

КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТЫ НЕМЕЦКОЙ КУЛЬТУРЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБУЧЕНИЯ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ КАК ВТОРОМУ ИНОСТРАННОМУ БАКАЛАВРОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ТУРИЗМ»

Ю. Н. Точилина

THE SIGNIFICANT CONCEPTS OF GERMAN CULTURE AS A COMPONENT OF TEACHING GERMAN AS A SECOND LANGUAGE TO THE BACHELOR OF TOURISM

Ju. N. Tochilina

Концептуальные исследования являются интенсивно развивающимся на сегодняшний день направлением. Они направлены на рассмотрение таких фундаментальных проблем, как структуры представления знаний о мире и способы концептуальной организации знаний в языке. Центральным термином в изучении языковой картины мира является концепт, привлекающий внимание исследователей в различных областях науки. В статье рассматриваются значимые концепты немецкой культуры: MOBILITÄT, AUTOLIEBE, ORDNUNG, SAUBERKEIT, DISZIPLIN, FLEISS, SPARSAMKEIT, GESETZ, WILLE, GEIST, PERFEKTIONISMUS, IDEALISMUS, HAUS и др., знакомство с которыми необходимо бакалаврам направления подготовки «Туризм», изучающим немецкий как второй иностранный язык для формирования такой компетенции, как способность к эффективному общению с потребителями туристического продукта.

Conceptual studies are intensively developing area of research nowadays. They are aimed at considering such fundamental problems as structures of representation of knowledge about the world and ways of the conceptual organization of knowledge in language. The central term in research of a linguistic world-image is the concept, which draws attention of research workers in various areas of science. In the article the significant concepts of German culture: MOBILITÄT, AUTOLIEBE, ORDNUNG, SAUBERKEIT, DISZIPLIN, FLEISS, SPARSAMKEIT, GESETZ, WILLE, GEIST, PERFEKTIONISMUS, IDEALISMUS, HAUS etc. are considered, which are necessary for the bachelor of tourism studying German as a second language to form such competence as the ability to communicate effectively with customers of tourism product.

Ключевые слова: туризм, процесс обучения, межкультурная коммуникация, концепт, культура, немецкий менталитет.

Keywords: tourism, teaching process, intercultural communication, concept, culture, Germanness.

В современных условиях развития туристского сектора в экономике возросла потребность в подготовке квалифицированных специалистов, которые имеют комплексное представление о динамике развития туристской отрасли, способны работать в основных секторах туристской индустрии, обладают гибким и креативным мышлением и достаточным уровнем экономических, правовых, географических и социологических знаний, способны разрабатывать новые организационные модели для поддержания конкурентоспособности туристических продуктов, владеют двумя иностранными языками, которые позволяют специалисту эффективно общаться с потребителями туристического продукта. Способность к эффективному общению с потребителями туристического продукта является одной из компетенций, которая должна быть сформирована у бакалавров направления подготовки «Туризм» при обучении второму иностранному языку.

Основной целью обучения второму иностранному языку бакалавров является формирование языковой личности, способной осуществлять продуктивное общение на межкультурном уровне. При этом одним из основополагающих требований является учет социокультурной составляющей содержания обучения. Бакалавр должен не только владеть системой лингвистических знаний, т. е. знать основные фонетические, лексические, грамматические явления и закономерности их функционирования, но и обладать навыками и

умениями межкультурной и социокультурной коммуникации, что поможет ему обеспечить адекватность социальных и профессиональных контактов. Бакалавр должен иметь представление об этических нормах и правилах поведения, принятых в культурном социуме, язык которого он изучает, уметь преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в различных сферах общения.

Процесс обучения иностранным языкам сегодня должен складываться в рамках межкультурной модели обучения, являющейся основой осуществления межкультурной коммуникации.

