

6 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ (АНГЛИЙСКИЙ, НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫКИ)

УДК 800

В. В. Богданова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ГОСТЕПРИИМСТВО» В АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Введение. Одним из центральных направлений современных лингвистических исследований является изучение взаимосвязи языка и мышления, роли человека в языке и роли языка для человека (Н. Ф. Алефиренко, А. П. Бабушкин, Н. Н. Болдырев, В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Р. М. Фрумкина, Д. Лакофф, Р. Лангакер, М. Минский, Э. Рош, Ч. Филлмор). Данное направление языковых исследований уделяет достаточное внимание репрезентации знаний и представлений об окружающем мире в виде когнитивных структур в сознании человека. В роли данных когнитивных структур выступают концепты, отражающие тесную взаимосвязь языка с миропониманием человека, его духовной и практической деятельностью.

В условиях современного развития мира и Европы гостеприимство имеет высокую социальную значимость. Однако определение особенностей реализации данного концепта в языке СМИ до настоящего времени не получило достаточного освещения.

Цель настоящего исследования заключается в выявлении лексических средств номинации концепта «гостеприимство» в английском и немецком языках и установлении специфики реализации данного концепта в текстах англоязычных и немецкоязычных СМИ.

Объектом исследования является концепт «гостеприимство» в английском и немецком языках.

Предметом исследования выступают особенности репрезентации концепта «гостеприимство» в текстах СМИ в английском и немецком языках.

В работе использован метод компонентного анализа, контекстуальный анализ, а также сопоставительный и статистический методы.

Материалом для исследования послужили тексты английских и немецких СМИ, из которых посредством выборки отбирались языковые обозначения концепта «гостеприимство». Количество примеров представлено 263 случаями вербализации исследуемого концепта в английских СМИ и 443 лексическими единицами, объективирующими концепт «гостеприимство» в немецких СМИ.

Основная часть. В ходе исследования были выявлены лексические единицы, репрезентирующие концепт «гостеприимство» в текстах англоязычных и немецкоязычных СМИ. В качестве ядерных компонентов лексико-семантического поля «гостеприимство» в английском языке выступили лексемы *hospitable*, *friendly*, *kind*. В немецком языке лексическими единицами, составляющими ядро семантического поля «гостеприимство», оказались лексемы *gastfreundlich*, *freundlich*, *gut*.

Рассмотрим пример репрезентации концепта «гостеприимство» в англоязычных СМИ, взяв за основу статью из газеты “The Los Angeles Times”.

“Zeze Rwasama says Twin Falls is a model for how to settle and integrate refugees into a community because it’s been doing it for so long and its size makes the transition easier for refugees and the community.

A refugee himself from the Democratic Republic of the Congo in 2001 after escaping the genocide in Rwanda, he says it’s a mistake to think refugees feel *welcomed* and ultimately thrive in big cities in blue states. It works in places like Twin Falls, where the population is 89% white.

Twin Falls *accepts* 150 to 300 refugees a year. ‘Integration is faster here,’ Rwasama said. ‘They get a job, a place to live and then, perhaps most importantly, a car. Buying a car means they are fully independent.’ All that happens, he says, because there are plenty of jobs in Twin Falls and the cost of living is affordable” [1].

Из данной статьи явствует, что в небольших городах охотно помогают беженцам, предоставляют им работу (They get a job, a place to live and then, perhaps most importantly, a car). Концепт «гостеприимство» репрезентируется в данном отрывке статьи при помощи лексических единиц, непосредственно выражающих гостеприимное поведение (*accept*, *welcome*).

Из контекста становится очевидным, что интеграция беженцев проходит в стране не так легко, как это хотят показать власти. В маленьких городках, по сравнению с большими, представлены рабочие места (there are plenty of jobs in Twin Falls), и, что, вероятно, наиболее значимо, — стоимость проживания является доступной

и посылкой (the cost of living is affordable). В статье вербализация концепта подчеркивает положительное отношение жителей маленьких городков (в данном случае Твин Фоллз) к беженцам по сравнению с позицией мегаполисов. Автор говорит о том, что не везде беженцы чувствуют гостеприимное к себе отношение в больших городах (it's a mistake to think refugees feel welcomed and ultimately thrive in big cities in blue states).

Рассмотрим пример вербализации концепта «гостеприимство» в немецком языке, взятый из новостей газеты “Süddeutsche Zeitung”.

