рамках академической либо профессиональной мобильности, различного рода стажировок и молодежных обменных программ [Медведева, Аркалова, 2016]. В эксперименте участвовали 50 человек в возрасте от 20 до 35 лет, по 25 представителей русской и немецкой лингвокультур. Респондентам было предложено описать свой опыт в форме коротких сочинений на родном языке с опорой на следующие вопросы (для представителей немецкой лингвокультуры вопросы были сформулированы на немецком языке): 1. Каковы были Ваши представления об отношении

ко времени в Германии / России до поездки? Насколько они совпали с реальностью? 2. Возникали ли у Вас сложности в процессе адаптации (связанные с восприятием времени в иной культуре)? 3. В какой мере Вам удалось адаптироваться к немецкой / русской культуре (в плане отношения ко времени)?

Обратимся к анализу высказываний представителей русской лингвокультуры, касающихся первого вопроса. Часть респондентов (24%) сообщает об отсутствии определенных представлений о восприятии времени в немецкой лингвокультуре: *«О времени никаких стереотипов не было, я не задумывалась об этом»*, однако большинство авторов сочинений (76%) упоминает стереотип о немецкой пунктуальности, о ценности и важности времени в немецкой культуре, о тенденции к долгосрочному планированию: *«То, что немцы гиперпунктуальные слышали все, я в том числе»*; *«Я думала, что вообще время – самое важное, что есть у немца»*; *«Были стереотипы, например, что с немцами надо договариваться за две недели о встрече»*.

Что касается представителей немецкой лингвокультуры, некоторые информанты (36%) также не имели определенных представлений об отношении ко времени в русской культуре: *Bevor ich nach Russland gefahren bin, habe ich mir keine Gedanken über Zeitwahrnehmung gemacht. Ich war nicht darauf vorbereitet, dass es Unterschiede zwischen Deutschland und Russland geben könnte* (До поездки в Россию я не задумывалась о восприятии времени. Я была не подготовлена к тому, что между Германией и Россией могут быть различия). Немецкие респонденты упоминали также стереотип о немецкой нации как самой пунктуальной: *Als Deutscher sieht man sich weltweit dem Vorurteil gegenüber, alle Deutschen sind pünktlich. Das hat zu Folge, dass die Deutschen davon ausgehen, dass der Rest der Welt unpünktlich ist* (Мы, немцы, сталкиваемся по всему миру со стереотипом, что все немцы пунктуальны. Поэтому мы исходим из того, что в остальном мире люди непунктуальны); *Das ist auch ein Stereotyp in Deutschland, dass alle anderen Nationen “nachlässiger”*

im Umgang mit der Zeit sind als wir (В Германии существует стереотип, что все остальные нации обращаются со временем более «небрежно», чем мы).

Таким образом, анализ рассуждений респондентов позволил выявить стереотип о немецкой пунктуальности у большинства русских респондентов, немецкие информанты также осознают существование данного стереотипа о немецкой нации. Дальнейший анализ текстов сочинений позволяет выявить гипертрофированный характер стереотипов, отмеченный представителями обеих исследуемых культур: *Стереотип о том, что они всегда точны во времени, остался просто стереотипом; Mit fiel auf, dass doch sehr viel mehr Menschen Wert auf Pünktlichkeit legen, als ich mir vorstellen konnte* (Я заметил, что люди все же ценят пунктуальность намного больше, чем я мог себе представить). Тем не менее, в целом стереотипные представления подтвердились в процессе межкультурного взаимодействия, и, несмотря на кажущуюся готовность к культурным различиям, у представителей обеих лингвокультур возник ряд проблем, связанных с восприятием времени в иной культуре.

Основываясь на высказываниях русских респондентов, можно выделить следующие основные блоки проблем:

- 1) проблемы, связанные с типичным для представителей немецкой культуры и нетипичным для русских информантов четким распределением, структурированием времени: *Особую пунктуальность я заметила в рабочих моментах: все работают строго по времени, есть установленные перерывы, и отдыхать, взять телефон нельзя вообще, если сейчас не перерыв;*
- 2) проблемы, связанные с пунктуальностью, точным соблюдением сроков и договоренностей: *На немцев можно положиться, если дело какое-то важное, можно быть спокойным, все будет в срок, но иногда у них это доходит до маразма;*
- 3) проблемы, связанные с долгосрочным планированием времени: *Целый день расписан по времени, завтрак ровно в 7, ужин в 7, на стене висит календарь на весь год, в который*

вписаны имена каждого члена семьи и мероприятия на ближайшие 3 месяца; С одной стороны, мне нравится такая пунктуальность, люблю, когда все известно, тем более, когда мои планы зависят от других людей, но с другой стороны, я не могу быть уверена в своих планах, чтобы с уверенностью сообщить о них кому-либо еще. Анализ текстов русских информантов в целом позволяет говорить о том, что трудности возникали в тех ситуациях, когда им в Германии не хватало гибкости в отношении ко времени, присущей русской культуре.

Анализ текстов сочинений представителей немецкой лингвокультуры позволяет выявить иные проблемы, возникшие в процессе межкультурной коммуникации: 1) иное членение времени на рабочее и свободное время, отсутствие строгого разграничения профессиональной и личной сфер: *Es war üblich, an vielen offiziellen oder persönlichen Feiertagen sich zusammzusetzen, Tee zu trinken und Gratulationen auszusprechen, also sich für die Feierlichkeiten auch wirklich Zeit zu nehmen* (Было принято вместе отмечать все официальные и неофициальные праздники: пить чай, поздравлять друг друга, то есть уделять праздникам много времени); 2) иное отношение к использованию свободного времени: *Ich habe eigentlich im Zug nie jemanden arbeiten sehen. Die Fahrtzeit wurde zur Erholung genutzt* (Я никогда не видела, чтобы в поезде кто-то работал. Время в пути используют для отдыха); 3) проблемы, связанные с отсутствием пунктуальности, неточным соблюдением сроков и договоренностей: *Grundsätzlich verstehe ich es nicht, wieso die Russen nicht pünktlich sind. Alles geht viel einfacher, wenn sich jeder an vereinbarte Zeiten hält* (Я совершенно не понимаю, почему русские не пунктуальны. Всё гораздо проще, когда каждый придерживается установленных сроков); 4) проблемы, связанные с краткосрочным планированием дел и необходимостью предпринимать совместные усилия для их быстрого выполнения: *Einige Dinge sind weniger fest durchgeplant und passieren kurzfristig, dann müssen alle mitmachen, oder "springen" wie man sagt* (Многие дела распланированы нечетко

и возникают внезапно, и когда что-то нужно выполнить за короткий срок, все должны включиться в работу (букв. «прыгать»); *Man macht morgens Pläne für den Tag oder Abend. Eine Woche oder weiter in die Zukunft zu planen fällt nicht so leicht. Pläne können und werden kurzfristig verändert* (Утром строят планы на день или вечер. Планировать на неделю вперед или более удается с трудом. Планы могут внезапно поменяться, и действительно меняются).

Следует отметить, что как немецкие, так и русские респонденты указывали на различие между сферой бытового общения и сферой официальной, профессиональной коммуникации. При этом представители немецкой культуры отмечают, что в межличностном общении вне профессиональной сферы проблем практически не возникало: *Im Alltag und unter Freunden war das meist kein Problem* (В повседневной жизни и с друзьями проблем обычно не было). Представители русской культуры, напротив, наиболее остро ощущали отсутствие спонтанности и гибкости при межличностном общении в сфере личной жизни: *У тебя вечером вдруг никаких дел нет, а ты даже никого толком пригласить не можешь, потому что у всех дела; О встречах стараются сообщать как можно раньше, даже пригласить в гости – за пару недель обязательно! Это, с одной стороны, хорошо, а с другой, немного может напрягать.*

Как показывает анализ экспериментальных данных, процесс адаптации проходил у представителей обеих культур достаточно успешно, однако, с некоторыми отличиями. Для представителей немецкой лингвокультуры характерна «пассивная» адаптация – респонденты «смирялись» с существующим порядком вещей, понимая, что бессильны что-либо изменить: *Zu Beginn war ich oft ungeduldig, dann habe ich eingesehen, dass ich daran natürlich nichts ändern kann, und mit der Zeit habe ich weniger vorausgesetzt und weniger geurteilt* (Сначала я часто была нетерпелива, но затем я поняла, что я в этом ничего не смогу изменить, и со временем начала меньше планировать и меньше давать оценок). По словам респондентов, то, что стало бы предметом критики в Германии, не осуждалось

ими в России: *Unpünktlichkeit mag ich persönlich nicht, kann aber in einer anderen Kultur damit besser umgehen, als in meinem Heimatland* (Лично я не люблю непунктуальность, но в чужой культуре отношусь к ней проще, чем у себя на родине).

Русские респонденты отмечают, что они активно адаптировались к немецкому ритму жизни – старались быть более пунктуальными, строить относительно долгосрочные планы. Следует отметить, что во многом к адаптации такого рода их вынуждала немецкая действительность – например, строго установленные часы работы учреждений, что оценивалось представителями русской культуры положительно: *В воскресенье все закрыто и нужно заранее все планировать, но мне это нравится, воскресенье получается настоящим выходным; Немцы не стоят в очередях в больницу, банк или администрацию. Везде есть запись. И это тоже очень удобно.* В целом, за исключением строгого и долгосрочного планирования в сфере личной жизни, русские информанты позитивно оценивают отношение ко времени в Германии.

Большинство немецких респондентов (80 %) не высказали положительной оценки отношения ко времени в России. Описывая восприятие времени в русской лингвокультуре, они используют следующие лексемы, содержащие негативные коннотации: „*unberechenbar*“ (непредсказуемо), „*nicht streng*“ (нестрого), „*unpünktlich*“ (непунктуально), „*unverbindlich*“ (необязательно), „*nachlässig*» (небрежно), „*weniger fest durchgeplant*“ (менее четко спланировано). Можно предположить, что данные оценки вызваны отсутствием в русской культуре одного из ключевых концептов немецкой лингвокультуры – *Sicherheit* (уверенность, надежность, защищенность, безопасность); см. подробнее о данном концепте [Медведева, 2011, с. 46-52]. Однако в сочинениях немецких респондентов встречаются и лексемы, свидетельствующие о положительном восприятии специфики отношения ко времени в русской культуре: „*flexibel*“ (гибко), „*human*“ (гуманно).

Подводя итог анализу данной части экспериментальных данных, можно сделать следующие выводы. Культурные стереотипы присутствуют в языковом сознании информантов – в первую очередь это культурный стереотип о пунктуальности представителей немецкой культуры. Наличие стереотипов не препятствует, а в определенной степени способствует подготовке к процессу культурной адаптации. Несмотря на частичное совпадение ожиданий и реальности, в процессе межкультурной коммуникации возникает ряд проблем, связанных с пунктуальностью, долгосрочным / краткосрочным планированием, четким / нечетким распределением времени, четким / нечетким разграничением профессиональной и личной сфер в немецкой и русской лингвокультурах. Данные проблемы решались в ходе культурной адаптации, проходившей либо пассивно (немецкие респонденты), либо достаточно активно (русские респонденты). Исследование позволяет также сделать вывод об обусловленности восприятия времени ключевыми концептами отдельных лингвокультур. Специфика отношения ко времени в немецкой лингвокультуре связана со значимостью в немецкой концептосфере концептов *Ordnung* (порядок), *Sicherheit* (уверенность, надежность, защищенность, безопасность), *Genauigkeit* (точность) [Медведева, Опарин, Медведева, 2011]. Ценности, воплощенные в данных концептах, определяют восприятие времени в немецкой лингвокультуре. Таким образом, в зависимости от доминирующей роли тех или иных концептов в концептосферах отдельных национально-культурных общностей различается и концептуализация таких универсальных концептов, как время.

ЛИТЕРАТУРА

Баруздина С.А. Лингвокультурный концепт «Время» в метафорических репрезентациях (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. Смоленск, 2009. 188 с.

Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005. 544 с.

Зубкова Я.В. Концепт «пунктуальность» в немецкой и русской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 209 с.

Колесов В.В., Пименова М.В. Языковые основы русской ментальности: учебное пособие. Кемерово: Кем-ГУКИ, 2011. 136 с.

Мамонова Ю.А. Имя *время* и *cas* в аспекте теории концепта (на материале русского и чешского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2006. 20 с.

Медведева Д.И. Языковая репрезентация концепта «запрет» в общественных знаках: дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2008. 195 с-

Медведева Т.С. Опыт лингвокультурологического анализа концептов «время» и «Zeit» // Материалы VII научно-практической конференции. Ч. 1. Ижевск, 2005. С. 260-263.

Медведева Т.С. Концепт SICHERHEIT в немецкой лингвокультуре // Вестник Удмуртского университета. История и филология. 2011. № 2. С. 46-52.

Медведева Т.С., Опарин М.В., Медведева Д.И. Ключевые концепты немецкой лингвокультуры: монография. Ижевск: Удмуртский университет, 2011. 160 с.

Медведева Т.С. Концептуализация времени в немецкой и русской лингвокультурах // Филология и человек. 2012. № 4. С. 64-75.

Медведева Т.С., Аркалова М.А. Восприятие времени в русской и немецкой лингвокультурах (на материале экспериментальных данных) // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 4. С. 149-157.

Опарин М.В. Языковая репрезентация базового этноспецифического концепта: синхронно-диахронный аспект: дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2010. 182 с.

Пименова М.В. Специфика вербализации концепта *время* в русской языковой картине мира // Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы: материалы III Международной научно-практической конференции. Т. 2. Актуальные проблемы лингвистики. Волгоград: Парадигма, 2010. С.253-263.

Приходько А.Н. Регулятивно-валоративный концепт PÜNKTLICHKEIT в немецкой лингвокультуре // Когнитивная лингвистика: новые парадигмы и новые решения. М.: ИЯ РАН, 2011. С 82-89.

Сергиева Н.С. Пространство и время жизненного пути в русском языковом сознании. СПб: Наука, 2009. С. 82-89.

Томчин А.Б. Наблюдая за немцами. Скрытые правила поведения. М.: РТПОЛ классик, 2011. 528 с.

Точилина Ю.Н. Концепт Zeit в немецкой языковой картине мира: дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2005. 253 с.

Чугунова С.А. Концептуализация времени в разных культурах: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Тверь, 2009. 44 с.

Щербина В.Е. Концепт «время» во фразеологии немецкого и русского языков: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2006. 209 с.

Яковлева Е.С. Фрагменты языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994. 344 с.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Для каких европейских стран, по Вашему мнению, характерны линейная и цикличная модели времени?
2. Каковы различия в членении суток русскими, немцами и другими народами Европы и в их распорядке дня?
3. Какие приоритеты в восприятии времени немцами и русскими были выявлены в ходе ассоциативного и рецептивного экспериментов?

4. В каких ситуациях возможно межкультурное недопонимание из-за различий в восприятии времени представителями разных лингвокультур?
5. Найдите аналоги латинских крылатых выражений в изучаемых европейских языках: *Tempus consilium dabit*; *Tempus fugit*; *Dens temporis*; *Tempora mutantur, et nos mutamur in illis*.

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Результаты опроса информантов – носителей изучаемых Вами иностранных языков.
2. Опыт общения с представителями разных культур, в котором проявилась специфика отношения ко времени.
3. Роль тайм-менеджмента в разных культурах.
4. Фразеологизмы и устойчивые словосочетания в разных языках с компонентами время, *time*, *temps*, *tiempo*.

2. КОНЦЕПТЫ ПРОСТРАНСТВО И RAUM

Концепт *пространство*, рассматриваемый как ментальное образование, объективированное языковыми средствами, является интереснейшим объектом для изучения. Понятия *пространства* и *времени* относятся к основным категориям бытия, рассматриваются как основные формы существования материи. Изучению именно *абстрактных понятий* пространства и времени посвящены многие труды представителей немецкой классической философии – И. Канта, Г. Гегеля, Л. Фейербаха, Ф. Шеллинга, А. Шопенгауэра. В их работах пространство рассматривается как идеальная сущность (*absoluter Raum*), бытие (*Raum des Seins*), пространство и время как формы созерцания (*Raum und Zeit sind Formen des Anschauens*) [Digitale Bibliothek, 2000]. Мы исходим из понимания концепта как «сгустка культуры в сознании человека» [Степанов, 2004], в котором подчеркивается его обусловленность культурой отдельного национально-культурного сообщества. Культурная обусловленность концепта предполагает, что для его изучения необходимо привлечение широкого контекста культуры, запечатленной в трудах философов, культурологов, в произведениях художественной литературы, фольклоре, а также в текстах массовой коммуникации. В связи с тем, что отражение мира в языковых картинах мира разных народов имеет творческий, субъективный характер, а также различаются и геополитические факторы, оказывающие влияние на формирование национальной ментальности, можно предположить, что вероятность полного тождества универсальных концептов в разных национально-культурных сообществах невелика и при их сопоставлении выявляется определенная специфика. С целью верификации данной гипотезы нами предпринято комплексное исследование концепта *пространство* в русской лингвокультуре и его аналога *Raum* в немецкой лингвокультуре.

В отличие от немецких философов, разрабатывавших учение об абстрактном пространстве, в трудах русских философов просматривается эмоциональное отношение к пространству и формулируется идея о влиянии больших пространств на русскую ментальность. Н.А. Бердяев связывает широту русской души с необъятностью пространства: «Эти необъятные русские пространства находятся и внутри русской души и имеют над ней огромную власть. Русский человек чувствует себя беспомощным овладеть этими пространствами и организовать их. Широк русский человек, широк как русская земля, как русские поля» [Бердяев, 1998, с. 326-327]. По словам В.В. Колесова, простор и есть основной образ русской ментальности [Колесов, 2007, с. 132]. Д.С. Лихачев также размышляет о влиянии большого пространства на русскую ментальность, в частности на формирование русского этноспецифического концепта *воля*: «Широкое пространство всегда владело сердцем русским. Оно вылилось в понятия и представления, которых нет в других языках. Чем, например, отличается воля от свободы. Тем, что воля вольная – это свобода, соединенная с простором, ничем не огражденным пространством» [цит. по: Шмелев, 2005, с. 60].

Концептуализация *пространства* привлекает внимание многих отечественных лингвистов. Фундаментальный труд «Логический анализ языка. Языки пространств» посвящен рассмотрению лексических и грамматических средств, отображающих пространственные отношения и параметризацию *пространства* в русском и некоторых других языках, анализу пространственных метафор, а также картины *пространства* в художественных текстах разных авторов [Логический анализ, 2000]. Особый интерес в контексте нашего исследования привлекают культурологически ориентированные труды И.Б. Левонтиной и А.Д. Шмелева. А.Д. Шмелев пишет о «пространственной составляющей русской души» [Шмелев, 2002], в совместной работе «Родные просторы» авторы высказывают мнение, что тема пространственной беспредельности является одним

из структурообразующих элементов русской культуры [Левонтина и др., 2012, с. 35].

Иное отношение к пространству наблюдается в немецкой культуре. Немецкая ментальность и культура формировались на относительно небольшом пространстве. Однако и это ограниченное пространство было в течение веков раздроблено на отдельные территории, различавшиеся законодательством, религиозными и культурными особенностями – к началу XIX в. существовало более тысячи небольших территорий, представлявших из себя государства в миниатюре. Немецкие историки и культурологи употребляют при их характеристике словосочетание «*enger Lebensraum*» (букв. тесное жизненное пространство) [Bausinger, 2005, S. 49; Schroll-Machl, 2003, S. 158]. «Недостаток жизненного пространства» являлся одной из основ идеологии нацистов. В 1926 г. вышел в свет роман Г. Гримма «*Volk ohne Raum*» (народ без пространства), провокационные идеи которого были использованы нацистами в их захватнической политике [Bausinger, 2005, S. 51].

Анализируя немецкий концепт *Raum*, нельзя оставить без внимания весьма значимое для немцев понятие «*der eigene Raum, der private Raum*» (личное пространство). Это понятие включает много аспектов, как материального, так и ментального плана. К нему относится, например, отграничение жилища при помощи большого количества предписывающих знаков, посредством которых запрещается вход на частные территории [Медведева, 2008; Медведева, 2009]. Многие наблюдатели регистрируют большое значение дверей, всегда закрытых как в частных, так и в общественных помещениях, а также невозможность зайти в помещение без стука и полученного разрешения. В понятие «личное пространство» входит и значительная физическая дистанция между людьми при разговоре, избегание тактильных контактов (кроме рукопожатия), значительное расстояние между людьми, стоящими в очереди либо едущими в общественном транспорте. В качестве вторжения в личное пространство в переносном смысле

немцами воспринимаются вопросы личного характера от людей, не являющихся близкими друзьями, что типично для русской культуры (ср. например, вопросы попутчиков в поезде «Куда Вы едете?», «Где работаете?» и т. п.). В целом для немецкой культуры типично четкое разграничение сфер частной и общественной жизни человека (*Innenraum und Außenraum*) и соблюдение дистанции между людьми (как в прямом, так и в переносном смысле) [Schroll-Machl, 2003, S. 137-139].

Осветив основные аспекты концептуализации пространства в русской и немецкой культурах, обратимся к сопоставительному анализу лексического материала русского и немецкого языков, который предпринят в нашем исследовании [Медведева, 2010].

Анализ семантики имен концептов по данным обобщенных дефиниций русской и немецкой лексикографии показал, что имеется ряд сходств и различий в признаковой структуре имен концептов.