Взаимодействуя с представителями другой культуры, люди сталкиваются с рядом проблем, затрудняющих общение. Это другой язык, другая одежда, другая кухня, другие нормы общественного поведения. Но это лишь видимая часть айсберга, основные причины трудностей межкультурного общения составляют различия в мироощущениях. Мы воспринимаем другие культуры через призму своей культуры, которая представляет собой рамки, ограничивающие наши наблюдения и заключения. То, что не характерно для нашей культуры, понимается нами с трудом. Различие культур может проявляться в словах, поступках и действиях. Это является препятствием, мешающим успешному решению этой проблемы. «Наш этноцентризм не только мешает межкультурной коммуникации, но его еще и трудно распознать, так как это бессознательный процесс. Отсюда напрашивается

вывод, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться» [3, с. 6 – 7].

При обучении немецкому языку как второму иностранному следует знакомить студентов с основными концептами немецкой культуры. Концепт – это многомерная культурно значимая единица коллективного знания/сознания, имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой [1, с. 76]. Концепт является отражением категориальных и ценностных характеристик знаний о некоторых фрагментах мира. В структуре концепта выделяются признаки, функционально значимые для данной культуры. Концепты являются показателями идентичности представителей данной культуры, они важны для национального самоопределения.

На протяжении веков в европейской философии разрабатывается теория концепта. Она лишь отчасти восходит к латинскому корню *conceptus* «понятие». В этом значении термин используется в точных науках. В языкознании, истории, философии и многих других гуманитарных науках теория концепта получила новое развитие. «Выделение круга национальных концептов, образующих концептосферу, или национальный культурный мир, позволяет с известной долей уверенности отграничивать «свое» от «чужого». А это, в свою очередь, может помочь избежать предвзятости в политических и социальных оценках и промахов в собственных высказываниях и поведении. Обучение иностранному языку с помощью концептов – один из плодотворных путей современной методики, опирающийся на возможности межкультурной коммуникации» [5].

Предметная сторона содержания обучения немецкому как второму иностранному языку содержит типичные для обучающихся сферы общения: бытовую, социально-культурную, профессиональную. В рамках каждой сферы общения выделяется круг тем, связанных и с ситуациями повседневного общения, и имеющих социально-политическое значение, связанных с историей и культурой страны изучаемого языка.

В данной статье хотелось бы остановиться на некоторых ключевых концептах немецкой культуры, с которыми необходимо знакомить бакалавров в процессе обучения немецкому языку.

Нельзя обойти молчанием одну важнейшую особенность современной немецкой жизни: страсть к путешествиям. У немцев есть даже специальные слова, отражающие эту любовь: *Wanderlust*, *Reiselust*, *Fernweh*. Вся Европа сегодня заполнена немецкими туристами. Не смотря на то, что немцы привыкли к комфорту и удобству у себя дома, совершенно неприхотливы и не боятся трудностей, они с большим интересом и вниманием относятся к чужим культурам, пытаются понять их, они охотно изучают иностранные языки.

Мобильность является сегодня решающим фактором экономического роста и деятельности. Поэтому концепт *MOBILITÄT* (мобильность) можно по праву отнести к значимым концептам немецкой культуры. Быть мобильным для современного немца значит иметь личный автомобиль и возможность быстро и с наибольшим комфортом добраться до желаемого мес-

та. Поэтому мобильность ассоциируется с такими понятиями как подвижность, гибкость, динамичный образ жизни, деятельность. Она оценивается современными немцами положительно, поскольку помогает экономить и правильно распределять свое время; продвигаться по карьерной лестнице, благоприятствовать росту благосостояния.

Отсюда вытекает важность концепта *AUTO-LIEBE*. Любовь к машинам и разного рода механизмам – важная составляющая немецкого характера. Автомобиль для немца – и друг, и показатель его социального статуса. В их производстве немцы достигли настоящих высот, покупка следующего по классу автомобиля для них гораздо важнее продвижения по карьерной лестнице (впрочем, эти два фактора всегда взаимосвязаны). Через пять лет после покупки машины немец мечтает уже о новом автомобиле, а молодой немец стремится приобрести новый автомобиль уже через два года.