«Bevor wir Syrer selbst zu Flüchtlingen wurden, hatten wir — wie wohl jedes andere Land auch — eine ganz eigene Vorstellung davon, wie “Flüchtlinge” aussehen. Wir hatten die Bilder der Armenier vor Augen, die 1915 in unserem Land Zuflucht vor den türkischen Massakern suchten. Wir erinnerten uns an die Iraker, die nach dem amerikanischen Einmarsch 2003 zu uns kamen; an die Libanesen, die 2006 vor dem israelischen “Sommerkrieg” gegen die Hisbollah flohen. Und mehr als alle anderen haben die Palästinenser, die 1948 und 1967 vertrieben wurden, unser Bild von Menschen auf der Flucht geprägt.

Die Deutschen haben im vergangenen Jahr, seit Beginn der sogenannten *Flüchtlingskrise*, in einer unvorhersehbaren Situation beispiellose *Hilfsbereitschaft bewiesen*. Sie tun das auch heute noch, immer wieder aufs Neue. Allerdings habe ich in den vergangenen Monaten das Gefühl bekommen, dass viele diese Hilfsbereitschaft eher den Menschen entgegenbringen, die einem klaren, vorgefertigten Bild entsprechen: Familien mit Kindern, die in den Flüchtlingslagern leben, die im Freien waschen und kochen, die den Menschen das Gefühl geben, einem ‘echten’ Flüchtling zu *helfen*.

Wer diesem Bild nicht entspricht, bleibt oft außen vor — obwohl auch und gerade diese Menschen *Hilfe nötig haben*. Seit meiner Ankunft in Deutschland habe ich einige deutsche Familien, die *helfen wollten*, an syrische vermitteln können. Manche erfolgreich, manche weniger erfolgreich» [2].

Данная статья представляет неоспоримый интерес, так как представляет собой интервью беженца, который рассказывает о своем опыте и жизни в Германии. В данном интервью беженец объясняет то, почему немцы так охотно принимают у себя беженцев, в то время как жители других стран настроены не так благодушно. Интервьюируемый говорит о том, что это может быть связано с национально-историческим аспектом немецкой нации, так как немцы из восточной части Германии бежали от режима ГДР (Zum einen dürfte da das Bild von Ostdeutschen sein, die aus dem DDR — Regime flohen — Menschen mit langen Mänteln und schweren Koffern. Zum anderen, vor allem in letzter Zeit, gibt es das Bild von Menschen aus dem Nahen Osten: Familien mit vielen Kindern und Männer mit langen Bärten). Говорящий благодарен немцам, так как еще в начале кризиса, связанного с беженцами, они действительно помогали, как помогают и до сих пор (Die Deutschen haben im vergangenen Jahr, seit Beginn der sogenannten *Flüchtlingskrise*, in einer unvorhersehbaren Situation beispiellose *Hilfsbereitschaft bewiesen*).

Следует отметить, что в данной статье репрезентация концепта «гостеприимство» осуществляется с положительным оттенком посредством лексических единиц, косвенно выражающих гостеприимство: *beispiellose Hilfsbereitschaft* ‘беспрецедентная помощь’, *Hilfe haben* ‘получать помощь от кого-либо’.

Согласно проведенному исследованию в объективации концепта «гостеприимство» как в англоязычных, так и в немецкоязычных СМИ преобладали слова, косвенно указывающие на гостеприимное поведение: 233 лексемы в англоязычных текстах и 412 лексических единиц в немецкоязычных статьях. Примечательно, что процентное содержание данной лексики по отношению к общему количеству языковых средств, используемых для реализации изучаемого концепта в текстах СМИ, является практически одинаковым в исследуемых языках — 89% в английском языке и 93% в немецком языке. Данный факт может свидетельствовать о том, что среди англичан, американцев и немцев предпринимаются попытки сохранить толерантность, вежливость и некий нейтралитет по отношению к имеющейся проблеме беженцев. Столь малочисленное употребление лексических единиц, непосредственно репрезентирующих концепт «гостеприимство», может указывать на то, что СМИ, которые обязаны сохранять нейтральность, всё же пытаются завуалированно показать свое отношение к проблеме беженцев.