В лексикографических источниках русского языка зафиксировано от трех до пяти значений имени концепта *пространство*: 1) *неограниченная протяженность (во всех измерениях, направлениях)*. Филос. *Одна из основных всеобщих объективных форм существования материи, характеризующаяся протяженностью и объемом*. 2) *место, способное вместить что-л.* 3) *промежуток между чем-л.* 4) *большой участок земной поверхности, неограниченная видимыми пределами протяженностью*. 5) *устар. промежуток (времени)*. В толковых словарях, появившихся в XXI в., выделяется переносное значение лексемы: *область распространения чего-л., пределы, сфера воздействия каких-н. факторов, распространения чего-н., правовое пространство, культурное пространство эпохи*. В современном лексикографическом источнике переносное значение имени концепта выходит на первый план и эксплицируется примерами: *единое таможенное пространство, единое экономическое пространство, постсоветское пространство* и др.

Рассмотрим характеристики понятийного ядра концепта *Raum*, зафиксированные в немецких лексикографических источниках. *Raum* 1) *von Wänden, Boden und Decke umschlossener Teil eines Gebäudes*; 2) *in Länge, Breite und Höhe fest eingegrenzte Ausdehnung*; 3) (geh.) *für jmdn. oder etwas zur Verfügung stehender Platz*; 4) a) *geographisch-politischer Bereich*; b) *Bereich, in dem etwas wirkt: der kirchliche, geistige, politische Raum*; 5) *in Länge, Breite und Höhe nicht eingegrenzte Ausdehnung: der unendliche Raum des Universums*.

Сопоставительный анализ обобщенных дефиниций имен концептов показывает, что в большей части компонентов понятийной составляющей имен концептов наблюдается сходство: в сопоставляемых языках выделяются универсальные признаки концепта ‘неограниченная протяженность во всех измерениях’, ‘место для размещения чего-либо’, ‘значительный по размеру участок земной поверхности’. В немецком языке также обнаруживается переносное значение лексемы *Raum*, сходное с русским ‘сфера воздействия каких-либо факторов’. Однако дефиниционный анализ показывает, что имя немецкого концепта *Raum* объединяет в своем значении как абстрактные, так и конкретные признаки. На это указывает лексико-семантический вариант имени концепта, приводящийся в качестве первого значения всеми современными лексикографическими источниками немецкого языка: ‘часть здания, ограниченная стенами, полом и потолком’ т. е. *помещение, комната*. Лексема *Raum* обозначает также и отдельный регион и употребляется в сочетании с топонимами: *im Raum Hamburg, der Raum um Berlin* и т. п., что не характерно для русской лексемы *пространство*.

Для изучения объективации концепта в сопоставляемых языках показательным является также анализ синонимов имен концептов *пространство* и *Raum*. Синонимами имени концепта *пространство* по данным русских лексикографических источников являются лексемы *простор, приволье, раздолье, ширь, даль*. *Простор* – 1) *свободное, обширное, далекое, видимое пространство, не стесненное ничем по трем размерам своим*;

2) свобода, воля, раздолье; отсутствие каких-либо ограничений, стеснений в чем-либо. Приволье – 1) широкое просторное место, открытое свободное пространство; 2) свобода, отсутствие всякого стеснения, ограничения, вольная жизнь, избыток во всем. Раздолье – 1) простор, широкое свободное пространство; 2) отсутствие ограничений, полная свобода. Ширь – 1) широкое пространство, видимое глазом, простор; 2) (разг.) ширина. Даль – 1) (разг.) далеко расположенное, отдаленное место, глушь; 2) (поэт.) далеко простирающееся пространство. Как видно из дефиниций синонимов, в них содержится признак ‘большие размеры пространства’; лексемы *простор*, *приволье*, *раздолье* имеют переносное значение. Детальный анализ указанных лексем представлен в работах А.Д. Шмелева и И.Б. Левонтиной [Левонтина, Шмелев, 2005, 2012].

Синонимический ряд имени концепта *Raum* представлен синонимами, конкретизирующими следующие признаки ‘помещение’: *Zimmer*, *Räumlichkeit*, *Stube*, *Wohnraum*, *Halle*, *Saal*, *Büro* и. а.; ‘протяженность, расстояние’: *Abstand*, *Entfernung*, *Strecke*, *Zwischenraum*, *Distanz*; ‘регион’: *Areal*, *Bereich*, *Bezirk*, *Fläche*, *Gebiet*, *Gegend*, *Region*, *Sektor*, *Territorium*, *Zone*; ‘неограниченная протяженность во всех измерениях’: *Weltraum*, *Universum*, *Weltall*, *Kosmos*. В качестве синонимов приводятся также *Platz* (место), *Auslauf*, *Spielraum* (перен. возможность свободного передвижения, свободы действий), *Weite* (даль, длина, ширина).

Сопоставительный анализ синонимов приводит к выводу о значительном различии в концептуализации пространства репрезентантами немецкого и русского концептов. В русском языке на первый план выдвигается эмоциональное отношение к большим пространствам, обусловившее превалирующие позитивные коннотации синонимов имени концепта, а также связь лексем *простор*, *приволье*, *раздолье* с русским этноспецифическим концептом *воля* (отсутствие каких-либо ограничений). Данные синонимы не имеют эквивалентов в немецком языке и могут быть переданы лишь описательным

путем. Их приблизительные соответствия в немецком языке лишены позитивных коннотаций и характеризуются рациональным восприятием пространства. Так, лексема *Weite* наряду со значением «значительная пространственная протяженность, бесконечность»: *unermessliche Weite, die Weite des Landes*, имеет также значения «длина» и «ширина, диаметр»: *beim ersten Sprung erreichte sie eine beachtliche Weite; die Öffnung des Gefäßes hat eine geringe Weite*.

Особая значимость больших пространств для русской ментальности отражена в русской художественной литературе и поэзии, причем предпочтение отдается эмоционально окрашенным синонимам имени концепта. Приведем лишь некоторые примеры: *Сюда, по новым им волнам, / все флаги в гости будут к нам, и запируем на просторе* (Пушкин); *Русь! ... Онемела мысль перед твоим пространством. Что прочит сей необъятный простор?* (Гоголь); *Весь безбрежный степной простор кажется осыпанным тонкой золотой пылью* (Куприн); *И знакомые взору просторы / Уж не так под луной хороши. / Буераки...пеньки...косогоры / Опечалили русскую ширь* (Есенин); *Теперь уж деревья не заслоняли простора и можно было видеть небо и даль* (Чехов); *Кругом все та же даль и ширь* (Некрасов). *Какой во всем простор гигантский! / Какая ширь! / Какой размах!* (Пастернак); *Смотри, как на речном просторе ...* (Тютчев); *Привольем пахнет дикий мед ...* (Ахматова); *На солнце, на ветер, на вольный простор ...* (Цветаева).

Эмоциональный заряд, содержащийся в репрезентантах концепта, активно используется также и в песенном творчестве (народном и авторском): *Уж ты поле мое, поле чистое / Свет раздолье мое, ты широкое ...; Широки у нас просторы, необъятные края / В синей дымке встали горы и раскинулись моря...; Эх ты, русское наше приволье / Краю нет на луга и поля / Ты – широкое наше раздолье / Ты – родимая мать земля; Ой ты, степь широкая, степь раздольная; Вниз по матушке по Волге, по широкому раздолью; Широка страна моя родная ...;*

Зелеными просторами легла моя страна ...; Вижу чудное приволье / Вижу нивы и поля / Это русское раздолье / Это русская земля!; Открой нам, Отчизна, просторы свои / Заветные тайны открой ненароком ...; Я ухожу по шпалам на простор / Своей нескладной, но большой страны; Вместе весело шагать по просторам ... и т. д..

Проанализированный нами материал немецкого языка позволяет заключить, что при концептуализации пространства немецким языковым сознанием просматриваются иные тенденции. Языковая репрезентация концепта *Raum* в художественной литературе изучалась на основе анализа 50 000 страниц электронной библиотеки шедевров немецкой классической философии и литературы XVIII-XX вв. [Digitale Bibliothek, 2000], что позволило выявить следующие концептуальные признаки: 1. ‘помещение’ *Der Schule Raum erheitert, zu lichthem Saal erweitert* (Goethe); *Freut euch in dem engsten Raum. Was beglückt, es ist kein Traum* (Goethe); *Er ging einige Male in dem engen Raum des Zimmers auf und ab* (Kafka). 2. ‘место’ *Raum ist in der kleinsten Hütte für ein Glücklich liebend Paar* (Schiller); *Für eine Freundin hat die kleinste Hütte Raum* (Wieland); *Auf einen kleinen Raum im Schatten war ich gebannt* (Novalis). 3. ‘ограниченное пространство’: *So lieblich saßest du behütet in einer Laube grünem Raum* (Brentano); *Es ist ein gar beschränkter Raum, man sieht nichts grünes, keinen Baum* (Goethe); *Der Kern allein im schmalen Raum verbirgt den Stolz des Waldes, den Baum* (Schiller); *Sie gingen suchend durch den sonnigen Raum* (Storm). 4. ‘неограниченная протяженность во всех измерениях, небосвод’: *im himmlischen Raum erblühen die Sterne* (Brentano); *Und leuchtet neu, gesellig, unter Sternen im lichtbesäten Raum* (Goethe). В поэтических произведениях встречается концептуальная метафора *сердце-дом*, в котором тесно, нет места, его пространство полностью занято чем-либо: *In ihrem Herzen war kein Raum mehr; es war von der Liebe zu Eduard ganz gedrängt ausgefüllt; Man füllt ihn gleich im engen*

Raum des lieb-lebendigen Herzens (Goethe). В пространстве сердца может наступить ночь: *Ich sah dich ja im Traum, und sah die Nacht in deines Herzens Raum* (Heine). Признаки пространства (глубина, высота) отмечаются и у души: *In der Seele tiefsten Raum ...* (Heine); *In des Gemüts höheren Raum zog mit ihren Mächten die Seele der Welt* (Novalis).

В целом анализ материала показывает, что эмоциональное отношение к большим пространствам не характерно для немецкой литературы и поэзии. Это объясняется, на наш взгляд, как лингвистическими факторами (отсутствие в немецком языке репрезентантов концепта *Raum* с позитивными коннотациями), так и особенностями немецкой ментальности, которая сформировалась под влиянием геополитических факторов. При описании больших пространств немецкие авторы используют нейтральное определение *weit* (далекий, дальний, обширный, широкий): *die weite Landschaft, Gegend, Heide, Ebene, Tiefland, Ferne*. По нашему предположению, немецкий концепт *Raum* связан скорее не с широтой пространства (*просторами*), а с его ограниченностью; русскому *простору* может быть противопоставлен немецкий концепт *Enge*. Лексема *Enge* не имеет однословного эквивалента в русском языке, ее можно описательно передать «нехватка места, скудность пространства, теснота». Немецкие лексикографические источники толкуют данную лексему как *Mangel an Raum oder an der Möglichkeit, sich zu bewegen* (недостаток пространства или возможности передвижения). Однако, по мнению немецких исследователей, *Enge* не сводится только к внешним обстоятельствам, это более общее понятие, своего рода моральная категория [Bausinger, 2005, S. 52]. О позитивной оценке данного концепта свидетельствуют немецкие пословицы, в которых проводится мысль о предпочтительности небольшого пространства: *Eng und wohl ist besser als weit und wehe; Nicht weit, nicht groß, doch sorgenlos; Das Breite allein macht das Meer nicht; Klein, aber gemütlich*. Позитивное отношение к небольшому пространству связано с характерной для немецкой ментальности

потребностью в защищенности и безопасности, которую воплощает немецкий этноспецифический концепт *Gemütlichkeit* (см. подробнее: [Медведева, 2009]).

Немецкие народные песни также являются ярким свидетельством особенностей концептуализации пространства, присущих немецкой ментальности. В отличие от русских песен, которые, как правило, посвящены России в целом, в немецких песнях воспевается часть Германии, «малая родина», небольшое, знакомое человеку с детства пространство [Nuss, 1993, S. 178]. Характерно, что немецкие народные песни изобилуют топонимами, называющими те или иные местности: *Oberfranken ist mein schönes Heimatland / Wo der Main sich schlängelt wie ein Silberband; Heimweh nach dem schönen, grünen Marschenland / Wo die Nordseewellen spülen an den Strand; Gott geht durch die Fluren, segnet Frankenwald / Kehrst du wieder einst und suchst die Jugendzeit; Steige hoch, du roter Adler, hoch über Sumpf und Sand, hoch über dunkle Kiefernwälder / Heil mein Brandenburger Land; Dann seufz ich still und flüst're leise / Mein Schlesierland, mein Heimatland / Wir sehen uns wieder am Oderstrand; Freund, es zieht mich immer wieder / Unter unser Sternenzelt / Siebenbürgen, treue Heimat, / bist die schönste auf der Welt.*

С целью изучения функционирования репрезентантов изучаемых концептов на современном этапе нами был проведен анализ российских и немецких периодических изданий («Известия», «Комсомольская правда», «АИФ», «Московский комсомолец»; «Die Welt», «Der Spiegel», «Frankfurter Allgemeine», «Berliner Zeitung», «Bild Zeitung»). Было установлено, что в российских изданиях наиболее частотным является использование имени концепта *пространство* в значении «область распространения чего-л., пределы, сфера воздействия каких-н. факторов»: *медиа-пространство, интернет-пространство, мультимедийное, виртуальное, пространство Сети, электронное пространство, постсоветское, единое экономическое, правовое, образовательное, информационное, культурное, предвыборное, политическое, безвизовое, торговое,*

коммуникативное, конфессиональное пространство и т.п. Активно используются в публицистике и репрезентанты концепта *простор, приволье, раздолье*. Лексема *простор* реализуется, в большинстве случаев, в значении ‘отсутствие каких-либо ограничений’: *простор для фантазии, воображения, маневра, действий, размышлений, креатива, творчества, надежд, инвестиций*. Следует отметить, что данная лексема сочетается также с именами существительными, содержащими отрицательные коннотации: *простор для взяточничества, коррупции, растраниживания средств, обвинений и подозрений, расправ*. Признак ‘обширное пространство’ реализуется в словосочетаниях с множественным числом лексемы с явно положительными коннотациями: *бескрайние, родные, российские, широчайшие, необъятные просторы*, а также *просторы Рунета, просторы сети* и т. п.. Посредством использования лексем *приволье* и *раздолье* может быть выражено как позитивное, так и негативное отношение к описываемым явлениям; на первый план в публицистике выдвигается концептуальный признак ‘отсутствие ограничений, полная свобода’: *журналистам настоящее приволье, Рублевке приволье, раздолье коллекционерам, раздолье папарацци, раздолье в Интернете* и т. д.

О значимости для русской культуры рассматриваемых лексем, репрезентирующих этноспецифические концепты, свидетельствует и анализ рекламных текстов. Как известно, в рекламе используется стратегия апелляции к национальным ценностям с целью побуждения к приобретению товаров и использованию услуг. Анализ показывает, что лексем *просторы, приволье, раздолье* широко используются в качестве номинаций торговых марок: «Родные просторы», «Русское приволье», «Куйбышевские просторы» (шоколадные конфеты); «Приволье» (йогурты); «Раздолье» (подсолнечное масло); «Простор» (безлимитный интернет-тариф). Вследствие объединения признаков ‘широкое свободное пространство’ и ‘отсутствие ограничений, полная свобода’ в семантике

лексем *приволье, раздолье* они фигурируют в названиях баз отдыха, загородных развлекательных комплексов, ресторанов и других мест отдыха. Названия *простор/просторы* в сочетании с прилагательными *родные* и *русские* зафиксированы в рекламе загородных комплексов, коттеджных поселков, турфирм, агентств недвижимости, строительных компаний, сельскохозяйственных кооперативов, народных ансамблей песни и т. д.

В немецких текстах массовой коммуникации наиболее частотны признаки ‘помещение, комната, аудитория (в университете)’: *belüfteter, leerstehender, abgedunkelter Raum, die Vorlesung findet im Raum 303 statt*; ‘территория’: *im Raum Berlin, Bonn, München, im Kölner Raum, der arabische Raum, Mittelmeer Raum*; ‘сфера функционирования чего-либо’: *Raum für steigende Kurse, viel Raum für Interpretation, Raum für Fragen*. В немецкой публицистике распространенным является также образование сложносоставных существительных с компонентом *Raum*: *der Euro-Raum, EU-Raum, US-Raum, Dollar-Raum*, а также функционирование устойчивых словосочетаний: *einer Sache Raum geben, etw. in den Raum stellen, einige Fragen im Raum stehen lassen, einen zu breiten Raum einnehmen*, в которых также реализуется переносное значение имени концепта.

Анализ немецких рекламных текстов позволил установить, что при рекламировании мест отдыха (гостиниц, ресторанов) внимание потенциальных клиентов привлекается не к большому пространству и отсутствию ограничений, а к привлекательной атмосфере небольшого, уютного пространства: *Gemütlichkeit, die den Gast zum verweilen verführt und ihn wiederkommen lässt. Bei uns ist Gemütlichkeit großgeschrieben*. Имя немецкого этноспецифического концепта *Gemütlichkeit* распространено в названиях мест отдыха: *Hotel zur Gemütlichkeit, Gasthaus zur Gemütlichkeit, Restaurant zur gemütlichen Ecke*.

Итак, комплексный анализ концептов *пространство* и *Raum* позволил установить, что универсальные концептуальные признаки наблюдаются лишь в части понятийного ядра сопоставляемых концептов. Изучение концепта, «погруженного

в культуру» приводит к выявлению специфических признаков, которые обусловлены ментальностью и особенностями организации культурного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

Бердяев Н.А. Судьба России: Сочинения. М.: ЭКСМО-Пресс, Харьков: Фолио, 1998. 736 с.

Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб: Петербург. Востоковедение, 2007. 624 с.

Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Родные просторы // Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки русской культуры, 2005. С. 64-75.

Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Родные просторы // Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур, 2012. С. 35-44.

Логический анализ языка. Языки пространств / Отв. ред.: Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. М.: Языки русской культуры, 2000. 448 с.

Медведева Д.И. Языковая репрезентация концепта «запрет» в общественных знаках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2008. 22 с.

Медведева Д.И. Verbotsschilder rund um das Haus // Soziokulturelle Perspektiven des Fremdsprachunterrichts. III. Социокультурные перспективы преподавания иностранных языков. Вып. III. / под ред. Н.М. Платоненко, З. Зайдель. Ижевск: Удмуртский университет, 2009. С. 36-47.

Медведева Т.С. Опыт исследования культурных доминант: этноспецифичный концепт *Gemütlichkeit* // Многоязычие в образовательном пространстве: Сб. ст. М.: Флинта: Наука, 2009. Ч. 1: Филология. Лингвистика. С. 322-327.

Медведева Т.С. Концепт пространство в русской и немецкой лингвокультурах // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. 2010. Вып. 4. С. 145-151.

Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. 992 с.

Шмелев А.Д. Пространственная составляющая русской души // Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки славянской культуры, 2002. 496 с.

Шмелев А.Д. Широта русской души // Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки русской культуры, 2005. С. 51-63.

Bausinger H. Typisch deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? München: Verlag C. H. Beck, 4. Auflage, 2005. 176 S.

Digitale Bibliothek. Sonderband: Meisterwerke deutscher Dichter und Denker. Berlin, 2000. CD-Rom. 50000 S.

Nuss B. Das Faust-Syndrom. Ein Versuch über die Mentalität der Deutschen. Bonn; Berlin: Bouvier Verlag, 1993. 213 S.

Schroll-Machl S. Die Deutschen – Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2003. 216 S.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Сопоставьте значения лексем нем. *Raum* и англ. *room* по толковым словарям; найдите сходства и различия.
2. Имеются ли в американской лингвокультуре, сформировавшейся на больших пространствах, аналоги лексемы *простор*?
3. Каковы аналоги имени концепта *пространство* в изучаемых Вами языках?
4. Проведите анализ русских фразеологизмов и паремий, содержащих репрезентанты концепта.
5. С какими концептами русской и немецкой культур связаны концепты *пространство* и *Raum*?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Песенные тексты, содержащие репрезентанты концепта *пространство* на материале английского, французского, испанского языков (по выбору).
2. Функционирование репрезентантов концепта в публицистических текстах на материале английского, французского, испанского языков (по выбору).

3. КОНЦЕПТЫ *СЕМЬЯ* И *FAMILIE*

Концепт *семья* является базовым концептом общечеловеческой культуры, поэтому закономерно, что изучению данного концепта уделяется значительное внимание в современных концептуальных исследованиях. В ряде специальных работ он подвергался изучению с различных позиций на материале разных языков: русского [Добровольская, 2005], немецкого [Гунышова, 2007], итальянского [Бутто, 2010], имеются также исследования сопоставительного характера на материале русского и английского языков [Кострубина, 2011; Трущинская, 2009], на материале русского и французского языков [Железнова, 2009]. Исследователи отмечают многомерный характер концепта *семья* и его тесную связь с рядом других концептов: *дом, очаг, род, династия, дети, родители* и др., что позволяет определять исследуемый концепт как гиперконцепт, композитивный концепт, поликонцепт, совокупность субконцептов и микроконцептов, а также исследовать его в совокупности с другими концептами: *дам, брак, жена*. Материалом указанных исследований в большинстве случаев являются данные лексикографии: словарные дефиниции лексемы *семья* в разных языках, термины родства, паремии, фразеологические единицы; изучаются также фрагменты художественных текстов, нормативный и публицистический дискурс, некоторые работы включают экспериментальные исследования.