Значимыми концептами немецкой культуры были и остаются сегодня такие, как *ORDNUNG* (порядок), *DISZIPLIN* (дисциплина), *FLEISS* (прилежание) и *SPARSAMKEIT* (экономность). Они прочно закрепились в немецком менталитете уже с середины XVIII века [4, с. 15].

Одним из основополагающих и формирующих немецкую ментальность является концепт *SPARSAMKEIT* (экономность). Экономность, прежде всего, выражается в бережливом отношении к деньгам. Деньги в жизни имеют большое значение, ради них можно пойти на многое, но они не даются легко. В немецком языке существует большое количество поговорок со словом “*Geld*”: *Geld regiert die Welt*. (Деньги правят миром), *Was macht der Deutsche nicht für Geld?* (Что немец не сделает за деньги?) и др. Экономность не всегда граничит с жадностью, она также приводит к эффективности и целесообразности.

ORDNUNG (порядок) системно охватывает все сферы жизни, общественной и духовной. Он представляет собой упорядоченное состояние, упорядоченный образ жизни, следование правилам, установленным государством и контролируемым им, общественную иерархию, особую форму объединения людей (*Gemeinschaft*), организацию мира. Данный концепт граничит с такими близкими ему концептами, как *GESETZ* (закон), *MACHT*, *KRAFT* (сила), *WILLE* (воля). В немецкой культуре *ORDNUNG* соотносится и с другим, синонимичным ему концептом – *GEIST* «дух». Здесь прослеживается связь с верой в реальность идеального. Во времена фашизма полюса концепта *ORDNUNG* опасно сблизились. Добровольное следование приказу, правилам и высоким принципам соединились с воспитанной веками готовностью подчиняться. Порядок, воспринятый массой в извращенном виде, превратился в силу, способную разрушать и уничтожать.

Для современной немецкой культуры концепт *ORDNUNG* также остается актуальным. Хотя он рассматривается часто критически, и даже скептически. «*Ordentlich*» (любящий порядок) может значить и прямолинейный, однозначный, узкий. Однако чиновничий механизм Германии, организация федеральных

структур функционируют строго в соответствии с «четким (deutlich) порядком».

Жизнь в Германии отличается упорядоченностью и размеренностью. Для обеспечения высокого уровня жизни немца достаточно, если он будет надлежащим образом выполнять все правила и законы. В Германии пешеходы переходят улицу в положенном месте и только по сигналу светофора, водители также соблюдают правила дорожного движения. Порядок у немцев в крови, в их грезах и мечтаниях, он передается генетически как главное сокровище, как главный положительный пример от родителей к детям. Немцы не любят спонтанность, они ее избегают. Жесткая регламентация поведения приводит к некоторой стандартизованности и запрограммированности мышления немцев. Настоящие немцы все похожи, они настолько одинаковы, что, пообщавшись лишь с несколькими людьми, можно сразу выделить несколько немецких национальных особенностей.

Стремление к порядку предполагает сохранение существующих устоев, так как любые инновации в общественной жизни неизбежно нарушают привычную систему и требуют затраты моральных и физических сил для восстановления порядка. Консервативность выражается в рабочей, эмоциональной сферах личной жизни и в общественной жизни немцев.

Немцы серьезно относятся к временным обязательствам, стараются не мешать другим, склонны к кратковременным отношениям. Они испытывают огромное уважение к личному имуществу, редко одалживают вещи.

Говоря о порядке, можно вспомнить такие известные немецкие пословицы, как: *Ordnung ist das halbe Leben* (Порядок – основа жизни), *Ordnung muss sein* (Порядок превыше всего), *Ordnung hilft haushalten* (Порядок помогает вести хозяйство), *Ordnung erhält die Welt* (Порядок правит миром), *Wer Ordnung zum Gesetz macht, muss sie zuerst halten* (Кто сделал порядок законом, должен его соблюдать).

