

DOI: 10.18287/2542-0445-2020-26-2-144-153
УДК 811.112.2

Дата: поступления статьи / Submitted: 11.02.2020
после рецензирования / Revised: 23.03.2020
принятия статьи / Accepted: 30.05.2020



Научная статья / Scientific article

В.Э. Шукман

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация
E-mail: shukman.vi@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5027-147X>

Концепт «Германия» в учебниках немецкого языка для начального уровня: лингвокультурные маркеры

Аннотация: Данная статья посвящена анализу лингвокультурных маркеров концепта «Германия» в учебниках немецкого языка для иностранцев начального уровня (А 1). Центральным в исследовании является вопрос, с помощью каких языковых средств авторы учебников предлагают обучающимся информацию о Германии и структурируют ее в рамках образовательного дискурса. Целью является определение того, какие репрезентанты формируют концепт «Германия» в учебниках немецкого языка начального уровня, на какие группы их можно категориально разделить, каковы их количественное соотношение и комбинаторика в разных учебниках данного типа. Эта цель определила следующие задачи: отбор лексических средств, репрезентирующих концепт «ФРГ» во всех разделах учебников, распределение отобранных репрезентантов по категориям, разработанным в исследовании, сравнительный анализ способов вербализации (лексического наполнения) категорий как в отношении каждого учебного пособия, так и в сравнении их друг с другом, инфографическое представление полученных результатов. Основными методами исследования являются дискурсивно-концептуальный и сравнительный анализ. Эмпирическим материалом в качестве источников фактического материала послужили репрезентативные учебники немецкого языка для иностранцев Berliner Platz 1 NEU, Netzwerk A1.1, Netzwerk A1.2, а теоретической основой исследования – фундаментальные труды по когнитивной лингвистике С.А. Аскольдова (Алексеева), В.З. Демьянкова, Е.С. Кубряковой, В.И. Карасика, Ю.С. Степанова и других ученых, которые определили понятия концепта и концептосферы. Представленные в статье результаты концептуального и сравнительного анализов получены на основе исследования, проведенного в Германии в сотрудничестве с германистами Вюрцбургского университета и специалистами языкового центра университета, они являются значимыми и уникальными. Актуальность и новизна данного исследования состоит в обосновании тезиса, что в результате активной миграции и притока иностранцев – представителей различных стран и культур в современную ФРГ концепт «Германия» в учебниках немецкого языка для иностранцев должен быть лингвистически корректно репрезентирован, чтобы он был актуальным и полезным для представителя любой культуры, а также позитивно изображал Германию как место для жизни, работы, инвестиций, учебы и туризма. Поэтому было важно определить и сравнить, с помощью каких языковых средств репрезентируют концепт «ФРГ» именно современные учебники немецкого языка для иностранцев, которые используются в большинстве языковых центров Германии, а также в России, насколько сформированные в итоге концептосферы актуальны для жизни, бизнеса и туризма в современной ФРГ.

Ключевые слова: образовательный дискурс, концепт «Германия», учебники немецкого языка, начальный уровень, концептуальный анализ, сравнительный анализ, лингвокультурные маркеры, репрезентанты концепта.

Цитирование. Шукман В.Э. Концепт «Германия» в учебниках немецкого языка для начального уровня: лингвокультурные маркеры // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26. № 2. С. 144–153. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-2-144-153>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

V. E. Shukman

Samara National Research University, Samara, Russian Federation
E-mail: shukman.vi@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5027-147X>

The concept «Germany» in German language textbooks for the elementary level: linguocultural markers

Abstract: The article is devoted to the analysis of linguocultural markers of the concept «Germany» in German language textbooks for the elementary level (A 1). Central to this study is the question of using what language means authors of textbooks offer learners and structure information about Germany in the framework of educational discourse. The aim of the study is to determine which representatives form the concept «Germany» in German language textbooks for the elementary level, into which semantic groups they can be categorically divided and what is their quantitative ratio and combinatorics in different textbooks of this type. This aim defined such tasks as the selection of the lexical representatives of the concept «Germany» in all parts of the textbooks, the distribution of the selected representatives according to the categories developed during the study, the comparative analysis of the methods of verbalization (lexical filling) of the categories in relation to each textbook, and in comparison with each other and the subsequent infographic presentation of the results. The main research methods are discursive-conceptual and comparative analysis. The empirical materials as sources of factual materials were the German language textbooks «Berliner Platz 1 NEU», «Netzwerk A1.1», «Netzwerk A1.2», and the theoretical basis of the study were the fundamental works on cognitive linguistics by S.A. Askoldov (Alekseev), V.Z. Demyankov, E.S. Kubryakova, V.I. Karasik, Yu.S. Stepanov and other scientists who researched the definitions of