В отличие от имеющихся работ, в нашем исследовании предпринят комплексный сопоставительный анализ концептов *семья* и *Familie*, включающий, наряду с уже ставшим традиционным изучением материала лексикографических источников, анализ функционирования репрезентантов концептов в современном рекламном дискурсе, а также проведение экспериментальных исследований языкового сознания носителей русского и немецкого языков. Таким образом, основная задача нашего исследования заключается в изучении современного состояния русской и немецкой лингвокультур в аспекте

концептуализации семьи, определении общих и различительных характеристик концептов *семья* и *Familie* в двух культурах. При изучении концепта нами выделяются, вслед за В.И. Карасиком, его понятийная, образная и ценностная составляющие.

На основе сопоставительного анализа обобщенных дефиниций имен концептов, зафиксированных русскими и немецкими лексикографическими источниками, были выделены следующие сходные признаки понятийной составляющей изучаемых концептов: 1) «социальная группа»: ‘совокупность всех родственников; род’; ‘совокупность родителя/родителей и его/их ребенка/детей’; перен. ‘совокупность людей, объединенных общим делом, общими интересами’; 2) ‘совокупность сходных явлений, предметов, живых существ’. В качестве отличий можно отметить следующее: в дефиниции имени концепта *семья* в русской лексикографии содержится констатация факта совместного проживания членов семьи, а также указание на то, что семья, кроме родителей и детей, может включать и других родственников: ‘совокупность близких родственников (муж, жена, родители, дети и т. п.), живущих вместе’. В немецкой лексикографии подобные указания отсутствуют. Понятийное ядро концепта дополняют и варьируют при помощи дополнительных семантических признаков синонимы ключевых лексем. В современных лексикографических источниках русского языка зафиксированы следующие синонимы имени концепта *семья*: *семейство, родственники, родные, родство, род, династия, родословная, члены семьи, семейные, домашние, дом*. Широко представлен и синонимический ряд лексемы *Familie*: *Verwandte, Verwandtschaft, Geschlecht, Dynastie, Stamm, Familienmitglieder, Familienangehörige, Familienanhang, Haus*. Сопоставительное изучение дефиниций синонимов имен концептов *семья* и *Familie* подтверждает вывод о том, что понятийные компоненты концептов имеют много сходств: ср. *родственники, родные* – *Verwandte*; *родство* – *Verwandtschaft*; *род* – *Geschlecht*; *династия* – *Dynastie*; *родословная* – *Stamm*; *члены семьи* – *Familienmitglieder*;

Familienangehörige; домашние, дом – Haus. Итак, в результате изучения лексикографических источников было установлено значительное сходство в отношении понятийного ядра исследуемых концептов, а также некоторые этноспецифические особенности концептуализации семьи.

Сопоставительный анализ русских и немецких фразеологизмов, отобранных по принципу наличия в составе фразеологической единицы или толковании данных единиц имен концептов, их синонимов или дериватов, позволил выявить следующие общие для русской и немецкой лингвокультур метафорические образы семьи: «круг»: *в (тесном) семейном кругу; в кругу семьи; im (engsten) Familienkreis*; «дерево»: *семейное древо; Stammbaum*; «дом»: *дружить домами; aus dem besten Hause kommen*; «очаг»: *семейный/домашний очаг; Heim und Herd*; «лоно»: *вернуться в лоно семьи; im Schoß der Familie*; «гнездо»: *родовое/семейное гнездо; Familiennest*; «гавань»: *тихая семейная гавань; im Hafen der Familie / Ehe landen*; «ячейка общества»: *ячейка общества; Keimzelle der Gesellschaft*. Данные метафоры свидетельствуют об образном переосмыслении феномена семьи, а их явное сходство в разносистемных языках позволяет высказать предположение, что многие из данных метафорических образов семьи имеют универсальный характер.

Интерпретация отношения к семье содержится в значительном количестве паремиологических и фразеологических единиц. В рамках нашего исследования представляет интерес рассмотрение отношения к наличию или отсутствию семьи, так как в данной оппозиции в значительной мере просматривается ценностный компонент изучаемых концептов. Анализ паремиологии и фразеологии двух языков позволил выделить четыре группы, различающиеся в плане интерпретации отношения к наличию или отсутствию семьи. 1) положительное отношение к наличию семьи (супруга) / отрицательное отношение к отсутствию семьи (супруга): *засидеться в девках; жить бирюком; бобыль бобылем; Семейная*

кашка погуще кипит; Русский человек без семьи не может; С ним – горе, а без него – вдвое; Хоть лыками шит, да муж; Худ мой Устин, да лучше с ним; и т. п.; Ehestand ist der heiligste Orden; Ehestand – Ehrenstand. Как показывает приведенный материал, для русских паремий и фразеологизмов характерно противопоставление наличия семьи одиночеству, которое характеризуется как неполноценность человека (*Холостой – полчеловека*), также делается акцент на жизненной необходимости семьи и связывается с этнонимом (*Русский человек без семьи не может*). Отдельную подгруппу представляют паремии, в которых отражена точка зрения русской женщины на предпочтительность наличия «плохого» супруга, нежели вообще его отсутствия (*С ним – горе, а без него – вдвое и т. п.*); следует отметить, что в немецком материале данная идея полностью отсутствует. Немногочисленные немецкие паремии с положительным отношением к наличию семьи содержат интерпретацию семейного положения как почетного положения человека (*Ehestand – Ehrenstand*). 2) отрицательное отношение к браку, наличию семьи (супруга): *Ehestand – Wehestand; Ehestand ist kein Geschleck; Selten wohl und allzeit wehe ist das täglich Brot der Ehe.* Отрицательное отношение к браку / наличию семьи эксплицитно выражено лишь в немецких паремиях. 3) амбивалентное отношение к браку, наличию семьи (супруга) / отсутствию семьи (супруга): *Die Ehe ist Himmel und Hölle; Wie wohl und wie wehe wird manchmal in der Ehe; Wer heiratet tut wohl, wer ledig bleibt, tut besser; Wer entbehrt die Ehe, lebt weder wohl noch wehe.* Данная группа была выделена лишь в немецком материале. В относящихся к ней паремиях содержится указание на положительные и отрицательные стороны семейной жизни. 4) *Холостой охает, а женатый ахает; Семья воюет, одинокий горюет; Одинокому – хоть утопиться, женатому – хоть удавиться.* Данную группу составляют русские пословицы с общим «пессимистическим» настроением, для которых характерно негативное восприятие как холостой, так и семейной жизни.

Проведенный нами анализ языкового материала позволяет сделать вывод, что в русской паремиологии доминирующей является идея о необходимости семьи (независимо от отрицательных или положительных сторон семейной жизни); отношение к семье в целом весьма эмоционально. Для немецкой культуры характерно более рациональное и амбивалентное отношение к браку и созданию семьи: с одной стороны, статус семейного человека одобряется, но при этом отсутствие семьи не оценивается резко отрицательно. Данные особенности могут объясняться культурными различиями: в немецкой индивидуалистской культуре высоко ценится независимость и самостоятельность личности, а для русской коллективистской культуры характерна включенность личности в группу (в данном случае в семью). Значимость семьи как сплоченной группы в русской культуре находит отражение и в ряде пословиц, лакунарных для немецкой лингвокультуры: *Семья сильна, когда над ней крыша одна; Вся семья вместе, так и душа на месте; Семья в куче, не страшна и туча* и др. Показательно также, что немецкие паремии интерпретируют отношение не столько к семье, сколько к браку (*die Ehe, der Ehestand*). В связи с этим можно высказать предположение, что для немецкой ментальности значимой является именно законодательная сторона семейных отношений.

Как известно, паремиология большей частью отражает архаичный пласт языкового сознания, а сложившиеся в течение веков стереотипы восприятия и оценки явлений действительности изменяются достаточно медленно. С целью анализа функционирования репрезентантов изучаемых концептов на современном этапе нами был предпринято изучение российского и немецкого рекламного дискурса. Обращение к рекламному дискурсу продиктовано тем соображением, что в рекламе используется стратегия апелляции к культурным ценностям, которые воплощены в базовых концептах культуры, поэтому рекламные тексты представляют собой благодатный материал для анализа значимости отдельных концептов на современном этапе.

Как в российской, так и в немецкой рекламе репрезентанты концептов *семья* и *Familie* наиболее частотны в текстах, рекламирующих различные виды семейного отдыха: путешествий, обедов, пикников, спортивных развлечений, праздников. «Семейными» в российском рекламном дискурсе называются кафе, рестораны, базы отдыха, туристические базы, досуговые центры, отели. Репрезентанты концепта сочетаются с лексемами *традиции, отдых, праздник: В лучших семейных традициях! Устройте себе семейный праздник в ресторане Ла Манча – посетите воскресный бранч! Отдохни с душой у моря, да с комфортом всей семьей!* В немецких рекламных текстах наиболее частотными репрезентантами исследуемого концепта являются сложносоставные слова *familienfreundlich* и *Familienfreundlichkeit*, выступающие в качестве характеристики рекламируемого товара или услуги. Необходимо отметить, что данные лексемы отличаются широким объемом значения и не имеют эквивалентов в русском языке; для них характерна позитивная коннотация за счет компонента *freundlich* (приветливый, дружелюбный, благоприятный, любезный). Эти репрезентанты концепта активно используются в рекламе семейного отдыха: *Familienfreundliche Skigebiete für Familien mit Kindern. Schweizer Skiorte eignen sich besonders gut für Familienferien und richten ihr Angebot gezielt auf die Bedürfnisse und Wünsche von Kindern zusammen mit deren Eltern aus. Eine familienfreundliche Atmosphäre, vor allem das Gefühl, als Familie willkommen zu sein, ist entscheidend.* Благодаря широкому объему значения определение *familienfreundlich* в сочетании с наименованиями различных объектов может включать в себя целый ряд характеристик, благоприятных для семьи с детьми: наличие развитой инфраструктуры, предполагающей удобное расположение школ, детских садов, досуговых центров, магазинов, благоприятную экологию: *familienfreundlicher Wohnort, familienfreundliche Region, familienfreundliche Stadt.* Репрезентанты концепта *Familienfreundlichkeit* и *familienfreundlich* и могут также актуализировать значения «удобное для семьи

время работы» (*familienfreundliche Öffnungszeiten*), «выгодные цены на товары для семейного пользования» (*familienfreundliche Preise, Familienfreundlichkeit bei der Preisgestaltung*). В рекламе предприятий и фирм с целью привлечения сотрудников (скорее сотрудниц), имеющих семью, актуализируется значение «наличие благоприятных условий для совмещения профессиональной деятельности и семьи»: *familienfreundliche Arbeitszeit, familienfreundliches Unternehmen; familienfreundliche Unternehmenspolitik, familienbewußte Personalpolitik*. В российском рекламном дискурсе данная идея выражена не столь эксплицитно, некоторые предприятия заявляют лишь о наличии «гибкого графика» работы. По нашему мнению, немецкие рекламные тексты служат свидетельством поддержки семьи со стороны предприятий и фирм, проводящих политику государства, пытающегося вывести Германию из «демографической ямы». Компонент *F/familien-* в немецких рекламных текстах также сочетается с существительными *Ermäßigung, Rabatt* (скидка), *Ticket* (билет), *Tarif* (тариф), *Packung* (упаковка) и актуализирует значение «экономичность и выгодная цена»: *ein super günstiges Familienticket; Mit dem Familienrabatt der DEVK bei der Autoversicherung sparen; Mit der Familienpackung sparen Sie; Familientarif mit günstiger Handyflatrate; Familiensparen noch mehr mit der attraktiven Familienermäßigung*. В данном случае немецкая реклама апеллирует к хорошо известной черте немецкого менталитета – бережливости, стремлению к экономии (*Sparsamkeit*) и косвенно отражает созданные в обществе реальные предпосылки для экономии денежных средств (например, наличие значительных скидок на билеты при поездках всей семьей). Следует отметить, что некоторые российские фирмы (например, туроператоры) берут на вооружение данную стратегию и предлагают значительные скидки в рекламе отдыха всей семьей. В первом десятилетии XXI в. репрезентанты концепта *семья* были распространены в рекламе выгодных и экономичных для семейного пользования тарифов и услуг на мобильную связь;

вероятно, в связи с тем, что для представителей русской культуры характерна значимость частого и продолжительного общения по телефону с членами семьи: *Семья Кнопкиных*, *Большая семья*, *Дела семейные*, *Семья с услугой Любимые*, *Привет семье*, *Любимая семья*. Показательно, что имя концепта фигурирует в качестве названия (часто эмоционального) услуги/тарифа, призванного привлечь внимание; в немецком рекламном дискурсе более рационально и эксплицитно поясняется, на чем можно сэкономить.

Указанная тенденция отмечена при сопоставлении российского и немецкого рекламного дискурса в целом. В ходе исследования было выявлено, что использование репрезентантов концепта *Familie* в номинациях торговых марок и услуг нетипично для немецкой лингвокультуры. В российской рекламе они представлены исключительно широко именно в качестве номинаций торговых марок. При этом имя концепта и лексемы, относящиеся к его ядру, часто сочетаются с прилагательными, имеющими положительную коннотацию: *Моя семья* (соки, нектары, морсы, майонезы, кетчупы, соусы, шоколад, а также мыло, стиральные порошки, моющие и чистящие средства); *Золотая семья* (семечки); *Семья и комфорт* (бумажные салфетки), *Сытое семейство* (сосиски). Частотно в названиях торговых марок и прилагательное *семейный* в сочетаниях с лексемами *очаг и застолье*, создающими положительный образ семьи: *Семейный очаг* (мясные консервы), *Семейное застолье* (колбасы, пельмени). Имя концепта также используется в рекламных слоганах: *Майонез Моя семья, что может быть любимей*. Показателен и тот факт, что лексема *семья* в российском рекламном дискурсе сочетается с прилагательными, обозначающими большую степень эмоциональной и духовной сплоченности членов семьи: *Крепкая семья с услугой Болтливая семейка* (тарифный план на мобильную связь с выгодной ценой для звонков на определенные номера); *Дружная семья* (кредит для покупки недвижимости под поручительство близких родственников); *Отдых и оздоровление для дружных семей*

(реклама санатория-профилактория). В немецком рекламном дискурсе подобные словосочетания не были обнаружены.

Таким образом, анализ российских и немецких рекламных текстов позволил выявить ценностное отношение к концептам *семья* и *Familie* в обеих культурах, однако способ апелляции к целевой аудитории рекламы различается существенным образом. По нашему мнению, для немецких рекламных текстов характерна рациональная стратегия, направленная на экспликацию преимуществ семейной жизни путем акцентирования внимания на предоставлении различных скидок для семьи, удобного времени для покупок и т. п., что воплощено в понятии *Familienfreundlichkeit*. Исследование показало также, что сфера функционирования репрезентантов концепта, номинирующих благоприятные для семьи условия, в немецком рекламном дискурсе значительно шире, чем в российском. К ней относятся различные аспекты политики предприятий, благоприятствующей совмещению работы и заботы о детях. На основании анализа материала можно предположить, что в современной немецкой рекламе отражаются усилия государства, направленные на повышение ценности семьи, которая в определенный период истории (последняя четверть XX в.) понизилась, что и привело немецкий социум к «демографической яме» (Ср. данные немецкого социолога Х. Просс [Pross, 1982, S. 79-84]).

Российская реклама, по нашему мнению, в целом более эмоциональна и апеллирует скорее к чувствам человека. Об этом свидетельствует факт распространенности имени концепта и его синонимов в номинациях российских торговых марок, которые часто сочетаются с эпитетами, имеющими положительную коннотацию (*любимая, золотая*), содержат значимые для русской культуры лексемы *очаг, застолье*. Подобная стратегия полностью отсутствует в немецком рекламном дискурсе, имя концепта и его репрезентанты в названиях торговых марок не используются.

Данные о ценностных характеристиках изучаемых концептов, а также об их ассоциативных полях предоставляют экспериментальные исследования, которые отражают осмысление феномена семьи в русской и немецкой лингвокультурах на современном этапе. Для выявления особенностей функционирования исследуемых концептов в современном русском и немецком языковом сознании нами были проведены рецептивный и свободный ассоциативный эксперименты среди носителей русского и немецкого языков. В эксперименте участвовало 154 респондента: 80 русских и 74 немецких информантов разного возраста (от 17 до 60 лет), социального статуса и рода занятий. В результате экспериментов было получено 80 дефиниций и 349 ассоциаций в русской аудитории и 74 дефиниции и 332 ассоциации в немецкой аудитории. Анализ субъективных дефиниций показал, что русские и немецкие респонденты указывают на различные аспекты семьи (социальные, биологические, экономические и психологические); 14% русских и 19% немецких информантов предложили от 2 до 3 определений лексемы *семья*. Таким образом, всего было получено 179 определений семьи (91 определение на русском и 88 на немецком языках).

Анализ субъективных дефиниций позволяет сделать вывод о том, что преобладающим определением семьи у немецких респондентов является *Eltern und ihre Kinder* (родители и их дети). Наибольшее количество дефиниций русских информантов выходит за рамки «нуклеарной семьи», решающим фактором является совместное проживание родственников – *родственники, живущие вместе*. Стоит также отметить, что для дефиниций русских респондентов в данной группе характерно указание на тот факт, что в состав родственников, живущих вместе, могут входить не только родители и их дети, но и другие родственники (бабушки, дедушки) (23% дефиниций). Данная группа в целом слабо представлена в немецком материале, а указание на возможность совместного проживания с представителями старшего поколения отсутствует.

Наиболее частотными ассоциациями русских респондентов к слову *семья* являются *любовь* (отмечают 46 % респондентов), *дети* (42%), *родители* (31%), *дом* (24%), *мама* (22%), *папа* (17%), *ячейка общества* (14%), *дружная* (12%), *родные* (12%), *понимание* (11%); немецких респондентов к слову *Familie – Zusammenhalt* (сплоченность 57%), *Geborgenheit* (чувство защищенности, безопасности 51%), *Gemütlichkeit* (уют, спокойствие 31%), *Liebe* (любовь 31%), *Kinder* (дети 29%), *Eltern* (родители 27%), *Mutter* (мать 17%), *Vater* (отец 17%), *das Wichtigste* (самое главное 15%). Как можно заметить, частотные реакции в обеих группах респондентов довольно сходны, однако *семья* ассоциируется у русских информантов прежде всего с чувством любви и наличием детей; судя же по реакциям немецких информантов, семья дает им в первую очередь чувство защищенности, спокойствия, возникающее на основе сплоченности членов семьи. Как нам представляется, данные эксперимента позволяют проследить глубинную связь концепта *Familie* с одним из ключевых концептов немецкой культуры – концептом *Sicherheit* (уверенность, безопасность, защищенность, надежность) (См. о данном концепте [Медведева, 2011]).

В результате ассоциативного эксперимента были выявлены группы ассоциаций, отражающих различные стороны семейных отношений. Данные группы представлены ниже в порядке убывания от наиболее частотных к наименее частотным ассоциациям в сопоставляемых языках.