ORDNUNG остается в Германии одним из центральных концептов общественной и духовной жизни нации, имеющим фундаментальный разрушительно-созидательный смысл.

Не случайно строгий порядок характерен и для немецкого предложения. Прямой и обратный порядок слов, рамочная конструкция, порядок слов придаточного предложения – основные понятия синтаксиса немецкого предложения.

Порядок неразрывно связан с поддержанием чистоты – чистоты на улицах городов, в домах, во внешнем виде. Стремление к чистоте нашло своё отражение в немецких поговорках, например: *Wenn jeder vor seiner Tür fegt, so wird es überall sauber* (Когда каждый подметает у своей двери, везде становится чисто), *Wer sauber ist, braucht sich nicht zu waschen* (Чистому не нужно мыться). SAUBERKEIT (чистота) – один из важнейших концептов немецкой культуры.

Концепт PERFEKTIONISMUS (перфекционизм) развился из желания достичь порядка и чистоты во всех сферах жизни и деятельности и в намерении сделать всё это самым лучшим образом.

Для немецкой ментальности важны также такие концепты неразрывно связанные с концептом ORD-

NUNG – это концепты ARBEIT (труд, работа, деятельность), MÜHE (труд, старание) и FLEISS (прилежание). Такие черты немецкого характера, как трудолюбие, работоспособность, усердие составляют суть этих концептов.

Вызывает уважение тот факт, что страна не просто быстро была восстановлена после Второй мировой войны, но и стала одной из лидирующих мировых держав с сильной экономикой. Это стало во многом возможным благодаря трудолюбию немецкого народа. Все эти черты немецкого национального характера нашли своё отражение в языке: *Fleißige Hand baut Leut und Land* (Прилежные руки создают людей и поля), *Ohne Fleiß kein Preis* (Без труда не вытащишь и рыбки из пруда), *Fleiß bricht Eis* (Прилежание и лед разобьет) и др.

Концепт IDEALISMUS (идеализм) представляет собой способ отношения к действительности, сформировавшийся в немецкой культуре в последние столетия. Под идеализмом понимаются связанное с самопожертвованием (*mit Selbstaufopferung verbundenes Streben*) стремление к воплощению, осуществлению (*Verwirklichung*) идеалов; мировоззрение, сложившееся под воздействием идеалов, жизненная позиция (*Lebensführung*); философское направление, сложившееся в Германии, разработанное в учениях И. Канта, И. Г. Фихте, Ф. В. Шеллинга, Г. В. Ф. Гегеля; вера в лучшие качества мира. В сочетании эти определения как раз и образуют основу немецкого концепта «идеализм». Его суть составляют такие черты немецкого национального характера, как стремление к красоте, вера в духовную первооснову мира, жертвенность.

Концепт HAUS (дом) имеет особое место в немецкой культуре. Говоря о доме, нужно рассматривать разные аспекты, несомненно, связанные друг с другом: дом как крыша над головой (*Dach über dem Kopf*); дом как семья (*Familie*) и дом как страна или родина (*Heimat*). Для немцев в доме важны не только прочные стены, но и уютная и удобная обстановка. Комфорт и удобство имеют огромное значение в современном быту. Немцы живут для дома, а не для улицы. Они стараются не выносить за его стены свои эмоции и проблемы. Для немецкой ментальности характерны замкнутость и некоторая скрытность [2, с. 18]. В сознании людей дом ассоциируется, прежде всего, с семьёй: родителями и детьми, братьями и сёстрами. Германия является для немецкой нации большим домом, которым они гордятся. Немцы любят свою страну и настроены патриотично.