В ходе исследования были выделены лексические единицы, являющиеся наиболее частотными в англоязычных и немецкоязычных СМИ (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Частотность английских и немецких лексических единиц, репрезентирующих концепт «гостеприимство», в текстах СМИ

Англоязычные СМИ	Количество случаев употребления	Немецкоязычные СМИ	Количество случаев употребления
Accept	33	Helfen	34
Help	15	Unterstützen	25
Support	15	Retten	14
Provide with	13	Asyl geben	10
Deliver	13	Willkommen	6
Welcome	5	Für sein	6
Be engaged in	3	Loswerden	3

Таким образом, наиболее частотными лексическими единицами для вербализации концепта «гостеприимство» в англоязычных СМИ оказались *accept* «принимать» и *help* «помогать». В немецком языке — *helfen* «помогать» и *retten* «спасать». Примечательно, что обозначения гостеприимства — *welcome* «приветствовать», *willkommen* «приветствовать», *gastfreundlich sein* «быть гостеприимным» — демонстрируют невысокую частотность в статьях СМИ.

Для ряда английских лексем, вербализирующих концепт «гостеприимство», находятся эквивалентные слова в немецком языке (например, *to help / helfen* «помогать»). Данный факт дает возможность предположить, что существует некоторая схожесть понимания гостеприимства и гостеприимного поведения в сознании представителей рассматриваемых культур. Следовательно, лингвокультурные концепты, касающиеся гостеприимства, у народов данных стран в большинстве своем совпадают.

Заключение. Путем сопоставления и сравнения способов вербализации концепта «гостеприимство» в англоязычных и немецкоязычных СМИ был обнаружен некоторый изоморфизм в использовании лексических единиц. Примечательно, что способы вербализации концепта «гостеприимство» в материалах англоязычных и немецкоязычных СМИ демонстрируют больше сходных черт, нежели различных, что констатирует о сходстве в представлении о гостеприимстве у двух наций. Примечательно, что и англоязычные, и немецкоязычные СМИ достаточно активно используют лексические единицы, косвенно реализующие концепт «гостеприимство». Нечастотными оказались лексические единицы, непосредственно репрезентирующие концепт «гостеприимство» в текстах англоязычных и немецкоязычных СМИ (11 и 7% соответственно). Данный факт может свидетельствовать о том, что нации предпринимают попытки сохранить толерантность, вежливость и некий нейтралитет по отношению к имеющейся проблеме беженцев.

Список цитируемых источников

1. The Los Angeles Times [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.latimes.com>. — Date of access: 07.03.2017.
2. Süddeutsche Zeitung [Electronic resource]. — Mode of access: www.sueddeutsche.de. — Date of access: 07.02.2017.

УДК 81

О. В. Жуковская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Введение. Художественный экологический дискурс, являясь одним из типов экологического дискурса, имеет ряд своих особенностей и отличительных черт. Однако он неразрывно связан с понятием «художественный дискурс», который, в свою очередь, накладывает большой отпечаток на его особенности.

Основная часть. Исследование экологического дискурса является актуальной проблемой. Опираясь на типологию текстов экологического дискурса, предложенной А. В. Зайцевой (научный, массмедийный, эколого-юридический, художественный и бытовой) [1], мы попытались выявить специфические черты художественного экологического дискурса, которые присущи данному типу дискурса, а также общие для всех типов экологического дискурса. На основе методов структурного и семантического анализа были описаны композиционное и содержательное отличия художественного экологического дискурса от других. Анализ различных типов дискурса позволил выявить, что структура текста может варьироваться, а некоторые элементы — отсутствовать. Сравнительный анализ проводился на примере немецкого, русского и белорусского языков.

Композиция — это организация и структурная упорядоченность текста, которая отражает расположение, соотношение и взаимосвязь его частей, служащих для наиболее полного воплощения замысла автора [2].

В самом общем (необязательном) виде можно представить композиционную структуру текстов экологического дискурса с точки зрения смысловой актуализации следующим образом: 1) заголовок; 2) подзаголовок (именование темы); 3) повествование (изложение фактов); 4) описание проблемы; 5) доказательство (аргументация); 6) призыв к действию (обращение к чувствам реципиентов); 7) заключение (выводы, развязка событий).

Стоит отметить, что строение текста художественного экологического дискурса не имеет особых отличий от строения текста художественного дискурса в целом, но при сравнении с текстами других типов экологического дискурса прослеживаются фундаментальные отличия.

Так, например, изложение фактов для художественного экологического дискурса является экспозицией.

Описание проблемы в художественном дискурсе традиционно принято называть завязкой, а заключение — развязкой. Однако в нашем исследовании мы оставили принятые для всех типов дискурса названия композиционных частей текста.