Ассоциации русских респондентов:

1) «состав семьи» (23%): *дети; детишки; родители; бабушка; дедушка; папа; мама; папа, мама, я; брат; сестра; родственники; родные и близкие; большая; предки; жена; муж; женщина; полная; неполная; приемная;*

2) «межличностные отношения в семье» (22%): *любовь; доверие; понимание; друзья; дружная; заботливая; любящая; гармония; забота; привязанность; семейные сцены; крепкая; счастливая; единство; поддержка; мир; покой; куда всегда*

можно обратиться или вернуться отдохнуть; любимые; где тебя всегда ждут; мудрость; терпение; помощь; взаимопомощь; взаимопонимание; тот, кто мне дорог; там тебя всегда ждут; круг очень близких людей; благополучие; счастье; стабильность; прочное; неразрушимое; чувство защищенности; тыл; место, где можно расслабиться после напряженного рабочего дня; желание делить друг с другом все; люди, которые стараются делать друг другу только приятное; печаль и радость; привычка;

3) «устройство и ведение семейного хозяйства» (20%): *дом; родительский дом; уют; комфорт; тепло; семейный очаг; собственный кров; совместное хозяйство; бюджет; жилье; огород; дача; домашние животные; государство в государстве; маленькая страна; отдельное государство со своим укладом; маленький мирок со своими традициями и обычаями, в котором кипит своя жизнь; машина;*

4) «основа миропорядка» (18%): *ячейка общества; основа основ; начало начал; святое; опора в жизни; смысл жизни; без семьи чувствую себя как без воздуха, без воды; главней всего; главное в жизни; кирпичик общества;*

5) «семейные обязанности» (11%): *ответственность; большие обязанности; запросы; готовка; стирка; уборка; воспитание; декрет; недешевое для меня удовольствие; требует жертв; отсутствие времени для себя;*

6) «семейный досуг» (6%): *отдых; тихий семейный вечер; телевизор по вечерам; бабушкин пирог; поездки; шашлыки; совместный ужин; вечерний накрытый стол; праздники; домашние посиделки; чаепитие в кругу родных.*

Ассоциации немецких респондентов:

1) «состав семьи» (28%): *Kinder; Eltern; Mutter; Vater; Verwandte; Geschwister; dreiköpfige; kleine; große; Frau; Ehemann; ich und meine Eltern;*

2) «основа миропорядка» (23%): *soziales Netz; das Wichtigste; das Allerwichtigste; geht über alles; soziales Netzwerk; Keimzelle der Gesellschaft; sehr wichtig;*

3) «межличностные отношения в семье» (17%): *ein starker Zusammenhalt; zusammen durch dick und dünn gehen; Probleme werden gemeinsam gelöst; stark gegen Gefahren; harmonisches Familienleben; Unterstützung; immer für einander da sein; Geborgenheit; Spaß; Zusammengehörigkeitsgefühl; regelmäßiger Kontakt; Liebe; Glück; sich über beruflichen Erfolg ohne Neid freuen; persönliche Entfaltung; Ruhe; volle Entspannung zu Hause; das bleibt in der Familie; Offenheit; Frieden; abends stundenlang offen davon reden, was am Tag passierte; Gefühle in vollem Zuge; geben und nehmen; einander Wärme und Geborgenheit schenken; lachen und weinen; Streit und Spaß; Vertrauen; keine Geheimnisse voneinander; geliebt werden;*

4) «семейные обязанности» (13%): *immobil, wegen Kinder; kostet viel Geld; Drahtseilakt für Frau; da kannst du nicht einfach schalten und walten wie als 21-Jähriger; Verantwortlichkeit; Erziehung; Verpflichtung; Kinder betreuen; weniger mobil; Gleichberechtigung; Hausfrau; Küche; Mitesser;*

5) «устройство и ведение семейного хозяйства» (11%): *Gemütlichkeit; Haus; Heim; Dach; Haushalt; Unternehmen; Spiel mit seinen Regeln; Firma; Familienauto;*

6) «семейный досуг» (8%): *Feste; Kaffee trinken; Familienzusammenkünfte; Auto fahren; lange Anreisewege; Paar Menschen sitzen an einem Tisch; Grill; Ferien; Reisen; Tisch; Cafe.*

Анализ ассоциативного поля показывает, что изучаемый концепт вызывает у респондентов ассоциации, связанные с разными аспектами семьи. Наиболее широко в процентном соотношении в обоих языках представлены группы: «состав семьи», «межличностные отношения в семье» и «основа миропорядка»; по разнообразию ассоциаций самой многочисленной в обоих языках является группа «межличностные отношения в семье». Ассоциации русских и немецких респондентов в данной группе весьма сходны – они раскрывают представления о тех позитивных чувствах и эмоциях, которые вызывает в человеке причастность к семье.

Однако лишь русские респонденты связывают семью с такими качествами, как *мудрость* и *терпение*, и лишь в немецком материале отмечается ассоциация *persönliche Entfaltung* (самореализация).

Как и при анализе субъективных дефиниций, при изучении ассоциаций было выявлено, что русские респонденты включают в состав семьи старшее поколение (*бабушки, дедушки*), в немецком материале группы «состав семьи» упоминаний о старшем поколении не выявлено. В русском материале, в отличие от немецкого, большим количеством в процентном соотношении, а также большим разнообразием ассоциаций отличается группа «устройство и ведение семейного хозяйства». Ассоциации данной группы тесно связаны с особенностями русской ментальной и материальной культуры: семья ассоциируется у русских респондентов с родительским домом, огородом, дачей. Менее многочисленными в обоих языках являются группы «семейные обязанности» и «семейный досуг». Семейные обязанности более детально представлены в ответах русских респондентов; немецкие информанты отмечают в качестве негативного фактора отсутствие мобильности при наличии детей, а также важное для современной немецкой культуры понятие «равноправие». Примечательно, что в последней группе «семейный досуг» находят отражение и некоторые этноспецифические семейные традиции: бабушкин пирог, шашлыки, чаепитие – в русской культуре; семейные праздники с барбекю, встреча родственников за чашкой кофе – в немецкой культуре.

Сопоставительное изучение коннотаций всех ассоциаций показывает, что *семья* как у русских, так и у немецких информантов вызывает большей частью положительные ассоциации. Большинство респондентов связывают наличие семьи с такими положительными эмоциями и чувствами, как *радость* / *Spaß*, *счастье* / *Glück*, *любовь* / *Liebe*, *чувство*

защищенности / *Geborgenheit*, уют / *Gemütlichkeit*, мир / *Frieden*, покой / *Ruhe*. Информанты также подчеркивают в ассоциативном ряду важность и необходимость семьи: *главное в жизни, святое, das Wichtigste, geht über alles* и т. д. Данные факты свидетельствуют о ценностном отношении к семье в обеих лингвокультурах. Негативные ассоциации составляют незначительное количество – 5% в русском и 7% в немецком материале.

Таким образом, комплексный анализ концептов *семья* и *Familie* позволил установить, что сходства при концептуализации семьи в сопоставляемых лингвокультурах на современном этапе превалируют над различиями; прежде всего это касается понятийной и образной составляющих концептов. Разнообразный языковой материал, изученный в рамках нашего исследования, свидетельствует о том, что русская и немецкая лингвокультуры различаются в следующих аспектах: в немецкой культуре существует более четкое представление о составе семьи (нуклеарная семья), в русской культуре оно более расплывчато, в состав семьи включается старшее поколение и другие родственники. При общем ценностном отношении к семье в двух культурах русский языковой материал убеждает в высоком уровне эмоциональности этого отношения; анализ немецкого материала указывает на рациональность данного отношения. Концепты, являясь динамичными образованиями, претерпевают модификацию в разные исторические эпохи. Сопоставительное изучение концептов *семья* и *Familie* приводит к выводу о том, что концепт *Familie* развивается более динамично, чему, среди других факторов, способствовало распространение в Германии феминистского движения, а для русской культуры в большей степени характерно традиционное понимание семьи.

ЛИТЕРАТУРА

Бутто О.Л. Репрезентация концептов «семья», «брак», «жена» в итальянской лингвокультуре (на материале языка итальянской литературы второй половины XX – начала XXI веков): автореф. дис. ...канд. филол. наук. Майкоп, 2010. 23 с.

Гунышова Г.А. Концепт FAMILIE в немецкой языковой картине мира (на материале текстов нормативного и публицистического дискурсов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2007. 24 с.

Добровольская Е.В. Концептуализация семьи в русской языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. 24 с.

Железнова Ю.В. Лингвокогнитивное и лингвокультурное исследование концепта «семья». автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2009. 27 с.

Кострубина Е.А. Гиперконцепт СЕМЬЯ/ДОМ – FAMILY/HOME в русской и английской лингвокультурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 20 с.

Медведева Т.С. Концепт Sicherheit в немецкой лингвокультуре // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. Вып. 2. 2011. С. 46-52.

Медведева Т.С. Концептуализация семьи в русской и немецкой лингвокультурах // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. № 2. 2013. С. 108-112.

Трущинская А.С. Лексико-фразеологическая объективация концепта «семья» в русском и английском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009. 19 с.

Pross H. Was ist heute deutsch? Wertorientierungen in der Bundesrepublik. Hamburg: Rowohlt, 1982. 158 S.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Выясните этимологию имен концептов *семья* и *Familie* по русским и немецким этимологическим словарям.
2. Чем объясняется сходство имени концепта *Familie* и его аналогов в английском, испанском и других европейских языках?
3. Какие факторы влияют, по Вашему мнению, на изменение отношения к семье в разных культурах?
4. Какие изменения в понимании концепта *семья* и его аналогов в европейских лингвокультурах наблюдаются в XXI в. и какие языковые факты свидетельствуют об этом?
5. Как проявляется рациональность немецкой культуры и эмоциональность русской культуры в концептуализации семьи?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Результаты ассоциативного и рецептивного экспериментов с информантами-носителями английского, французского, испанского языков.
2. Пословицы о семье на материале английского, французского, испанского языков (по выбору).
3. Функционирование репрезентантов концепта в рекламном дискурсе на материале английского, французского, испанского языков (по выбору).
4. Метафорические модели семьи на материале изучаемых языков: сходства и различия.
5. Концепт *семья* и его аналоги в изучаемых языках (на материале песенных текстов).

4. КОНЦЕПТЫ ДОМ И *HAUS/HEIM*

Концепт *дом* является одним из самых популярных объектов исследования в современных работах российских лингвистов, выполненных в русле лингвоконцептологии. Интерес к изучению данного концепта вполне обоснован как его общечеловеческой значимостью, так и базовой ролью в русской концептосфере. Среди работ, выполненных на материале русского языка, значительное место уделяется описаниям концепта *дом* в рамках художественной картины мира русских писателей и поэтов (обзор работ см. в [Базылова, 2010; Потураева, 2011]). В данных исследованиях выявляются особенности индивидуально-авторского осмысления данного концепта отдельными авторами художественных произведений, смысловое развитие понятийного ядра концепта и индивидуальные ассоциации. Большое внимание исследователи уделяют характеристике метафорических моделей, формирующих образный компонент концепта в русской языковой картине мира и исследованию фразеологического фонда русского языка. Анализ специальных исследований приводит к выводу о многомерности содержания русского концепта, обладающего сложной структурой, представленной разнообразными концептуальными признаками.

В нашем исследовании поставлена задача произвести сопоставительный анализ концепта *дом* с его аналогом в немецкой лингвокультуре – двуименным концептом *Haus / Heim* на материале лексикографии и экспериментальных исследований языкового сознания носителей русского и немецкого языков [Медведева, 2014]. Обращение к материалу немецкого языка показывает, что имени русского концепта *дом* соответствуют две лексемы – *das Haus* и *das Heim*. Представляется интересным выявить этимологию данных лексем и рассмотреть их функционирование в немецкой лингвокультуре на современном этапе.

Лексема общегерманского происхождения *Haus* происходит от древневерхненемецкого слова *hūs*, восходящего, свою очередь, к индоевропейскому корню **[s]keu-* ‘покрывать, защищать’, таким образом, в немецком, как и в других германских языках (англ. *house*, швед. *hus*), в данных лексемах содержится признак ‘защита’. Показательно, что от индоевропейского корня **kei-* ‘лежать, располагаться’ в германских языках происходят лексемы нем. *Heim*, англ. *home*, швед. *hem*. Первоначально слово *Heim* означало ‘место расположения, (временный) лагерь’. Интересно, что в немецких топонимах сохранился компонент *-heim*, вероятно, свидетельствующий о древних поселениях германцев: *Mannheim*, *Buttenheim*, *Hildesheim*, *Germersheim*, ср.: в готском языке *haims* – деревня. Основными значениями слова *Heim*, развивавшимися в течение веков, являлись ‘место жительства, дом, родина’. Необходимо отметить, что от лексем *Heim* в немецком языке образовалась производная лексема *Heimat* (родина), которая употребляется в данном значении в современном немецком языке, а слово *Heim* его утратило, хотя этимологическая связь данных лексем является живой и ощущается в современном языке. Современные немецкие авторы отмечают, что понятие *Heimat* связано с детством, местом рождения, остановившимся прошлым, это время и место в совокупности, место первых переживаний, хотя первоначально слово *Heimat* обозначало все, чем владела семья, в первую очередь дом и земельный участок [Dorn, Wagner, 2011, S. 233-237].

Рассмотрим основные значения имен исследуемых концептов, зафиксированные в современных лексикографических источниках. Основными значениями имени концепта *дом* являются: 1) здание, строение; 2) жилое помещение, жильё; 3) люди, живущие вместе; семья; 4) место, где живут (работают) люди, объединённые общими условиями существования, общими интересами (Родина – наш общий дом); 5) учреждение.

Немецкая лексема *Haus* имеет следующие толкования: 1) *Gebäude, das Menschen zum Wohnen dient*; 2) *Gebäude, das zu einem bestimmten Zweck errichtet wurde*; 3) *Familie*;

4) *Ein Gebäude, in dem viele Menschen arbeiten, eine Veranstaltung besuchen*; 5) Person, Mensch.

Сопоставительный анализ обобщенных дефиниций имен концептов показывает, что основные значения лексем *дом* и *Haus* являются весьма сходными. Исключения составляют переносное значение слова *Haus* (человек, личность) в устойчивом сочетании *ein fideles Haus* (весельчак), а также отсутствие в значении лексемы *Haus* признака 'Heimat' (родина).

Рассмотрим основные значения лексемы *Heim*: 1) *ein eigenes Heim, das Haus, das einem selbst gehört, jmds. Wohnung, in der jemand lebt und sich wohlfühlt* \approx *Zuhause* (употребляется только в единственном числе); 2) *Wohnstätte [als öffentliche Einrichtung] für einen bestimmten Personenkreis*.

Анализ дефиниций приводит к выводу о том, что объектом внеязыковой действительности, номинируемой лексемой *Heim*, является жилище человека либо определенной группы людей, что зафиксировано и в ряде значений лексемы *Haus*, однако просматривается одно существенное различие в ценностном отношении к данному объекту (референту). В дефинициях слова *Haus* не просматривается ни положительных, ни отрицательных коннотаций, однако в первом значении слова *Heim* эксплицитно выражена положительная коннотация при помощи пояснения *Heim, in der jemand lebt und sich wohl fühlt* (дом, в котором человек живет и чувствует себя хорошо). Данная коннотация, вероятно, послужила основанием для формирования второго значения изучаемой лексемы «учреждение для проживания определенных групп людей». Обозначения социальных учреждений, содержащих компонент *-heim*, в имплицитной форме создают положительный образ данного учреждения, впечатление домашней атмосферы. Показательно, что в некоторых лексикографических источниках данное значение детализируется: а) *ein Haus, in dem Personen od. Tiere, die Hilfe brauchen, leben und betreut werden* (дом, в котором живут люди или животные, которым нужна помощь и уход), б) *ein Haus, in dem sich die Mitglieder eines Klubs od. Vereins treffen – Klubheim, Vereinsheim* (дом, в котором встречаются члены клуба или сообщества по интересам).

Приведем некоторые примеры использования лексем *Haus* и *Heim* в качестве компонентов в сложносоставных словах: *Altenheim*, *Seniorenheim* (дом престарелых), *Kinderheim* (детский дом), *Studentenheim* (студенческое общежитие), *Tierheim* (приют для животных), *Appartementhaus* (дом гостиничного типа), *Mietshaus* (дом с квартирами для сдачи внаем), *Hochhaus* (многоэтажный дом), *Reihenhaus* (дом рядовой застройки), *Fachwerkhhaus* (фахверковый дом). Как видно из примеров, компонент *-heim* употребляется в обозначениях общественных учреждений, в которых создается подобие «домашнего очага», а компонент *-haus* используется при обозначении различных типов зданий.

Таким образом, следует заключить, что в значении лексемы *Haus* на первый план выходят концептуальные признаки 'здание, строение' и 'жилое помещение, жильё', а в значении лексемы *Heim* – признак 'домашний очаг', которые в совокупности содержит имя русского концепта *дом*.

Необходимо отметить, что сфера использования имени русского концепта *дом* намного шире по сравнению с именами концепта в немецком языке, ср.: *родильный дом* – *die Geburtsklinik*, *игорный дом* – *die Spielbank*, *публичный дом* – *das Bordell*. Кроме этого, в настоящее время наблюдается расширение сферы употребления имени русского концепта в составе эргонимов, в частности, в окказиональных образованиях. Наряду с названиями советских времен *Дом книги*, *Дом быта*, *Дом обуви*, *Дом одежды* появляется множество новых: *Дом мебели*, *Дом керамики*, *Дом ткани*, *Дом фарфора*, *Дом сантехники*, *Дом сумок* и т. п. Подобные эргонимы для немецкой лингвокультуры не характерны.

Анализ лексикографических источников двух языков был дополнен проведением экспериментальных исследований, призванных выявить концептуальные признаки, являющиеся актуальными для носителей современного русского и немецкого языков (общее количество информантов 140 человек в возрасте от 18 до 60 лет). Словами-стимулами послужили *дом* для русских респондентов, *Haus* и *Heim* для немецких респондентов.

Данные опроса российских информантов были разделены на две группы – позитивные ассоциации и нейтральные ассоциации, которые приводятся с указанием процентного отношения. Ассоциации с позитивной коннотацией делятся на две группы: 1) чувства, эмоциональное состояние: уют (50%); тепло (36%); спокойствие (12%); отдых (10%); комфорт (10%); любовь (8%); защита (8%); Родина (6%); хорошо, куда хочется возвращаться, святое, радость (4%). Единичными ассоциациями в этой подгруппе являются: весело, счастье, хорошие эмоции, где ждут, детство, друзья. 2) семья: семья (44%); родные (14%); очаг (12%); родители (10%); дети (8%); мама (6%). Менее частотными являются ассоциации с нейтральной коннотацией: еда (12%); здание (10%); кошка / питомец (8%); деревянный дом, кровать, чай / кофе (6%); сад, интернет, дым, компьютер, крыша, дверь, плед (4%). Были зафиксированы единичные ассоциации: окно, труба, забор, вечер, завтрак, гитара, гараж, диван, телевизор.

Таким образом, наиболее актуальными и частотными концептуальными признаками в сознании носителей русской лингвокультуры, выявленными в ходе эксперимента, оказались признаки 'уют' (50%) и 'семья' (44%).

С целью сравнения рассмотрим итоги аналогичного эксперимента, проведенного с немецкими информантами. Нами были зафиксированы ассоциации в форме как отдельных лексем, так и развернутых определений. Анализ ассоциаций на слово-стимул *Haus* позволил выделить следующие группы признаков: 1) das Gebäude (56%): *ein Gebäude oder Bauwerk* (здание или постройка), *Wohnung* (квартира), *Objekt, wo man wohnt* (объект для проживания), *Bauwerk* (постройка), *Wohnunterkunft* (жилое помещение). Приведенные ассоциации характеризуют *Haus* как здание или жилое помещение, что соответствует дефинициям, предлагаемыми немецкими лексикографическими источниками. Носители немецкого языка, предложившие данные ассоциации, отмечают, что слово *Haus* является нейтральным, не вызывает эмоций. Меньшее количество информантов (23%) связывают

слово-стимул с понятием собственного дома, что выражается при помощи притяжательного местоимения *mein* (мой): *mein eigenes Haus* (мой собственный дом), *mein eigenes Reich* (моя собственная империя), *da wo ich mein Leben verbringe* (то, где я провожу свою жизнь). В группе 2) *Familie* (семья 15%) частотными являются ассоциации *Ruhe* (спокойствие), *Vertrautheit* (доверительность), *Geborgenheit* (защищенность), *Wohlstand* (благополучие). Имеются и развернутые определения: *Haus ist in erster Linie eine Familie, die in einem Einfamilienhaus wohnt, also etwas sehr Schönes, wo man in Ruhe leben kann* (дом – это в первую очередь семья, которая живет в собственном доме, то есть нечто очень хорошее, где можно жить спокойно); *großes Haus, Familie, Freunde, Eltern, Freude* (большой дом, семья, друзья, родители, радость).

Таким образом, эксперимент показывает, что ведущими в структуре признаков имени концепта *Haus* являются концептуальные признаки ‘*Gebäude*’, ‘*Wohnunterkunft*’ (здание, жильё), нейтральные в плане коннотации, однако, выделяется ряд ассоциаций, содержащих явно выраженные позитивные коннотации, которые позволяют сделать вывод о наличии в языковом сознании носителей немецкого языка и культуры признака ‘*Familie*’, связанного с чувствами и эмоциями человека.

Слово-стимул *Heim* также вызвало амбивалентные реакции информантов, как позитивные, так и негативные. Приведенные ассоциации подразделяются на три группы: только позитивные ассоциации (64%); только негативные (17%); как позитивные, так и негативные (17%). В первой группе имеются однословные ассоциации и весьма развернутые пояснения. Наиболее частотными являются: *Zuhause* (дом-домашний очаг) 26%, *sich wohl fühlen* (чувствовать себя хорошо) 17%, *Familie* (семья) 14%, *Heimat* (родина) 9%, *Geborgenheit* (защищенность) 7%, *daheim* (дома) 6%, *Wärme (менло)* 4%, *Zuflucht* (прибежище) 3%, *Sicherheit* (безопасность) 3%. Многие респонденты сочли необходимым подробно раскрыть свое отношение к слову-стимулу: *Ein Zuhause, ein Ort, wo ich mich wohl fühle, wo ich geborgen und geschützt bin* (дом-домашний очаг, место,

где я чувствую себя хорошо, где я в безопасности и защищен); *Heim hat mehr Wärme, hat zu tun mit «heimisch sein» und «Heimat», Mein Heim ist das worin ich mich zurückziehen kann, was mir Wärme und Geborgenheit gibt* (у дома-домашнего очага больше тепла, он связан с «родным» и «родиной», мой дом-домашний очаг – это то место, куда я могу вернуться, дающее тепло и защищенность). Один из респондентов противопоставляет слова-стимулы: *Ein Heim kann man ohne Haus haben. Heim ist bei der Familie (Frau, Eltern). Heim ist etwas, wo man zu Hause ist* (Дом-домашний очаг можно иметь, не имея дома-здания). Дом-домашний очаг там, где семья (жена, родители), где человек дома). Необходимо отметить, что при переводе развернутых ассоциаций данной группы на русский язык представляется необходимым для передачи смысла использовать словосочетание «дом-домашний очаг».