С концептом HAUS тесно связан концепт RAUM (пространство). Пространство, которое окружает человека, делится на четыре зоны: интимную, личную, социальную и общественную. У немцев интимная зона составляет расстояние в половину руки. Если кто-то вторгается в эту зону без разрешения, немец чувствует себя «не по себе» и внутренне начинает обороняться. В России, напротив, можно наблюдать, что люди стоят намного ближе друг к другу, не чувствуя себя плохо. Для немца вся комната в его доме может быть личным пространством (*Eigenraum*), нарушение которого без его разрешения он считает оскорблением. У немцев принято общаться на более далеком расстоянии, чем у русских. Это особенно

заметно в общественных местах. Так, например, немец вряд ли пойдет в переполненный вагон общественного транспорта.

На протяжении всей своей многовековой истории Германия постоянно вела войны: междоусобные войны, войны за расширение территорий и мировое господство. У немцев сложился воинственный менталитет и концепт KRIEG является также ключевым концептом данной культуры. Однако Вторая мировая война, в результате которой Германия не только потерпела поражение, но и стала виновницей гибели и страданий многих миллионов людей, стала переломным моментом, с которого ментальность немцев начала меняться. Они стали более терпимыми и открытыми. В немецкой культуре стал формироваться новый концепт SCHULD (вина). В немецком менталитете твердо укрепились взгляды, пропагандирующие корректность по отношению к другим национальностям, толерантность (TOLERANZ).

Таким образом, в данной статье выделяются такие основные концепты немецкой культуры, с которыми следует знакомить обучающихся, как MOBILITÄT, AUTOLIEBE, ORDNUNG, SAUBERKEIT, DISZIPLIN, FLEISS, ARBEIT, MÜHE, SPARSAMKEIT, GESETZ, MACHT, KRAFT, WILLE, GEIST, PERFEKTIONISMUS, IDEALISMUS, HAUS, RAUM, KRIEG, SCHULD, TOLERANZ. Но этот список концептов

далеко не полный. Изучение концептов способствует созданию собственного лингвистического и культурного опыта обучающегося. Бакалавр направления подготовки «Туризм» должен быть широко образованным человеком, уметь применять немецкий язык не только в узкопрофессиональной сфере, но и в сфере, выходящей за рамки его будущей профессии. Чтобы развивать его коммуникативные способности необходимо изучать немецкий язык в неразрывной связи с культурой и миром немецкого народа, то есть изучать мир немецкого языка, концептуальную систему.

Правильный подбор тем занятий, отражающих специфику обучения по направлению подготовки «Туризм», использование аутентичных материалов на уроках, где отражаются основные концепты немецкой культуры и ментальности, при обучении немецкому языку как второму иностранному дает возможность опереться на основе владения первым иностранным языком на более широкий социокультурный аспект. Учебный процесс должен быть ориентирован как на личность бакалавра, на его развитие, самостоятельность, на учет его возможностей, интересов, так и на развитие его способности к самостоятельному решению задач в рамках межкультурной коммуникации с целью развития дальнейшего эффективного общения с потребителями туристического продукта.

Литература

1. Воркачев С. Г. Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: истоки и цели // Филологические науки. М.: МГУ, 2005. № 4. С. 76 – 82.
2. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. М.: Академия, 1998. 430 с.
3. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / под ред. А. П. Садохина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.
4. Медведева Т. С., Опарин М. В., Медведева Д. И. Ключевые концепты немецкой лингвокультуры: монография; под ред. Т. И. Зелениной. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2012. 161 с.
5. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / Издатели серии Зусман В. Г., Фролов А. А. 1997. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/index.php
6. Флакман А. А. Немецкий язык как отражение ментальности его носителей: дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2005. 172 с. Режим доступа: <http://31f.ru/dissertation/91-dissertaciya-nemeckij-yazyk-kak-otrazhenie-mentalnosti-ego-nositelej.html>

Информация об авторе:

Точилина Юлия Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФИИМО КемГУ, totschilina-juli@mail.ru.

Julia N. Tochilina – PhD in Philology, associate professor of the Foreign Languages Chair of the Department of History and International Relations of the Kemerovo State University.

Статья поступила в редколлегию 04.06.2015 г.