В отличие от первой группы ассоциаций, во второй группе представлены ассоциации с негативной коннотацией, которые объединяются общим признаком ‘öffentliche Unterkunft’ (общественное учреждение), среди которых упоминаются, прежде всего, *Kinderheim* (детский дом) и *Altenheim* (дом престарелых). Как уже отмечалось, компонент *-heim* в составе номинаций данных учреждений призван создать положительный образ домашнего очага, дома, в котором люди живут, как в семье. Однако, судя по реакциям информантов, положительные коннотации, содержащиеся в данном компоненте, в составе названий учреждений нивелируются, и данные учреждения вызывают негативные эмоции. Ассоциации, связанные с *Kinderheim*: *Angst* (страх), *keine Familie* (нет семьи), *keine Eltern* (нет родителей), *negativ* (негативное), *schwer erziehbare Kinder* (трудновоспитуемые дети), *alleingelassen* (покинутый), *Fehlverhalten* (неправильное поведение), *Strafe* (наказание), *Kinderheim – etwas Bedrohliches und etwas wo man nicht gerne sein möchte* (детский дом – что-то угрожающее, место, где не хочется быть). Упоминания дома престарелых (*Altenheim*) также сопровождаются негативными ассоциациями: *hilfsbedürftig*

(нуждающийся в помощи), *eingeschränkt* (ограниченный), *Depressionen* (депрессии), *traurig* (печально), *sich allein fühlen* (чувствовать себя одиноким), *warten auf den Tod* (ожидать смерти). Необходимо отметить, что в ходе эксперимента с российскими респондентами не обнаружено упоминаний указанных общественных учреждений.

Подводя итоги нашего исследования, можно заключить, что изучаемые концепты демонстрируют разные способы концептуализации сходных фрагментов внеязыковой действительности – в имени русского концепта *дом* воплощена совокупность признаков материального объекта и идеального представления о доме как о «домашнем очаге», чувства и эмоции человека, свидетельствующие о необходимости дома для существования. В немецкой лингвокультуре в силу исторических и языковых причин признаки материального фрагмента действительности и идеального представления о нем оказались распределенными между двумя именами – *Haus* и *Heim*. Концепты, объективируемые в языке двумя именами, мы предлагаем именовать «двуименными концептами». Представляется перспективным изучение подобных концептов в сопоставительном плане на материале других языков.

ЛИТЕРАТУРА

Базылова Л.А. Средства репрезентации концепта «Дом» в русском и немецком языках (на материале романа А.Г. Битова «Пушкинский дом» и его немецкоязычного перевода): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2010. 21 с.

Валева Д.Р. Репрезентация концепта «дом» в русской языковой картине мира: дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2010. 180 с.

Глозман Б.Г. Лингвокультурный аспект изучения фразеологических единиц, репрезентующих концепт «дом» в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. Орск, 2010. 239 с.

Дуксова Н.А. Сопоставительный системный анализ лексики семантического поля «дом/жилье» на материале английского и русского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 21 с.

Житникова М.Л. Дом как базовое понятие народного мировидения: лингвокультурологический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2006. 27 с.

Медведева Т.С. Концепты дом и Haus/Heim в русской и немецкой лингвокультурах // Многоязычие в образовательном пространстве. сб. ст. Ижевск: Удмуртский университет, 2014. Т.6. С. 200-205.

Медведева Д.И. К вопросу о парных концептах *дом* и *кућа* (на материале сербской лингвокультуры) // Новые парадигмы и новые решения в современной лингвистике / ред. М.В. Пименова. Кемерово, 2013. Вып. 3. С. 33-36.

Потураева Е.А. Метафорическая интерпретация концептуальной сферы «Дом» в русской языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2011. 21 с.

Разова Е.Л. Дом: место социального и культурного становления человека: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург, 2004. 16 с.

Тимощенко С.А. Лексико-семантическая экспликация концепта ДОМ в русской фразеологии и художественных текстах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 25 с.

Dorn Th., Wagner R. Die deutsche Seele. München: Albrecht Knaus Verlag, 2011. 559 S.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. С какими лингвокультурными концептами связан концепт *дом*?
2. Наблюдается ли, по Вашему мнению, динамика в функционировании концепта *дом* и его аналогов в изучаемых языках?

3. Найдите в современных европейских языках аналоги латинских крылатых выражений: *Dulce domum; Domus propria – domus optima; Pro domo sua.*

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Пословицы о доме на материале английского, французского, испанского языков (по выбору).
2. Концепт *дом* и его аналоги в изучаемых языках (на материале эргонимов).
3. Концепт *дом* и его аналоги в изучаемых языках (на материале рекламных текстов).
4. Концепт *дом* и его аналоги в изучаемых языках (на материале песенных текстов).

5. КОНЦЕПТЫ *ГОСТЕПРИИМСТВО* И *GASTFREUNDSCHAFT*

Концепт *гостеприимство* является одним из ключевых концептов в русской лингвокультуре, что подтверждается многочисленными трудами о русском менталитете, а также результатами социологических исследований, согласно которым *гостеприимство* отмечается как одна из наиболее частотных характеристик русского национального характера. Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин отмечают, что *гостеприимство* – «важнейший императив русского менталитета, национальная ценность» [Прохоров, Стернин, 2006, с. 106]. А.В. Павловская в книге «Россия и русские» пишет: «гостеприимство является важной составляющей русского мира. Принять, накормить гостя, угостить его так, чтобы не было стыдно, очень важно для русского человека. Даже в трудные времена, которых было немало в XX в., гостеприимство сохраняло свое место в русской жизни [Павловская, 2010, с. 257]. Важнейшим культурным концептом и традиционной русской ценностью называет гостеприимство Анна А. Зализняк [Зализняк, 2012, с. 437].

В работах, посвященных исследованию немецкого менталитета, и аналогичных социологических исследованиях, проведенных в Германии, упоминания *гостеприимства* (*Gastfreundschaft*) в качестве черты, присущей немецкому народу, не обнаруживается.

В нашем исследовании проводится сопоставительный анализ репрезентаций концептов *гостеприимство* и *Gastfreundschaft* в современных немецкой и русской лингвокультурах с целью выявления объективации в языке ментальных установок и когнитивных стереотипов сознания в отношении гостеприимства. При первом приближении данный концепт представляется универсальным, ведь прием гостей не является прерогативой какой-либо отдельной культуры, а явлением, распространенным во всем мире. Однако практика межкультурной коммуникации показывает, что в русской и немецкой культурах существует разное понимание

гостеприимства. В частности, об этом свидетельствуют опросы российских и немецких студентов – участников обменных программ и результаты межкультурных тренингов. Так, немецкие информанты отмечают непривычную для них «чрезмерность, интенсивность русского гостеприимства», а российские студенты – «недостаток гостеприимства» в Германии [Медведева, 2008].

Нами был поставлен вопрос о том, в какой мере лингвокультурологическое описание концептов может выявить особенности *гостеприимства* в двух культурах. С целью изучения объективации в языке ментальных установок и когнитивных стереотипов в отношении *гостеприимства* был проведен сопоставительный анализ репрезентаций концептов *гостеприимство* и *Gastfreundschaft* в современной русской и немецкой лингвокультурах.

Анализ семантики имен концептов по данным обобщенных дефиниций русской и немецкой лексикографии показал, что имеются как сходства, так и различия в признаковой структуре имен концептов.

Русская лексема *гостеприимство* трактуется как *радушие по отношению к гостям; радушие в приеме и угощении посетителей; безвозмездный прием и угощение странников; любезный прием гостей; готовность, желание принимать гостей; хлебосольство.*

Немецкая лексема *Gastfreundschaft* определяется следующим образом: *einem [dem Rechtsbrauch gemäß] erwiesenes Entgegenkommen, das in freundlicher Aufnahme als Gast und in Schutz, Beherbergen, Bewirten besteht.*

Анализ имен концептов позволяет установить сходные концептуальные признаки: 'любезный' / 'freundlich' 'прием' / 'Aufnahme' и 'угощение' / 'Bewirtung' 'гостей' / 'Gast'. Однако значение русского слова *гостеприимство* определяется посредством безэквивалентных лексем *радушие – сердечное, ласковое и открытое отношение к людям (гостям), приветливость, соединенные с гостеприимством, готовностью помочь, оказать услуги; и хлебосольство – гостеприимство,*

радушие и щедрость при угощении. Показательна их этимология: слово *радушие* образовано путем гаплогонимии из «радодушие», в котором просматриваются компоненты «рад» и «душа»; в основе лексемы *хлебосольство* лежит сочетание «хлеб-соль». Таким образом, анализ семантики имени концепта в русском языке и его ближайших синонимов (ядра концепта) обнаруживает концептуальные признаки *'радость'*, *'щедрость'*, *'эмоциональность'*. Признаками имени немецкого концепта являются: указание на существование обычая, порядка *'Rechtsbrauch'*, который предписывает оказание гостеприимства, а также детализацией действий хозяина в отношении гостя *'Schutz'* (защита), *'Beherbergen'* (размещение), *'Bewirten'* (угощение).

Сопоставительный анализ семантики базовых лексем *гость* и *Gast* также приводит к показательным результатам: *Гость – посетитель, человек, пришедший по зову или незваный по-дружески навестить другого с целью повидаться, побеседовать, вместе провести время, ради пира* и т. п. *Gast – Person, die man zu einem meistens relativ kurzen Besuch (zur Bewirtung oder vorübergehenden Beherbergung) in sein Haus eingeladen und dort aufgenommen hat.* Обобщенные дефиниции показывают, что в языковом сознании носителей немецкого языка выделяются следующие существенные признаки: наличие приглашения (*eingeladen*), его цель (*zur Bewirtung oder vorübergehenden Beherbergung*), краткость пребывания в гостях (*meistens relativ kurzen Besuch*). Русская лексикография не акцентирует данные признаки, время не регламентировано, наличие приглашения не обязательно. На возможность прихода в гости без приглашения указывает также узуальная русская фраза: *Заходи, гостем будешь!*

Следует отметить, что лексемы *гость* и *Gast* являются полисемантическими. Помимо рассмотренного выше значения, являющегося основным, в русском языке имеется значение *гость – постороннее лицо, приглашенное присутствовать на собрании, заседании, празднестве.* В немецком языке сфера распространения лексемы *Gast* является более обширной.

В лексикографических источниках зафиксировано не только сходное с русским значение *гость собрания, праздника* (*Person, die sich in einer anderen als ihrer eigenen Umgebung, bes. in einem Personenkreis, zu dem sie nicht gehört, vorübergehend aufhält*), но и значение *клиент ресторана, кафе, гостиницы* (*Person, die ein Lokal besucht; Person, die in einem Hotel wohnt*).

В немецком языке компонент *Gast* входит в довольно большое число сложносоставных слов: *Gastarbeiter, Gastdozent, Gastprofessor, Gasthörer, Gastrolle*. В лексемах, в которых компонент *Gast* выступает в качестве определяющего слова, актуализируется значение *лицо, временно работающее в чужом для него месте*. В сложносоставных словах, где *Gast* является главным словом, превалирует значение *клиент*: *Fahrgast* (пассажир поезда), *Fluggast* (пассажир самолета) и др. Некоторые слова русский язык заимствовал из немецкого, например *гастарбайтер, гастропли*. Таким образом, рассмотрение семантики немецкой лексемы *Gast* приводит к выводу о более широком, по сравнению с русской лексемой, объеме ее значения: *Gast* – это лицо, которое временно находится в чужом для него окружении.

На этапе сопоставительного изучения фразеологии было установлено, что в русском языке выделяются устойчивые словосочетания, подразумевающие спонтанность прихода в гости *заскочить, заглянуть в гости* и выражения, значения которых включают признак *‘интенсивность приглашения’* *завать, затащить в гости*. Подобные устойчивые словосочетания в немецком языке не обнаружены. Практика включенного наблюдения показывает, что действия, обозначенные в приведенных выше русских лексемах, в немецкой культуре, действительно невозможны.

Значительная часть русских фразеологизмов и свободных словосочетаний являются просторечными выражениями, обозначают явления в кругу бытовых отношений *заглянуть на огонек, потчевать гостей, назвать гостей, затащить в гости*. В немецком языке, напротив, больше словесных

комплексов, относящихся к книжному *die Gäste regalieren* или высокому стилям: *zu sich Gäste laden, bescheiden; Gäste empfangen*, приблизительным соответствием которым в русском языке является выражение *принимать гостей*. Данные языковые факты позволяют заключить, что приход в гости для русских является обыденным явлением, предполагающим спонтанность и импровизацию; для немцев существует порядок приема гостей, связанный с определенной подготовкой. Языковые факты подтверждаются и нашими наблюдениями: в немецкоязычном пространстве намного реже приглашают друзей и знакомых в свой дом, даже хорошие друзья предпочитают встречаться в кафе и других общественных местах. Примечательно также, что немецкие фразеологические сочетания часто предусматривают указание точного времени прихода: *Gäste bestellen, bescheiden – ‘den Zeitpunkt für jemandes Erscheinen festlegen’* (установить точное время для прихода гостей), что не характерно для значений аналогичных русских словосочетаний *пригласить, позвать, зазвать в гости* и т. п. Лексема *Zeitpunkt* (букв. пункт, точка времени) указывает на необходимость пунктуальности и, соответственно, опаздывать при приглашении в гости даже на несколько минут в немецкой культуре не принято. Следует также отметить, что приглашения в гости по торжественным поводам (например, день рождения) осуществляются в немецкой культуре, как правило, в письменной форме и прием гостей планируется за несколько месяцев до события.

Немецкий язык насчитывает большое число просторечных фразеологизмов для обозначения неожиданного прихода в гости, содержащих негативную коннотацию: *jemandem das Haus (die Bude) einrennen, einlaufen; jemandem ins Haus (in die Bude) geschneit kommen, platzen; auf die Bude steigen, rücken*, приблизительными соответствиями которых в русском языке являются *вломиться в дом, упасть как снег на голову*. Идиома *jemandem in die Suppe / in den Suppentopf fallen* (букв. упасть в кастрюлю с супом) с ярко выраженной негативной коннотацией обозначает неожиданный приход гостя в то время, когда

хозяева едят. В соответствии с данным выражением в немецкой культуре отсутствует установка приглашать к столу неожиданно пришедшего посетителя.

Среди русских фразеологизмов обнаруживаются словосочетания с семантикой *'неожиданный, пришедший без приглашения гость'* без негативной оценочности: *залётный, случайный, нежданный гость*. Отсутствие негативной коннотации в данных словосочетаниях также свидетельствует о том, что приход в гости без приглашения воспринимается в русском обыденном сознании как нормальное явление.

Люди, продолжительное время находящиеся в гостях, в немецкой культуре оцениваются негативно, о чём свидетельствует наличие таких фразеологических единиц с негативной коннотацией, как *Sitzfleisch haben, sich bei jemandem häuslich niederlassen / einrichten*. Значение этих фразеологизмов примерно соответствует русской ФЕ *засидеться в гостях*, являющейся нейтральной. Необходимо также отметить наличие в русском языке лексемы *застолье – веселое времяпровождение за столом с обильным угощением*. Лексема либо словосочетание с эквивалентным значением в немецком языке отсутствует.

Как известно, в пословицах отражен опыт, накопленный поколениями людей, отношении представителей определенной культуры к какому-либо явлению жизни. Многие пословицы и поговорки свидетельствуют о том, что русские очень любят сами ходить в гости и принимать, угощать других у себя: *Гость на порог – счастье в дом. Приезд гостя – именины сердца. Не красна изба углами, а красна пирогами. Дома нет дела – иди в гости смело*. В немецких пословицах проводится мысль о том, что гостеприимство делает честь хозяевам, как это предписывает обычай: *Des Hauses Ehre ist Gastfreundlichkeit* (Гостеприимство делает честь дому). Не обнаружено среди немецких пословиц и поговорок эмоциональных выражений, передающих удовольствие от приема гостей. Исключением являются случаи, когда гость может быть чем-либо полезен хозяину: *Wer nützt ist ein willkommenener Gast; Wer etwas mitbringt,*

ist immer angenehm; Willkommen, der bringt! В немецких и в русских пословицах и поговорках отмечается, что лучше всего отношение к тем гостям, которые приходят редко и ненадолго: *Мил гость, что недолго гостит; Редкое свидание – приятный гость; Kurze Besuche verlängern die Freundschaft* (Краткие посещения укрепляют дружбу); *Ein seltener Gast fällt nie zur Last* (Редкий гость никогда не в тягость). Однако для немецкой культуры характерно выделение максимального промежутка времени – три дня, когда любой гость становится в тягость: *Des liebsten Gastes ist man in drei Tagen satt; Dreien Tage Gast – allen eine Last. Gast und Fisch stinken nach drei Tagen.* Особенно показательна образная основа последней пословицы – букв.: Гость и рыба дурно пахнут через три дня.

В русских паремиях отражается амбивалентное отношение к неожиданным приходам гостей: *Незванный гость легок, а званный тяжел; Нежданный гость лучше жданных двух; Незванный гость хуже татарина.* В немецкой паремиологии зафиксировано отрицательное отношение к незапланированным визитам: *Ungeladener Gast ist eine Last*, исключение делается только для лучших друзей: *Ein guter Freund kommt ungeladen.*

Подводя итог исследованию репрезентаций концепта *гостеприимство* в русской и немецкой лингвокультурах, можно сделать вывод о том, что в русском и немецком языках отражаются и хранятся стереотипы сознания, система ценностей русского и немецкого народов, которые транслируются из поколения в поколение. Как показал анализ языковых фактов, различия в отношении к *гостеприимству* в русской и немецкой лингвокультурах превалируют над сходствами, таким образом, в языке зафиксирована национально-культурная специфика изучаемых концептов. Концепт *гостеприимство* связан с ценностными доминантами русской лингвокультуры – концептами *душа, щедрость, размах.* *Gastfreundschaft* является актуальным концептом в немецкой лингвокультуре, однако его ценностный компонент не ярко выражен. По нашему мнению, своеобразие немецкого концепта обусловлено ценностью

для немецкой лингвокультуры концептов *Ordnung* (порядок), *Zeit* (время – четкое планирование событий жизни), *Raum* (значимость личного пространства), *Sparsamkeit* (бережливость), *persönliche Freiheit* (свобода личности).

ЛИТЕРАТУРА

Зализняк Анна А. Общение между людьми в межкультурной перспективе: *gosti vs. party* // Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Константы и переменные в русской языковой картине мира. М.: Языки славянских культур, 2012. С. 436-447.

Медведева Т.С. Проблемные ситуации в межкультурном взаимодействии немецких и российских студентов: межкультурный семинар-тренинг // Международное сотрудничество: интеграция образовательных пространств: материалы междунар. науч.-практ. конф. Ижевск, 2008. С. 206-209.

Медведева Д.И. Гостеприимство (на материале русской и сербской лингвокультур) // Славянская концептосфера в сопоставительном освещении: Лексикон / под ред. Е.Е. Стефанского. Самара: Изд-во СаГА, 2011. С. 103-114.

Медведева Т.С. Концепты *гостеприимство* и *Gastfreundschaft*: сопоставительный анализ // Концептуальные и семантико-грамматические исследования: памяти проф. Е.А. Пименова: сб. науч. ст.; отв. ред. М.В. Пименова. М.: ИЯ РАН. 2011. С. 188-193.

Павловская А.В. Россия и русские. М.: Центручебфильм. 2010. 336 с.

Прохоров Ю.Е. Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука. 2006. 328 с.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Чем различаются старинные русские обычаи гостеприимства и современный этикет приема гостей в России?
2. Как традиции гостеприимства связаны с отношением ко времени в разных культурах (пунктуальность гостей, длительность пребывания в гостях, возможность прихода в гости без предварительной договоренности)?
3. Что понимают носители немецкой и русской культур под интенсивностью гостеприимства и недостатком гостеприимства?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Коммерциализация концепта *гостеприимство* в современном мире (на материале изучаемых лингвокультур).
2. Этимология лексемы *гость* и ее аналогов в изучаемых языках.
3. Традиции гостеприимства у разных народов (на материале изучаемых языков по выбору).
4. Пословицы и поговорки о приеме гостей в английском, французском, испанском языках.

6. КОНЦЕПТЫ ДРУЖБА И FREUNDSCHAFT

Концепт *дружба* является одним из ключевых концептов русской культуры, о чем свидетельствуют его многочисленные исследования [Вежбицкая, 2001; Шмелев, 2005; Арапова, 2005; Приходько, 2011; Хизова, 2005 и др.]. Рассуждая о «моделях дружбы» в разных культурах, А. Вежбицкая поднимает вопрос об этнокультурной специфике данных моделей и справедливо отмечает, что иллюзорным является представление о правомерности рассмотрения *дружбы* лишь с точки зрения англосаксонской культуры и абсолютизации значений слов *friend* и *friendship* [Вежбицкая, 2001, с. 65]. Моделям дружбы в русской культуре автор посвящает отдельный раздел, в котором анализируются лексемы *друг*, *подруга*, *товарищ*, *приятель* [Вежбицкая, 2001, с. 102-143]. Глубокий анализ репрезентантов концепта *дружба* в русском языке содержится в работе А.Д. Шмелева [Шмелев, 2012, с. 175-186]. О значимости дружеских отношений в русской культуре пишет И.А. Стернин. Исследуя коммуникативное поведение русских, автор обращает внимание на приоритетность и эффективность неформального общения в русской коммуникативной среде и отмечает, что для успеха делового общения надо сначала познакомиться, «подружиться» [Прохоров, Стернин, 2006, с. 189].

В данном разделе представлен сопоставительный анализ языковой репрезентации концептов *дружба* и *Freundschaft*, проведенный на материале русской и немецкой лексики, фразеологии и паремиологии, а также на основе данных рецептивного эксперимента, т.е. эксперимента на понимание, восприятие концепта, его субъективную дефиницию [Попова, Стернин, 2007, с. 187].

Обратимся к анализу понятийного компонента изучаемых концептов. Лексема в русском языке восходит к слову *drugъ* ‘иной, другой, следующий’, а также ‘спутник, товарищ по войне’, ср. *дружина* – «воинский отряд». Этимология имени концепта и базового репрезентанта *друг* детально описана в исследовании О.А. Араповой и Р.М. Гайсиной [Арапова, Гайсина, 2007, с. 44-60].

Немецкая лексема *Freund* происходит от древневерхненемецкого слова *friunt*, которое является застывшим причастием: *Verwandte(r)* (родственник). Наряду с древним значением *Blutsverwandter*; *Stammesgenosse* (кровный родственник) развивается значение *persönlicher Vertrauter*; *Kamerad* (доверенное лицо, товарищ). Эволюция имени концепта *Freundschaft* происходила от значения *Gesamtheit der Verwandten* (совокупность родственников) до значения *Freundesverhältnis* (отношения дружбы).

Анализ дефиниций в лексикографических источниках современного русского и немецкого языков приводит к выводу, что имеются как сходства, так и различия в структуре признаков имен концептов *дружба* и *Freundschaft*. Общими концептуальными признаками основного значения *дружбы* являются: рус. *отношения, основанные на взаимном доверии, привязанности, взаимной расположенности*; нем. *aufgegenseitiger Zuneigung, Vertrauen, Sympathie beruhendes Verhältnis von Menschen zueinander*. Однако следует отметить, что в немецких лексикографических источниках не зафиксированы признаки *общность интересов, духовная близость*, приводимые русской лексикографией.

Сопоставительный анализ лексем *друг* и *Freund* позволил выявить как сходные, так и различительные концептуальные признаки. Так, в дефинициях репрезентанта концепта *Freund* зафиксировано значение *Person, die mit einer anderen eine partnerschaftliche bzw. sexuelle Beziehung hat*, причем, данный признак обнаруживается в составе значений лексем *Freund* и *Freundin* (приблизительно: подруга). Как показано в исследованиях русского слова *подруга*, объем его значения не идентичен семантике лексемы *друг* (см. Вежбицкая 2001, Шмелев 2005), однако в немецком языке значения изучаемых лексем различаются лишь в гендерном аспекте. Следует также отметить, что лексико-семантический вариант слова *друг* – «гражданский муж» употребляется в разговорной речи, но, по нашим данным, еще не зафиксирован в русской лексикографии.

В целом, в определении лексемы *друг* на передний план выдвигаются этические аспекты *дружбы*: это человек, близкий по духу, по убеждениям, на которого можно во всём положиться. Немецкие лексикографические источники выделяют факт близкого знакомства и продолжительности дружеских отношений: *j-d, den man sehr gut kennt und zu dem man über eine relativ lange Zeit eine enge Beziehung hat.*

«Сдвинутое» (термин А.Д. Шмелева) либо переносное значение слова *друг*, т.е. сторонник, защитник (например, *друг детей*) не является распространенным в русском языке, но очень частотно в качестве компонента немецких сложносоставных слов: *Musikfreund, Naturfreund, Kunstfreund, Sportfreund, Tierfreund, Umweltfreund* и т. п. В данном случае основное значение лексемы десемантизируется и появляется значение ‘любитель, фанат’ (музыки, природы, искусства, спорта, животных, экологии).

Показателен, на наш взгляд, также тот факт, что в немецком языке не имеется эквивалента лексемам *приятель, приятельница*; переводными соответствиями обычно выступают *Freund, Freundin*, либо разговорное *Kumpel* (только муж. род). Таким образом, немецкое слово *Freund* включает и смыслы, содержащиеся в русском *приятель*.

Сопоставление семантики слова *товарищ* с немецкими аналогами приводит к выводу о том, что его семантический объем воплощен в двух немецких лексемах: *Kamerad* и *Genosse*: *школьный товарищ – Schulkamerad, боевой товарищ – Kriegskamerad*, обращение в советское время: *товарищ Петров* – обращение в ГДР: *Genosse Meier* (устар.). В настоящее время *Genosse* служит лишь для обозначения товарища по политической партии, причем лишь левого, неконсервативного направления.

Анализ репрезентаций концепта в двух языках приводит также к выводу о различии в концептуализации отношений *дружбы* как процесса: в немецком языке нет глагола *дружить*, который предполагает интенсивность процесса дружеского общения, а наличествует лишь сочетание *befreundet sein*, номинирующее состояние – находиться в дружеских отношениях.

Интерес представляет сопоставительное изучение русской и немецкой паремииологии, составляющей интерпретационное поле концепта. Выделяются сходные суждения о дружбе в русской и немецкой культурах. Дружба является ценностью в жизни человека: *Дерево держится корнями, а человек – друзьями; Freunde sind über Silber und Gold*; дружба проходит испытание бедой: *He tot друг, кто на пиру гуляет, а тот, кто в беде помогает; Друзья познаются в беде; Freundschaft bewährt sich in der Not; Den Freund erkennt man in der Not*; испытание временем: *Старый друг лучше новых двух; Alter Freund und alter Wein sind am besten*; деньги, материальные блага привлекают ложных друзей: *Скатерть со стола и дружба сплыла; Leer Fass, leere Freundschaft; siedet der Topf, blühet die Freundschaft*.

Некоторые отличия обнаруживаются в изучаемых культурах при интерпретации соотношения дружбы и денег: *He имей сто рублей, а имей сто друзей; Besser in der Tasche kein Geld, als ohne Freund in dieser Welt*. В пословице *In Geldsachen hört die Freundschaft auf* выражено категорическое суждение о том, что дружба прекращается в денежных делах, которое в более мягкой форме содержится в русской пословице *Дружба дружбой, а денежки врозь*.

Немецкие пословицы обнаруживают суждения о способах сохранения дружбы, которые не выявлены в материале русского языка: *Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft; Kurze Besuche verlängern die Freundschaft* (дружбу следует укреплять при помощи маленьких подарков и кратких визитов), а также суждение о толерантном отношении к недостаткам друзей: *Bei Freunden muss man ein Auge zudrücken; Keine Mühle ohne Mehl, kein Freund ohne Fehl*.

Нами также были проведены ассоциативный и рецептивный эксперименты с носителями русского и немецкого языков (по 40 русских и немецких информантов). Результаты экспериментальных исследований в целом подтверждают выводы относительно сходств и различий в концептуализации дружбы в русской и немецкой культурах, которые позволил сделать

анализ лексикографии и фразеологии. Представления о дружбе в русском языковом сознании закреплены в следующих субъективных дефинициях и ассоциациях (приводятся по убывающей частотности): *дружба – это когда друг готов поддержать в трудную минуту; это общие интересы, принципы, взгляды; взаимопонимание; доверие; уважение; умение радоваться с другом его успехам и разделять неудачи; не предавать, делиться самым сокровенным; одна душа в двух телах; говорить правду*. Наиболее частотными из приводимых пословиц являются: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Друг познается в беде; Старый друг лучше новых двух*.

Немецкие респонденты приводят следующие интерпретации: *Eine Freundschaft muß gepflegt werden: regelmäßige Kontakte halten, Briefe schreiben, Telefonate* (дружбу следует поддерживать, букв. ухаживать, заботиться о дружбе), подчеркивается необходимость регулярности контактов, переписки, звонков; *wenn ein Freund immer für mich da ist* (когда друг всегда находит для меня время); *wenn man vertrauen kann* (когда можно доверять); *wenn man etwas gerne zusammen unternimmt, Zeit verbringt: Lachen, Spaß, Schoppen* (когда вместе проводят свободное время веселье, удовольствие, походы по магазинам); *wenn man alles erzählen kann* (когда можно все рассказать). Свое отношение к концепту немецкие респонденты выразили в многочисленных поговорках и образных выражениях: *Freundschaft ist eine langsam wachsende Blume* (дружба – это медленно растущий цветок); *Iß mit deinem Freund, aber mach keine Geschäfte* (ешь со своим другом, но не заключай сделок); *Wer einen Freund hat, braucht keinen Spiegel* (тому, у кого есть друг, не нужно зеркала) и т. д.

Итак, *дружба* является ценностью для представителей двух исследуемых культур. Данный концепт системно связан с другими ключевыми концептами, формирующими концептосферы народов, чем обусловлены некоторые различия в понятийной и ценностной составляющих данного концепта.

ЛИТЕРАТУРА

Арапова О.А. Концепт «Дружба»: системный и функционально-когнитивный анализ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 242 с.

Арапова О.А., Гайсина Р.М. Дружба // Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стерина. М.: Гнозис, 2007. С. 44-60.

Вежбицкая А. Понимание через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. М.: Языки славянской культуры. 2001. С. 63-209.

Медведева Т.С. Лингвокультурный концепт *дружба* в русском и немецком языковом сознании // Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке: материалы междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург. 2009. С. 131-134.

Приходько Г.В. Концептосферы Дружба и Freundschaft в русской и немецкой картинах мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск. 2011. 21 с.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 328 с.

Хизова М.А. Концепт «дружба» в русской и английской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар. 2005. 198 с.

Шмелев А.Д. Дружба в русской языковой картине мира // Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур. 2012. С. 175-186.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Найдите в изучаемых языках аналоги латинских крылатых выражений: *Amicus certus in re incerta cernitur; Amicus mihi Plato, sed magis amica est veritas; Clara pacta, boni amici; Donec felix eris, multos numerabis amicos.* Какие смыслы представляются универсальными в латинских и современных пословицах?

2. С какими культурными ценностями сопоставляется дружба в европейских культурах?
3. Какими качествами, по Вашему мнению, должен обладать друг?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Этимология лексем *друг*, *friend*, *ami*, *amigo*.
2. Динамика значения лексемы *друг* и ее аналогов в европейских языках.
3. Номинации человека по степени близости дружеских отношений в разных языках (рус. *друг*, *подруга*, *приятель/ница*, *знакомый/-ая* и т. п.).
4. Английские, французские, испанские пословицы о дружбе.
5. Результаты рецептивного эксперимента.

7. КОНЦЕПТЫ ТРУД И *ARBEIT*

Концепт *труд* является одним из важнейших концептов в жизни общества. Изучению репрезентации концепта *труд* в русском языке посвящены специальные исследования [Басова, 2004; Гоннова, 2003; Токарев, 2003; Чернова, 2004 и др.], отдельные наблюдения содержатся в трудах многих лингвистов. Г.В. Токарев относит концепт *труд* к концептам – константам русской культуры [Токарев, 2003, С. 12]. Лексема *труд* избирается исследователями в качестве имени концепта в связи с тем, что она имеет наиболее абстрактное значение в ряду синонимов, является наиболее употребительным и стилистически нейтральным словом. Приводимые Г.В. Токаревым данные о частотности свидетельствуют о том, что имя концепта и слова-синонимы, репрезентирующие концепт в русском языке, являются высокочастотными [Токарев, 2003, с. 22-23]. Данный факт указывает на значимость концепта для русской культуры.

В ходе нашего исследования был проведен сопоставительный анализ репрезентаций концепта *труд* в современном русском и немецком языках на материале лексикографических источников, фразеологии и паремиологии. С целью изучения языкового сознания носителей русского и немецкого языков и уточнения базового содержания концепта на современном этапе использовались ассоциативный эксперимент, метод субъективных дефиниций и метод интервьюирования.

Изучение лексикографических источников современного русского языка показывает, что наиболее близким синонимом имени концепта *труд* является лексема *работа*, в связи с чем наше внимание сосредоточено на анализе содержания семантики лексем *труд* и *работа* в сопоставлении с немецкой лексемой *Arbeit*.

Этимологический анализ лексемы *труд* в русском языке показывает, что в древнерусском языке слово *труд* имело значения: *трудом добытое, сделанное, трудность, деятельность, старание, забота, беспокойство, подвиг, страдание, скорбь,*

боль, болезнь, недуг. Современные дефиниции имени концепта в лексикографических источниках приводят к выводу о том, что большая часть его значений, а также отрицательные коннотации утрачены, сохранились лишь значения ‘деятельность’, ‘результат труда’, ‘усилие, направленное к достижению чего-либо’. Можно также констатировать развитие новых лексико-семантических вариантов: ‘целесообразная деятельность человека, направленная на создание с помощью орудий производства материальных и духовных ценностей’ и ‘привитие умений и навыков в какой-либо профессиональной, хозяйственной деятельности как предмет школьного преподавания’.

Концепт *труд* объективируется в русском языке лексемами *работа, дело, занятие, деятельность*, из которых наиболее близким по семантике слову *труд* является *работа*.

Слово *работа* восходит к древнерусскому *робота* развившемуся из общеславянского **orbota*, родственному древневерхненемецкому *ar(a)beit*. Этимология слова связана с идеей подневольного труда, что, несомненно, способствовало возникновению негативных коннотаций. В современных лексикографических источниках древнее значение ‘рабство, неволя’ не зафиксировано, хотя этимологическая связь ощутима вследствие сходности звучания. Значения лексемы *работа* практически идентичны основным значениям лексемы *труд*.

Несмотря на синонимичность слов *труд* и *работа*, имеется ряд отличий: *труд* в целом более творческая и этически значимая деятельность, чем *работа*; отличаются масштаб и количество затраченных усилий; смысловые акценты (в *работе* на первом месте содержание, результат, в *труде* – усилия); а также оценка (для *работы* характерна положительная и отрицательная утилитарная оценка, для *труда* – положительная этическая). Вероятно, с отличием в оценке связано наличие в русском языке таких просторечных слов, как *работка, работенка*, а также возможности употребления слова в переносном значении в выражениях типа «Чья работа?» (Кто это сделал?).

Данные этимологических источников немецкого языка свидетельствуют о том, что слово *Arbeit* является родственным со славянским *работа* и обозначало первоначально *schwere körperliche Anstrengung, Mühsal, Plage* (тяжелое физическое усилие, мучение). Таким образом, в семантике лексемы содержались смыслы, сходные с древними значениями русских слов *труд* и *работа*. Этическая оценка концепта *Arbeit* кардинально изменилась благодаря учению М. Лютера о протестантской этике труда (*Arbeitsethik*). В результате имя концепта *Arbeit* потеряло негативное значение *unwürdige, lästige Tätigkeit* и развились его современные значения: 1) *die Tätigkeit, bei der man geistige oder körperliche Kräfte einsetzt und mit der man einen bestimmten Zweck verfolgt*; 2) *die Tätigkeit, die man als Beruf ausübt*; 3) *Arbeitsplatz*; 4) *die Mühe oder Anstrengung, die man hat, wen man sich mit j-m/etw. beschäftigt, Stress*; 5) *Ergebnis einer planvollen Tätigkeit, Produkt*; 6) *eine schriftliche oder praktische Prüfung, ein Test*; 7) *Werk in seiner Beschaffenheit, in der Art seiner Ausführung*; 8) *Klassenarbeit*; 9) *Körperliche Vorbereitung auf bestimmte Leistungen, Sport*. Анализ обобщенной дефиниции позволяет выявить следующие основные концептуальные признаки: ‘умственная или физическая деятельность’, ‘целенаправленность’, ‘профессиональная деятельность’, ‘рабочее место’, ‘усилие для выполнения чего-либо, стресс’, ‘планирование’, ‘результат, продукт труда’.

Таким образом, концептуальные признаки, выделенные в результате анализа имени концепта *Arbeit*, охватывают признаковые структуры двух русских концептов – *труд* и *работа*.

Более обширен, чем в русском языке, и синонимический ряд, доминантой которого является *Arbeit*: *Tätigkeit, Betätigung, Erwerbstätigkeit, Geschäft, Anstrengung, Arbeitsleistung, Schaffen, Dienst, Beschäftigung, Beruf, Gewerbe, Stellung, Arbeitsplatz, Arbeitsstelle, Job, Engagement, Werk, Aufgabe, u.a.m.* Следует отметить, что для подавляющего большинства лексико-семантических вариантов имени концепта и его синонимов характерны положительные коннотации, однако в одном

из лексико-семантических вариантов содержатся отрицательные коннотации, эксплицируемые синонимами *Bürde, Mühe, Plage, Strapaze, Stress*.

На наш взгляд, приведенное сопоставление семантики имен концептов свидетельствует о разной концептуализации действительности в языковом сознании двух народов: разграничение *труда* и *работы* в русском языке говорит о том, что дифференцируется отношение к труду как деятельности, значимой в морально-этическом плане и работе, как деятельности, направленной на достижение определенного результата. В современном немецком языке морально-этическая и утилитарная доминанты не подразделяются, т. е. *Arbeit* – это одновременно и *труд* и *работа*.

Анализ словообразовательных гнезд, сочетаемости, фразеологии и паремиологии в двух сопоставляемых языках подтверждает данное положение.

Так, в немецком языке обнаруживается значительное количество сложносоставных слов (по данным лексикографии – 153) с компонентом *Arbeit-*, словарными соответствиями которых являются словосочетания с компонентами *труд* и *работа*: *Arbeitsleistung* – производительность труда, трудовые достижения, *Arbeitsmoral* – сознательное отношение к труду, *Arbeitselan* – трудовой энтузиазм, *Arbeitsethik, Arbeitsethos* – этика труда, *Arbeitsmethode* – метод, прием работы, *Arbeitsschicht* – рабочая смена, *Arbeitsstil* – стиль работы, *Arbeitspferd* – рабочая лошадь, работяга, *Arbeitsstier* – рабочее животное, (перен.) работяга, «ишак». Как видно из приведенных примеров, соответствиями понятий, содержащих положительную коннотацию, являются словосочетания с компонентом *труд*; соответствиями нейтральных понятий и понятий с негативной коннотацией – словосочетания с компонентом *работа*. Нужно отметить, что в немецком языке обнаруживается синонимический ряд, варьирующий идею «трудолюбия, потребности в труде»: *Arbeitsfreude, Arbeitslust, Arbeitssucht, Arbeitswut*, последние члены которого выделяются признаками 'болезненное

пристрастие к труду, чрезмерное усердие в труде'. В русском языке подобные признаки содержатся лишь в номинациях лиц *трудоголик, трудяга*.

Прилагательными, характеризующими трудолюбивого человека, являются *трудящийся, работающий, трудолюбивый, усердный*. Для обозначения трудолюбивого человека в немецком языке приводится следующий ряд прилагательных, доминантой которого является слово *arbeitsam*: *fleissig, eifrig, schaffensfreudig, rührig, emsig, tatkräftig, laborios, strebsam, unermüdtlich*.

Сопоставление фразеологизмов и паремий, отображающих отношение русского и немецкого народов к труду, позволяет выявить как определенные сходства, так и различия. В сопоставляемых лингвокультурах общим является противопоставление *труда* и *лени*. Об этом свидетельствуют паремии – в русском языке: *труд человека кормит, а лень портит*. В немецком языке это противопоставление имеет более категоричный характер. Сохранившаяся в нижненемецком диалекте поговорка гласит: *Arbeit is Leben, Nicksdoon is Dood* (работа это жизнь, безделье это смерть).

В нашем материале проявляется также такая языковая универсалия, как более детализированное обозначение негативно оцениваемых сфер жизни и качеств людей. В связи с этим наблюдается количественное преобладание и большая номинативная разработанность обозначений ленивого человека по сравнению с трудолюбивым в двух языках: *бездельник, лодырь, лоботряс, лентяй, лежебока, тунеядец, филон, сачок* и др.; *Faulenzer, Faulpelz, Faultier, fauler Hund, Nichtstuer, Bummler, Tagedieb, Taugenichts* и др.

Однако при сопоставлении семантики лексем *ленивый* и *faul* выявляются определенные различия. В отличие от русского слова немецкое *faul* является полисемантическим словом, прямым значением которого является 'гнилой, испорченный, разлагающийся (о продуктах питания, древесине)'. Переносными значениями являются 'сомнительный' (отговорка, компромисс) и 'неохотно работающий, не трудолюбивый'.

Как видно из дефиниции, во всех значениях явно присутствует негативная коннотация. По нашему предположению, с этим связано восприятие лени в немецкой культуре как испорченности человека и ее более резкое осуждение по сравнению с русской культурой, о чем свидетельствуют фразеологизмы и поговорки.

Сопоставление русских и немецких фразеологизмов, варьирующих идею безделья, позволяет обнаружить функциональное и семантическое тождество некоторых из них: *сидеть сложа руки* – *die Hände in den Schoß legen*; *не пошевелить и пальцем* – *keinen Finger rühren*. Однако в большей части фразеологизмов данной группы по-разному отразился накопленный народом опыт: *бить баклуши*, *играть в бирюльки*, *валять дурака*, *считать ворон*, *плевать в потолок*; *auf der faulen Haut / Bank liegen*, *Daumen drehen*, *keinen Strich tun*, *Arbeitsdenkmal spielen*, *auf der Bärenhaut liegen*. Сопоставление образных основ фразеологизмов приводит к выводу о том, что немецкие фразеологизмы преимущественно выражают идею полной неподвижности, а русские – идею подмены труда какой-либо бесполезной деятельностью. Таким образом, ленивый человек отражается в немецкой языковой картине мира как неподвижный, в русской картине мира как имитирующий какую-либо деятельность.

Во фразеологии обоих языков выделяются семантические группы «усердный труд» с положительной оценкой трудовой деятельности и ее субъекта: *трудиться как пчела / пчелка*, *работа горит в руках у кого-либо*, *гореть на работе*, *работать, не покладая рук*, *работать засучив рукава*; *bienenfleißig sein*, *arbeiten, dass die Späne fliegen*, *mehr können als Brot essen*, *mit beiden Händen zapacken*, *mit Hochdruck arbeiten*, *ohne Rast und Ruhe arbeiten*, *sich in die Arbeit stürzen*, а также «тяжелый труд»: *работать, не разгибая спины*, *гнуть спину*, *работать, не видя света белого*, *работать как вол / как лошадь*, *везти воз*, *надеть хомут*; *wie ein Pferd arbeiten*, *schaffen wie ein Brunnenputzer*, *schaffen wie ein Bär*, *die Haut von den Fingern arbeiten*, *harte Bretter / hartes Holz bohren*, *sich kaputt arbeiten*. При сопоставлении данных

групп выясняется, что символом трудолюбия и прилежания в двух культурах является пчела, а тяжелая работа ассоциируется с образом лошади или вола в русской культуре и лошади или медведя в немецкой. Различия образных основ сопоставляемых фразеологизмов группы «тяжелый труд» показывают, что представления о тяжелом труде связаны в русской лингвокультуре с земледельческим трудом, а в немецкой лингвокультуре – преимущественно с ремесленным трудом.

Русские и немецкие паремии варьируют идею жизненной необходимости труда, уважения к труду: *без труда не вынешь и рыбку из пруда, труд человека кормит, а лень портит, терпенье и труд все перетрут*. Следует отметить, что согласно специальным исследованиям, концепт *труд* в эпоху социализма являлся объектом идеологизации, что привело к возникновению новых паремий и лозунгов, содержащих идеологически окрашенные смыслы «внутренний долг», «подвиг»: *труд славит человека, за подвиг трудовой награждают золотой звездой, день труда – шаг к коммунизму* и т. п. [Басова 2004, Чернова 2004].

Немецкие паремии в своем большинстве варьируют идею награды (не только в материальном выражении) за усердный, прилежный труд: *sich regen bringt Segen, ohne Fleiß kein Preis, Mühe und Fleiß bricht alles Eis, wie die Arbeit, so der Lohn, wer den Kern haben will, muß die Nuß knacken*. По нашему предположению, на формирование немецкого пословичного фонда большое влияние оказала протестантская этика труда, согласно которой прилежание в труде при земной жизни является условием обретения царства небесного. В корпусе немецких пословиц не обнаружено паремий с отрицательной оценкой труда, которая встречается в русских пословицах: *работа дураков любит, работа не волк – в лес не убежит, от работы кони дохнут* и др. Лакунарными для немецкой культуры являются также и русские пословицы: *от трудов праведных не наживешь палат каменных, от трудов своих сыт будешь, а богат не будешь, всех дел не переделаешь*.

Достаточно эксплицитно в немецких паремиях выражена идея о соответствии качества *труда/работы* материальному

вознаграждению: *Wie der Lohn, so der Dienst, Niemand arbeitet gern umsonst, Jede Arbeit verdient ihren Lohn, Guter Lohn macht Arbeit leicht.*

Высокая ценность труда для жизни немца отражается в пословицах *Arbeit ist das halbe Leben, Arbeit ist des Lebens Würze, Arbeit macht das Leben süß, Arbeit adelt, der ist zur Arbeit wie der Vogel zum Fliegen gemacht.* В них также резко порицается лень, бездеятельность: *Arbeit ernährt, Müßiggang verzehrt, Arbeit gibt Brot, Faulheit gibt Not, Fleißige Hand erwirbt, faule Hand verdirbt, Arbeit hat Gulden, Müßiggang macht Schulden;* их аналогом является русская пословица *труд человека кормит, а лень портит.*

Как известно, пословицы и поговорки формировались в течение веков и являются архаичными образованиями. Ассоциативный эксперимент, в котором участвовали 100 носителей русского и 100 носителей немецкого языков, проводился с целью изучения актуального содержания концепта в языковом сознании русского и немецкого народов и возможной динамики его развития. Респондентам предлагалось привести субъективные дефиниции имени концепта, связанные с ним ассоциации и те пословицы и поговорки, которые респонденты активно используют. Для немецких респондентов словом-стимулом была лексема *Arbeit*, для русских респондентов лексемы *труд* и *работа*.

Анализ субъективных дефиниций позволил выявить наиболее значительные по количеству семантические группы, которые отражают представления о *труде* в русском языковом сознании (приводятся по убывающей частотности): *неотъемлемая часть жизни человека, необходимое явление, связанное с самореализацией, деятельность человека, направленная на создание материальных и духовных ценностей, смысл жизни, (физическое) усилие, направленное на достижение цели, результата, обеспечение себя средствами для жизни.* Среди ассоциаций, связанных со словом *труд*, (общее количество 324, 152 различные ассоциации) преобладают ассоциации групп «труд как ценность для человека»: *удовольствие,*

радость, облагораживает человека, самовыражение, счастье, успех, приятно, (моральное) удовлетворение, хорошо, удача, достижение, похвала (81); «физическое напряжение»: усталость, усилие, физические нагрузки, напряжение, тяжкий, трудно, нелегко, утомление (67); менее значительными являются группы «социалистическое прошлое»: Мир! Труд! Май!, Ленин, СССР, демонстрация, колхоз, серп и молот (21); «орудия труда»: лопата, грабли, мотыга, трактор, ведро, (16); «хозяйство»: огород, домашний труд, деревня, дом (16); «деньги»: деньги, зарплата, карьера, достаток (16).

Анализ субъективных дефиниций лексемы *работа* позволил установить, что *работа*, как правило, связывается с «заработком»: *способ заработать деньги, источник заработка, способ получения материальных благ* и т. п. Достаточно многочисленной является также группа, интерпретирующая «необходимость работы» для жизни человека: *неотъемлемая часть повседневной жизни, необходимость, возможность реализовать себя*. Изучение ассоциаций на стимул *работа* (всего 153, 110 различных ассоциаций) позволило подразделить их на четыре группы: «позитивные аспекты работы»: *удовольствие, общение с людьми, самореализация, радость (45); «аспекты профессиональной деятельности»: ответственность, кабинет, начальник, офис, подчиненный, смена, рабочие, завод* и др.; «негативные аспекты работы»: *усталость, проблемы, суета, нехватка времени* и др. (28); «деньги»: *зарплата, заработок, деньги (23).*

Материал немецкого языка показывает, что наиболее значительной в количественном отношении группой (более половины всех субъективных дефиниций) является группа, в которой *Arbeit* рассматривается как источник заработка, материальных благ: *Geld verdienen und für den Lebensunterhalt sorgen; eine Tätigkeit, seinen Lebensunterhalt zu sichern; Tätigkeit gegen Entgelt; Existenzsicherung*. Немецкие респонденты подчеркивают также и значимость труда в плане самореализации, морального удовлетворения, радости, удовольствия: *Arbeit bedeutet auch Selbstverwirklichung, dient der Daseinerfüllung,*

notwendig für ein erfülltes Leben, kann Freude bereiten, kann Spaß machen. Показательно, что в дефинициях указывается на качества человека, необходимые для труда/работы – ответственность, обязательность, надежность: *Arbeit hat mit Regelmäßigkeit, Verpflichtung, Verantwortung, Zuverlässigkeit zu tun.* Ассоциации (всего 386, различных ассоциаций 178) отличаются разнообразием, однако наиболее частотными являются ассоциаты, связанные с деньгами: *Geld verdienen, Lohn, Verdienst, Belohnung* (79); а также ассоциаты, имеющие отношение к профессиональной деятельности: *Chef; Verantwortung, Arbeitgeber, Karriere, Büro, Dienstleistung, Akten; Schicht, Fabrik, Kunden, Arbeitszeit* (74); группа ассоциаций, связанных с положительными эмоциями и оценками: *Spaß, Freude, Erfolg, an schöne Zukunft denken, Zufriedenheit* (45); и группа ассоциаций, связанных с отрицательными эмоциями и оценками: *Stress, Arbeitslosigkeit, Ausbeutung, Heck, unterbezahlt, Lustlosigkeit, Trott* (44).

Русские респонденты привели 57 различных паремий, при помощи которых выразили свое отношение к труду и работе. Наиболее частотными оказались пословицы: *Без труда не выловишь и рыбку из пруда* (65 повторений) и *Работа не волк, в лес не убежит* (55 повторений), положительное отношение к труду как ценности выражалось при помощи паремий: *труд облагораживает человека, трудом красив и славен человек, труд всему голова*, пословицы с компонентом *работа*, приводимые респондентами, содержат негативные коннотации: *дураков работа любит, от работы кони дохнут, в работе счастье и покой, когда работает другой*, и т.п.

Паремии, отмеченные немецкими респондентами, более разнообразны, всего упомянуто 102 паремии. Наибольшую частотность имеют *Erst die Arbeit, dann das Vergnügen* (18), *Arbeit ist das halbe Leben* (11), *Arbeit macht das Leben süß* (10), *Ohne Fleiß kein Preis* (10). Данные паремии подчеркивают значимость труда, работы, прилежания для жизни человека, выделяют приоритетность труда по сравнению с отдыхом. В целом, следует отметить, что большая часть респондентов приводила

не кодифицированные в лексикографии пословицы и поговорки (что характерно для большинства русских респондентов), а авторские высказывания, интерпретирующие их отношение к концепту *Arbeit*. Подавляющее большинство данных высказываний содержит позитивные коннотации, в некоторых из них *Arbeit* является предметом иронии и юмора: *das beste an der Arbeit sind die Pausen; Arbeit, geh weg, ich komme; Arbeit macht Spaß, stundenlang könnte ich zusehen*.

Таким образом, сопоставительный анализ репрезентации концептов *труд* и *Arbeit* позволяет выявить как сходства, так и различия в языковых картинах мира двух народов и раскрывает некоторые черты русского и немецкого менталитетов.

ЛИТЕРАТУРА

Басова Л.В. Концепт ТРУД в русском языке (на материале пословиц и поговорок): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004. 19 с.

Гоннова Т.В. Социокультурные характеристики концепта «труд» в русском языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 19 с.

Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2006. 624 с.

Медведева Т.С. Концепты *Arbeit* и *труд* в немецкой и русской концептосферах // Изменяющаяся Россия и славянский мир: новое в концептуальных исследованиях. сб.ст. / отв. ред. М.В. Пименова. Севастополь, 2009. С 345-351.

Островская Т.А. Концепт «труд» в русской и американской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2005. 163 с.

Серова А.А. Концепт «труд» в немецких и русских паремиях (на материале современных публицистических текстов сельской тематики): дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 196 с.

Токарев Г.В. Концепт как объект лингвокультурологии (на материале репрезентаций концепта «Труд» в русском языке). Волгоград: Перемена, 2003. 232 с.

Чернова О.А. Концепт «труд» как объект идеологизации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 20 с.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Каковы соответствия русских лексем *труд* и *работа* в английском, французском, испанском языках?
2. Изучите синонимические ряды имен концептов в изучаемых языках.
3. Выясните этимологию имен концептов, аналогичных русскому труд/работа, в изучаемых языках.
4. Найдите в современных языках аналоги латинских крылатых выражений: *Labor omnia vincit improbus*; *Ignavis simper feriae*; *Otia non ditescunt*; *Nihil agere delectat*. Актуальны ли их смыслы в настоящее время?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Фразеологизмы, варьирующие идею трудолюбия (на материале изучаемых языков).
2. Фразеологизмы, варьирующие идею безделья (на материале изучаемых языков).
3. Обозначения трудолюбивого и ленивого человека в русском языке в сопоставлении с изучаемыми языками.
4. Результаты ассоциативного эксперимента.
5. Результаты рецептивного эксперимента.

8. КОНЦЕПТЫ *ДЕНЬГИ* И *GELD*

В настоящем разделе объектом изучения является концепт *деньги*, объективированный средствами русского и немецкого языков. Нами была поставлена задача определить универсальные компоненты концептов и изучить их культурно-специфичные компоненты. Обнаружение сходств и выявление возможных различий на уровне всех компонентов концепта является, по нашему мнению, предпосылкой для оптимизации межкультурной коммуникации представителей изучаемых культур.

Отношение к деньгам в русской культуре анализируется многими учеными. Исследования русской языковой картины мира, предпринятые А.Д. Шмелевым [Шмелев, 2002], а также данным автором совместно с Анной А. Зализняк и И.Б. Левонтиной [Зализняк, Левонтина, Шмелев, 2005] позволили выявить ряд «сквозных мотивов» русской языковой картины мира или ее ключевых идей, которые являются взаимосвязанными. Один из таких мотивов, устойчиво повторяющихся в значении многих русских лексических единиц и фразеологизмов, А.Д. Шмелевым обозначен «хорошо, когда человек бескорыстен и даже нерасчетлив» (*мелочность, широта, размах*) [Шмелев, 2002, с. 300], а также как «идея, что плохо, когда человек действует из соображений практической выгоды» (*расчетливый, мелочный, удаль, размах*) [Зализняк, Левонтина, Шмелев, 2005, с. 11]. О том, что с точки зрения русской языковой картины мира хорошо, когда человек бескорыстен и даже нерасчетлив, свидетельствует, в частности, положительная окрашенность слов *широта* и *размах* и резко отрицательная оценка *мелочности* [Там же, с. 452]. Концепт *деньги* не включается авторами в перечень ключевых концептов русской культуры, более того, интерпретация отношения к деньгам, заключенная в приведенных формулировках ключевых идей, свидетельствует о подчеркивании незначительности денег.

Концепт *деньги* является предметом рассмотрения в рамках фундаментальной работы Ю.С. Степанова о константах русской культуры. Автор уделяет особое внимание внутренней форме слов, относящихся к концептам «деньги» и «бизнес», устойчивым национальным стереотипам в отношении к деньгам и бизнесу (предпринимательству) в русской культуре, осмыслению этой проблемы с этической точки зрения [Степанов, 2001, с. 560-570]. Отличительной характеристикой русского национального характера Ю.С. Степанов считает русское «нежадное» отношение к деньгам, «нестяжательство», которое безжалостно эксплуатировалось советской властью и советской идеологией [Там же, с. 565]. В.К. Трофимов также считает идею нестяжательства важной для понимания отношения русских к богатству. Нестяжательство проявляется в одобрении пусть и скромного, но честным трудом добытого достатка, осуждении чрезмерного богатства. Предметом осуждения выступает и скупость, связанная с накопительством [Трофимов, 1998, с. 70].

На каждом историческом этапе развития общества ряд концептов актуализируется. По мнению Н.В. Черниковой, к таким актуальным в современной русской концептосфере концептам, фиксирующим базисные ценности общества (актуалемам), относится концепт «деньги» [Черникова, 2007, с. 73]. Ряд диссертационных исследований, посвященных изучению данного концепта с различных позиций на материале разных языков, выполнен в начале XXI века, что свидетельствует о повышении интереса к объективации в языке материально-денежных отношений [Агаркова, 2001; Майоренко, 2005; Сафина, 2002; Федянина, 2005].

Однако при описании коммуникативного поведения современных русских И.А. Стернин отмечает, что русское сознание относится к деньгам как к второстепенному в жизни. Автор приводят следующие примеры, подтверждающие данное положение: русский человек легко тратит деньги, мнет купюры, при приеме на работу спрашивает о величине зарплаты

в последнюю очередь, не боится давать и брать деньги в долг, не берет проценты [Прохоров, Стернин, 2006, с. 115-117].

Показательны также наблюдения и отзывы немецких информантов, полученные нами в ходе интервьюирования, о тех фактах, которые удивляют их в России: на улицах можно собрать очень много мелочи, которую русские не поднимают; деньги могут носить в карманах, без кошелька; часто в магазинах русские не берут сдачу мелочью; в транспорте могут заплатить за спутника / спутницу, очень щедры при приеме гостей (порой в ущерб себе из-за скромных доходов). В бизнесе склонны к рискованным сделкам, при которых есть вероятность потерять деньги, что неприемлемо для немецкой ментальности.

Изложенные факты дают основание предположить, что отдельные компоненты изучаемого концепта обладают этнокультурной спецификой, что находит отражение в языке.

Рассмотрим подробнее понятийный, образный и ценностный компоненты изучаемого концепта на материале немецкого и русского языков.

Имя концепта в немецком языке *Geld* (по звуковой форме близкое к Gold – золото), восходит к общегерманскому слову, обозначавшему «культовый взнос, налог», в древневерхненемецком языке *gelt* обозначало ‘плата’, ‘платеж’, ‘возмещение’. С XIV в. появляется значение ‘средство платежа’, которое закрепляется в немецком языке.

Лексикографические источники современного немецкого языка приводят следующую дефиницию имени концепта: 1) (*ohne Plural*) *vom Staat herausgegebenes Mittel zum Zahlen in Form von Münzen und Banknoten; die man dazu benutzt, um etwas zu kaufen, oder die man bekommt, wenn man etwas verkauft.* 2) (*Plural*) *[zu einem bestimmten Zweck zur Verfügung gestellte] größere Geldsumme.*

Появление в русском языке лексемы *деньги* ученые связывают с влиянием тюркских языков. Толковые словари современного русского языка позволяют сформулировать следующую обобщенную дефиницию имени концепта: *Деньги –*

это металлические и бумажные знаки, являющиеся мерой стоимости при купле-продаже, средством платежей; то или иное их количество.

Сопоставительный анализ приведенных дефиниций показывает, что содержание понятия и его объем в двух сопоставляемых языках совпадает, выявляются признаки: 'форма существования' (монеты и банкноты, в русском языке указание на материал изготовления), 'функция' (средство платежа, мера стоимости при купле-продаже), выделяется признак 'количества' (сумма). Единственным отличием в дефинициях выступает детализация немецкой лексикографией того факта, что деньги выпускаются государством, а также наличие в немецком языке единственного и множественного числа *Geld – Gelder* (неопределенное количество денег – значительная сумма денег).

Таким образом, можно констатировать, что понятийная составляющая изучаемого концепта, представленная в лексикографии, в двух языках является весьма сходной. К понятийному ядру концепта мы относим также нейтральные синонимы имен концепта, которые варьируют содержание понятия при помощи дополнительных дифференциальных семантических компонентов. Анализ дефиниций данных синонимов также позволяет установить общность их понятийного объема. Ср.: *сумма – Summe, капитал – Kapital, финансы – Finanzen, средства – Geldmittel, состояние – Vermögen, богатство – Reichtum*. Указанные особенности позволяют высказать предположение, что понятийное ядро изучаемых концептов является универсальным.

Иная картина наблюдается при сопоставительном анализе образной составляющей концепта, которая изучалась нами на материале переосмысленных наименований денег в двух языках, а также путем сопоставления фразеологии немецкого и русского языков.

Материал немецкого языка показывает, что номинации денег, образованные при помощи вторичной номинации, исключительно многочисленны и отличаются разнообразием

образов, положенных в основу наименования. По данным Л.И. Федяниной, в немецком языке насчитывается более ста лексем, являющихся прямыми и переносными номинациями денег. Большинство названий денежных единиц образованы при помощи метафорических и метонимических переносов (названия денежных единиц по материалу) или переноса по внутреннему или внешнему сходству [Федянина, 2005, с. 10]. Наш материал отчасти подтверждает данное положение, например *Draht* (провода), *Blech* (металлический лист), *Kies* (щебень, галька), *Knöpfe* (пуговицы). Однако имеется значительное количество номинаций денег, возникших на основе ярких метафор, что свидетельствует о своеобразии образного переосмысления денег немецким языковым сознанием: *Asche* (пепел), *Flocken* (снежинки), *Flöhe* (блохи), *Kohle(n)* (уголь, угли), *Kröten* (жабы), *Knete* (пластилин), *Mäuse* (мыши), *Moos* (мох), *Möpfe* (мопсы), *Pulver* (порошок), *Zwirn* (нити) и т. д. Выяснение этимологии данных образных номинаций не входит в наши задачи и может стать предметом специального исследования. Нам представляется важным отметить, что данные номинации зафиксированы немецкой лексикографией и известны немецким информантам. В целом, по нашему предположению, такое количество и многообразие образов, положенных в основу номинации, свидетельствует об эмоциональном отношении к деньгам в немецкой лингвокультуре.

Изучение лексикографических источников русского языка приводит к выводу, что по сравнению с немецкими номинациями денег, русские переносные наименования весьма немногочисленны и образованы от английского сленгового обозначения денег *bucks* (доллары): *баки*, *баксы*, *бабки*. На цвет долларов указывают лексемы *гринь*, *зеленые*, *капуста*. В целом представляется возможным заключить, что в русском языковом сознании деньги не являются предметом метафоризации. Русская лексикография фиксирует суффиксальные образования с разговорной либо уничижительной окраской: *деньжата*, *деньжонки*, *деньжищи*, *шутливой*, *иронической*

окраской: *финансы, капиталы, презренный металл*. Как нам представляется, изученный материал указывает на достаточно пренебрежительное отношение к деньгам в русской культуре, о чем свидетельствуют факты языка.

Фразеологический фонд языка дает представление как об образной составляющей концепта *деньги*, так и о его ценностной составляющей, так как наряду с образностью фразеологизмам присуща оценка номинируемого действия языковым коллективом, закрепленная в позитивных либо негативных коннотациях. Фразеологическое поле концепта было сформировано согласно следующим критериям отбора языковых единиц данного уровня: 1) наличие в составе фразеологической единицы компонента – имени концепта либо его синонима (принадлежность к концепту, выраженная в эксплицитной форме): *денег куры не клюют; Geld haben wie ein Frosch Haare*; 2) наличие в дефиниции исследуемой единицы указанных компонентов (имплицитная форма соотношения с понятийным ядром концепта): *ветер свистит в карманах – совершенно нет денег; in der Wolle sitzen – keine Geldsorgen haben*.

Анализ корпуса фразеологического материала показывает, что ФЕ в обоих языках подразделяются на две группы, основой противопоставления которых является наличие / отсутствие денег, то есть наличествует бинарная антонимическая оппозиция.

Рассмотрим группу «иметь деньги» в немецком и русском языках.

В немецкой фразеологии группа «иметь деньги» отличается многочисленностью и разнообразием образных основ: *auf großem Fuß leben, in Saus und Braus leben, in großen Verhältnissen leben, ein königliches Leben führen, fest im Sattel sitzen, in der Wolle sitzen, sich weich betten, im Fett schwimmen*. ФЕ данной группы имеют, как правило, положительные коннотации.

В русском языке микрополе «иметь деньги» немногочисленно. Показательно, что лишь единичные русские

ФЕ данной группы являются нейтральными, либо обладают позитивными коннотациями *твердо стоять на ногах, жить на широкую ногу, быть при деньгах*, а превалируют единицы с негативными коннотациями, что эксплицируется словарными пометами либо приводимыми контекстами: *денег куры не клюют, ворочать миллионами, деньги девать некуда, купаться в деньгах, денежный мешок* (презрит. «богатый человек»). Анализ дефиниций позволяет обнаружить признак ‘получать деньги легким / нечестным путем’, что служит основанием для негативной оценки приобретения денег: *грести деньги лопатой, ворочать миллионами, набивать карман, загребать / зашибать (большие) деньги*.

ФЕ микрополя «отсутствие денег» в русском языке *сидеть без гроша, нет ни копейки, денег кот наплакал, едва сводить концы с концами, жить на копейки, ни гроша/ни копейки за душой не иметь, ветер гуляет / свистит в карманах* варьируют идею полного безденежья. Сопоставление с немецкими фразеологизмами данной семантики приводит к выводу как об определенном сходстве, так и о ряде различий. В количественном отношении в данной группе явно превалируют русские ФЕ. В немецкой фразеологии, в отличие от русской, выражается скорее неодобрительное, чем сочувственное отношение к человеку, не имеющему денег: *bei j-m ist nichts zu erben, wie ein Hund leben, keinen Groschen besitzen*.

Значительное место в немецкой и русской фразеологии занимают единицы, интерпретирующие способы обращения с имеющимися деньгами. Данные единицы служат для обозначения таких человеческих качеств как «бережливость», «жадность», «щедлость» и «расточительность». Вероятно, в любой культуре положительно оценивается разумная бережливость и осуждаются как жадность, так и расточительность. Однако сопоставительный анализ немецких и русских фразеологизмов позволяет выявить ряд нюансов.

По нашим данным, группа «расточительность» с резко выраженной отрицательной оценкой номинируемого

действия превалирует в немецком языке. Эти фразеологические единицы характеризуются также яркими образными основами: *sein Geld auf die Straße werfen, mit Geld um sich werfen, sein Geld zum Schornstein hinausjagen, sein Geld nicht festhalten können, j-m rinnt das Geld durch die Finger, das Geld zum Fenster hinauswerfen, j-m zerrinnt das Geld wie Butter an der Sonne*. Аналогами указанных единиц в русском языке являются *бросать / швырять деньги на ветер, сорить деньгами*.

Значительный интерес представляет сопоставительное изучение групп ФЕ, интерпретирующих идею экономии денег. В современном немецком языке словосочетание *Geld sparen* весьма частотно. По нашему мнению, концепт *Sparsamkeit* относится к ключевым концептам и константам немецкой лингвокультуры (см. подробнее [Медведева, 2018]). Лексема *sparen* является многозначной и с трудом поддается переводу. Переводными соответствиями данной лексемы в русском языке являются лексемы *копить (деньги), беречь, экономить что-либо*. Анализ семантики данного глагола показывает, что его значение может быть описано как ‘бережливо обращаться с чем-либо’, причем наличествует позитивная коннотация действия либо качества, присутствующая во всех его дериватах, ср.: *eine sparsame Hausfrau* (экономная / рачительная хозяйка), *die Sparlampe* (энергосберегающая лампа), *der Spartarif* (выгодный тариф), *fleißig sparen* (прилежно копить деньги), *das Sparbuch* (сберегательная книжка), *das Sparschwein* (копилка), *der Sparplan* (план экономии), *die Sparmöglichkeiten* (возможности экономии), *mit etw. sparsam umgehen* (бережливо обращаться с чем-либо). Показательно также, что в немецком языке существует обозначение бережливого человека *der Sparer*, образованное от анализируемого глагола, которое имеет также значение ‘вкладчик банка’. Идея экономии денег заключена и в многочисленных лексических единицах и устойчивых словосочетаниях немецкого языка, которые служат для обозначения выгодных покупок, скидок на товары, выгодного вложения денег и активно используются

в современной рекламе и прессе: *die besten Rabatte, die günstigste Versicherung, Top-Leistung zu Top-Preisen, preiswert sein, ein Schnäppchen machen, Preisknüller-Katalog, Preishit, Sonderangebote, Sonderpreise.*

Необходимость бережливости получает многообразное отражение в немецкой фразеологии: *das Geld zurücklegen, das Geld auf die hohe Kante legen, das Geld auf die Seite legen, das Geld beiseite legen, jeden Pfennig zehnmal umdrehen (müssen), den Daumen auf dem Beutel halten, mit jedem Pfennig rechnen (müssen), sein Geld zusammenhalten können.*

В русской фразеологии идея экономии денег не развернута; бережливость одобряется в немногочисленных ФЕ: *беречь копейку на черный день, знать счет деньгам / цену копейке.* Однако распространенные фразеологизмы *трястись над каждой копейкой, за копейку удавиться* содержат в своей внутренней форме резкое осуждение мелочности (ср. указ. соч. А.Д. Шмелева). Итак, сопоставительный анализ фразеологизмов русского и немецкого языка позволяет выявить ряд тенденций, которые характеризуют отношение к деньгам в русской и немецкой культурах. С одной стороны, наличие денег оценивается позитивно в обеих культурах; с другой стороны, обнаруживается скорее негативное отношение к их большому количеству в русской культуре, основанное, по всей видимости, на убеждении в невозможности приобретения больших денег честным путем. Отсутствие денег более негативно оценивается в немецкой культуре, чем в русской, также в ней более резко осуждается расточительность. Более высокую степень одобрения в немецкой культуре имеет бережливость, экономия денег.

Как известно, пословицы являются краткими текстами, в которых находит своё отражение образ мыслей народа, закреплены стереотипные суждения о действительности. Интерпретация отношения к деньгам содержится в значительном количестве русских и немецких пословиц и поговорок (188 русских и 163 немецких паремий). Рассмотрим наиболее распространенные семантические группы в немецком и русском языках.

Самой значительной по количеству семантической группой среди немецких паремий оказалась группа, интерпретирующая власть денег: *Geld ist die Lösung aller Probleme; dem Gold ist kein Riegel zu stark; wenn es Geld gibt, beugt sich die ganze Welt vor; Geld ist alles, und ohne Geld ist alles nichts; Geld regiert die Welt; Geld öffnet alle Türen; wenn Gold redet, schweigt alle Welt / muss der Verstand schweigen; das liebe Geld kann alles; Geld ist die Welt: und die Welt ist Geld; Geld ist Königin, Tugend und Kunst ihre Schlüsselwäscherinnen; bar Geld ist gute Ware; wer Geld hat, wird überall verstanden.* В современном разговорном языке распространены поговорки: *haste was, biste was; ohne Knete keine Fete.* К данной группе примыкает группа паремий, в которой ценность денег выражается косвенным образом в рекомендации использовать их для приобретения недешевых вещей и товаров: *Billig stinkt, teuer blinkt; Billiges Gut ist nie gut; Was billig kostet, rostet auch schnell; Billige Ware, große Verluste; Billig gekauft, viel geweint.* Примерным соответствием данных паремий в русском языке является русская поговорка: *Мы не настолько богаты, чтобы покупать дешевые вещи.*

В русском языке также имеются паремии, варьирующие идею власти денег, однако, следует отметить, что они весьма малочисленны и, как правило, являются устаревшими: *Золотой молоток и железные ворота прокует; есть грош, так будет и рожь; за свой грош везде хорош; деньга и камень долбит.*

Как в немецких ФЕ, так и в многочисленных паремиях зафиксировано одобрение бережливости, экономии денег; высокой частотностью в них отличается рассмотренная выше лексема *sparen*: *Sparen ist verdienen; Häuser soll man stützen, Gelder soll man sparen; Wer spart, der gewinnt; Spare beizeiten, dann hast du in der Not; Wer den Pfennig nicht ehrt, ist des Talers nicht wert; Wer einen Groschen spart, hat zwei verdient; Wer spart, hat doppelt; Sparnichts und Habenichts wohnen unter einem Dach; Was man spart, das hat man gewonnen; Fleiß ist des Glückes*

rechte Hand, Sparsamkeit die linke; Sparschaft gibt Barschaft. В русском языке они немногочисленны: *Копейка рубль бережёт; Кто деньгам не знает цены, тому не избежать нужды; Кто не бережёт копейки – сам рубля не стоит.* Таким образом, изученные паремии показывают, что в шкале ценностных доминант немецкого народа бережливость занимает одно из основных мест, в русской культуре это качество оценивается положительно, вызывает одобрение, но не является главенствующим. В большей степени при анализе русских паремий просматривается осуждение скупости: *Скупой платит дважды; У него зимой снега не выпросишь; В могилу глядит, а над копейкой дрожит; Что скупому в руки попало, то и пропало; У скупого, что больше денег, то больше горя; Скупому душа дешевле гроша; Скрыге деньги, что собаке сено.* В немецкой паремиологии скупость является скорее предметом иронии: *Bei dem kannst du Wasser saufen gehen; Er hat Rheumatismus zwischen Daumen und Zeigefinger; Er hat einen Igel in der Tasche; Das Totenhemd hat keine Taschen.*

Обращает на себя внимание тот факт, что в немецких паремиях интерпретация отношения к богатству, а также противопоставление богатства и бедности происходит явно в пользу богатства: *Selig sind die Reichen, alles muss ihnen weichen; Reichtum ist allein fromm; Geld fährt auf hohen Schlitten, Armut muss zu Fuße gehen; Reiche Leute sind überall daheim; Reiche steckt man in die Tasche, Arme setzt man in die Asche; Der Arme fängt Fuchs, der Reiche trägt Pelz; Wer kein Geld hat, reitet zu Fuß; Hast du Geld, so setz dich nieder, hast du keins, so pack dich wieder; Wer kein Geld hat, zahlt mit der Haut.* Показательно, что в русской паремиологии единиц, в эксплицитной форме выражающих положительное отношение к богатству, не обнаружено. Более того, недоверие к тому, что богатство можно нажить честным путем, выражено в распространенной поговорке *От трудов праведных не наживешь палат каменных.*

Как в русских, так и в немецких паремиях деньги сравниваются с другими ценностями, причем в данной группе как в количественном отношении, так и в плане разнообразия противопоставляемых деньгам ценностей более богатой является русская паремиология: *Денег ни гроша, да слава хороша; Деньги дело наживное, одежда тоже, а любовь всего дороже; Друг – дороже денег; Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Ума на деньги не купить; Деньгами души не выкупишь; Не в деньгах счастье; Не с деньгами жить, а с человеком; Уговор дороже денег; Здоровье дороже денег; На деньги не купишь почёт; Люди всё, а деньги – сор; Богатство – грязь, ум – золото; Любовь за деньги не купишь; Доброе имя денег дороже. Eine Handvoll Achtung ist besser als eine Metze Geld; Freunde sind über Silber und Gold; Ein guter Name ist besser als Bargeld; Freiheit ist über Silber und Gold.*

Как свидетельствуют немецкие пословицы, денежные отношения имеют приоритет перед дружескими: *Wo Geld kehrt und wendet, hat die Freundschaft bald ein End; Wo es ums Geld geht, da hört die Freundschaft auf (beim Geld hört die Freundschaft auf); In Geldfragen hört die Freundschaft auf; In Geldfragen hört die Gemütlichkeit auf; Sonder Geld ist besser denn sonder Freund.* В русской паремиологии данная мысль выражена не столь категорично: *Дружба дружбой, а денежки врозь.*

В немецких и русских пословицах отрицательно оцениваются долги, приносящие много забот: *Borgen macht Sorgen; Hüte dich vor Borgen, so schläfst du ohne Sorgen; Borgen und Schmausen endet mit Grausen; Rechten und Borgen macht Kummer und Sorgen; Besser ohne Abendessen zu Bett gehen als mit Schulden aufstehen; Vornehmer Schuldender, schlechter Zahler; Sorgen auf Borgen und Borgen auf Sorgen.* В долг давать, дружбу терять; Долг платежом красен; Долг не ревет, да спать не даёт.

Отдельная группа в двух языках интерпретирует мысль о том, что чем больше денег, тем больше забот: *Geld ist der Nerv; Grosse Taschen, große Sorgen; Reich an Gold, reich*

an Sorgen; Viel Geld, viele Sorgen; Je mehr Geld, desto mehr Sorgen; Geld bringt viel Sorgen und läßt die Nerven spannen. Больше денег – больше забот (Много денег – много хлопот); Лишние деньги – лишние заботы. Некоторые русские паремии содержат и позитивное отношение к отсутствию денег: *Без денег легче спится; Без денег сон крепче.*

Лакунарными для немецкой культуры являются смыслы, которые выражают типично русское отношение к деньгам: веру в то, что деньги могут внезапно появиться и быстро исчезнуть, а также «легкое отношение» к деньгам в целом: *Не было гроша, да вдруг алтын; Деньги – гость, сегодня нет, а завтра горсть; Деньги – пух, только дунь на них – и их нет; Денежки, что воробушки: прилетят да опять улетят; Где прибыль, там и убыток; Как нажито, так и прожито.* Более того, обнаруживаются пословицы и поговорки, в которых бедность не оценивается как нечто негативное: *Бедность не порок; Нищета прочней богатства; Нужда всему научит; Голь на выдумку хитра; Бедный хозяин, чистая совесть; Бедным быть не зазорно.* В немецких паремиях содержатся сходные смыслы, однако данные пословицы весьма немногочисленны: *Armut schändet nicht; Armut macht erfinderisch; Armut ist der sechste Sinn.* Эндемичной является русская пословица *От тюрьмы да от сумы не зарекайся*, в которой выражена идея непредсказуемости мира, возможности неожиданно потерять и богатство, и свободу.

Фразеологическое и паремиологическое поле концепта позволяют, таким образом, установить, каким образом происходило осмысление концепта *деньги* русским и немецким народами. Однако наличие фразеологической единицы или паремии в лексикографии не всегда свидетельствует о ее актуальности в сознании носителя языка: некоторые идиомы и паремии устаревают. С целью уточнения интерпретации изучаемого концепта на современном этапе нами был проведен ассоциативный эксперимент, в котором участвовали

носители русского и немецкого языков (50 русскоязычных и 50 немецкоязычных респондентов). В ходе эксперимента были изучены субъективные дефиниции имени концепта *деньги* и связанные с ним ассоциации, а также ценностное отношение к деньгам.

Результаты показали, что для большинства опрошенных представителей русской культуры деньги – *это средство к существованию* (26,2%), деньги – *это средство платежа за товары и услуги* (25,5%), деньги – *это бумажки, которые портят людей* (22%). Таким образом, налицо осознание важности денег для существования людей и амбивалентное отношение к деньгам, которое выражено также в ассоциациях: *с ними хорошо; приносят несчастья; не главное в жизни; из-за денег люди забывают о духовных ценностях; жизнь без денег не жизнь; иллюзия счастья; первая необходимость*. Некоторые респонденты в качестве ассоциации назвали пословицы: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Деньги счет любят; Копейка рубль бережет*.

Большинство немецких респондентов предложили развернутую дефиницию имени концепта: *das Zahlungsmittel, das Tauschmittel beim Kaufen von Waren, Bezahlung der Dienstleistungen* (76,7%) (средство оплаты, средство обмена при покупке товаров, оплате услуг). Ассоциации содержат ценностные суждения с позитивными коннотациями: *Geld ist Wunscherfüllung* (деньги – это исполнение желаний), *das Leben* (жизнь), *die Existenz* (существование), *Sicherheit* (безопасность, уверенность), *Wohlstand* (благополучие), *man muss sparen, um sich das Gewünschte leisten zu können* (необходимо экономить, чтобы позволить себе приобрести желаемое), *man muss viel arbeiten, um das Geld zu verdienen* (необходимо много работать, чтобы заработать деньги).

Представляется, что результаты проведенного эксперимента в целом подтверждают основные тенденции, выявленные в ходе анализа понятийного, образного и

ценностного компонентов концептов *деньги* и *Geld*. Наибольшее сходство прослеживается в понятийном содержании имен концептов, а наибольшее различие в ценностном отношении к концепту.

Итак, наше исследование показывает, что для сопоставительного изучения лингвокультурных концептов детальному анализу должны быть подвергнуты ценностная, образная и понятийная составляющие концептов, выявлены универсальные компоненты концептов, которые и являются основой для сопоставления, а также этноспецифические компоненты. В нашем случае признаки универсальности обнаруживает понятийный компонент (ядро концепта), значительные расхождения установлены при анализе образной и ценностной составляющих концепта. Думается, что представленный сопоставительный анализ репрезентации концептов *деньги* и *Geld* позволил обнаружить сходства и различия в русском и немецком менталитете, которые должны учитываться при межкультурной коммуникации с представителями немецкой культуры.

ЛИТЕРАТУРА

Агаркова Н.Э. Концепт «деньги» как фрагмент английской языковой картины мира (на материале американского варианта английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2001. 20 с.

Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. 512 с.

Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сб. ст. М.: Языки славянской культуры, 2005. 544 с.

Майоренко И.А. Концептуализация понятия «деньги» в лексической системе и фонде устойчивых единиц русского, английского, французского языков: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2005. 252 с.

Медведева Т.С. К вопросу о сопоставлении лингвокультурных концептов // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. 2009. Вып. 1. С. 120-132.

Медведева Т.С. Языковая репрезентация концепта *деньги* в русской и немецкой лингвокультурах // Изменяющийся славянский мир: новое в лингвистике: сб. ст. / отв. ред. М.В. Пименова. Севастополь, 2009. С. 308-311.

Медведева Т.С. Концепт *Sparsamkeit* как константа немецкой лингвокультуры // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. 2018. Вып. 3. С. 429-435.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд. испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 328 с.

Сафина Р.А. Фразеологические единицы, выражающие материально-денежные отношения в немецком и русском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2002. 23 с.

Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 2-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2001. 990 с.

Трофимов В.К. Душа русского народа: Природно-историческая обусловленность и сущностные силы. Екатеринбург: Банк культурной информации, 1998. 159 с.

Федянина Л.И. Способы объективации концепта «Geld» в немецкой языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2005. 18 с.

Черникова Н.В. Актуальные концепты и их лексические репрезентанты // Филологические науки. 2007. № 6. С. 71 - 81.

Шмелев А.Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки славянской культуры, 2002. 496 с.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Найдите в современных языках аналоги латинских крылатых выражений: *Semper avarus eget; Despice divitias si vis animo esse beatus; Pecunia non olet; Paupertas non est vitium.* Актуальны ли их смыслы в настоящее время?

2. По Вашему мнению, прослеживается ли динамика в отношении к деньгам (бережливости, расточительности) в русской культуре?
3. Каковы особенности обращения с деньгами в изучаемых Вами лингвокультурах (являются ли нормой одалживание денег друзьям и знакомым, обсуждение зарплаты и доходов в неформальной беседе, совершение спонтанных покупок, обучение детей финансовой грамотности)?

ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Сопоставление денег с другими культурными ценностями (на материале русских, английских, испанских пословиц).
2. Этимология имени концепта *деньги* и его аналогов в изучаемых языках.
3. Синонимические ряды, номинирующие деньги в изучаемых языках.
4. Фразеологизмы о наличии / отсутствии денег в изучаемых языках в сопоставлении с русским.
5. Английские, французские, испанские пословицы об отношении к деньгам.

У ч е б н о е и з д а н и е

Медведева Татьяна Сергеевна
Медведева Диана Игоревна

**КОНЦЕПТЫ РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ
ЛИНГВОКУЛЬТУР В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКА**

Учебное пособие
для магистрантов и бакалавров

Оригинал-макет: А.М. Шингаркина
Обложка: Н.А. Бердышева

Подписано в печать 17.03.2021.
Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. 6,74. Уч.-изд. л. 6,09.
Тираж 300 экз. Заказ №

Издательский центр «Удмуртский университет».
426034, Ижевск, Университетская, 1, корп. 4, каб. 207.
Тел./факс +7(3412) 500-295
E-mail: editorial@udsu.ru

Типография
Издательского центра «Удмуртский университет»
426034, Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 2.
Тел. 68-57-18