concept and conceptsphere, whose definitions and particular methods also served as the basis for the conceptual and linguistic analysis of this study. The results of conceptual and comparative analysis presented in this article were obtained on the basis of the research conducted in collaboration with scientists from the University Würzburg and specialists from the university's language center, and are significant and unique. The relevance and novelty of this study is that as a result of the active migration and the influx of foreigners from different countries and cultures into modern Germany, the concept «Germany» in German language textbooks must be linguistically correctly represented so that it will be relevant and useful for foreigners from any culture, and also will positively reflect Germany as a place for life, work, investment, study and tourism. Therefore, it is very important to understand with what language means the concept «Germany» is represented in the modern German language textbooks for foreigners, which are used in most language centers in Germany, as well as in Russia, how relevant are the resulting conceptspheres to life, business and tourism in modern Germany.

Key words: educational discourse, concept «Germany», German language textbooks, elementary level, conceptual analysis, comparative analysis, linguocultural markers, representatives of the concept.

Citation. Shukman V.E. The concept «Germany» in German language textbooks for the elementary level: linguocultural markers. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya* = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology, 2020, vol. 26, no. 2, pp. 144–153. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-2-144-153>. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

© **Виктория Эдуардовна Шукман** – аспирант II года обучения, кафедра немецкой филологии, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

© **Victoria E. Shukman** – 2-year postgraduate student, Department of German Philology, Samara National Research University, 34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation.

Введение. Постановка задач исследования

В ситуации глобализации и развития международных отношений в современном мире изучение иностранных языков, в частности на начальном уровне, набирает все большую популярность для людей с совершенно разными целями: работа, учеба за границей, путешествия и др. Как следствие, страны активно предлагают на международном рынке аутентичные учебники национальных языков для иностранцев (мигрантов, приезжих рабочих, студентов, туристов), в которых актуальной является не только информация о языке, но также способы репрезентации страны изучаемого языка, ее культуры. Корректный отбор и оценка языковых средств, репрезентирующих образ страны и доминанты ее культуры в учебниках иностранного языка, являются объектом и результатом активной работы как специалистов по дидактике, так и лингвистов, так как отбор осложнен тем, что данные учебники должны быть универсальными и подходить для иностранцев как носителей разных культур, с разными мотивами, например, для жизни в ФРГ или ее временного посещения.

В данном лингвистическом исследовании, которое было проведено на основе современных аутентичных учебников немецкого языка для иностранцев уровня А 1: Berliner Platz 1 NEU и Netzwerk A1.1, Netzwerk A1.2, – основной интерес представляет вопрос о репрезентации концепта «ФРГ», который формируют данные учебники в сознании иностранцев уже на начальном уровне обучения. Основная гипотеза состояла в том, что образ Германии на уровне А 1 должен быть лаконично-информативным (выполнять информативную функцию), нейтральным или максимально позитивно окрашенным с помощью репрезентантов с позитивной коннотацией, не содержать информации о негативных, в частности исторических, событиях (например, о Второй мировой вой-

не), чтобы заинтересовать обучающегося не только в дальнейшем изучении языка, но и в активном посещении и пребывании в стране (Dabrowska, Divjak 2015; Fäcke, Mehlmauer-Larcher 2017).

Исходя из гипотезы, целью данного исследования является определение языковых репрезентантов (лексических единиц, устойчивых словосочетаний и словесных комплексов, фразеологических единиц, атрибутивных сочетаний, в семантике которых закодирована информация о ФРГ), формирующих концепт «Германия» в учебниках немецкого языка для иностранцев уровня А 1, и их количественного соотношения в выделенных в ходе исследования категориях, представленных в данных типах учебников.

Цель исследования определила следующие задачи:

- 1) выделить языковые средства, репрезентирующие концепт «Германия», во всех компонентах/разделах учебников немецкого языка Berliner Platz 1 NEU, Netzwerk A1.1, Netzwerk A1.2;
- 2) распределить отобранные репрезентанты по категориям, представив их количественный подсчет в табличной форме;
- 3) провести описание и сравнительный анализ лексического наполнения категорий как в отношении каждого учебного пособия, так и в сравнении их друг с другом, отразив это инфографически.

Значимость данного исследования состоит в определении в контексте образовательного дискурса границ концепта «ФРГ», который преподносят ведущие немецкие издательства и методисты иностранцам посредством национальных учебников немецкого языка, и того, как концептосферы данного концепта лингвистически и лингвокультурно маркированы в разных учебниках начального уровня А 1, который является наиболее актуальным и важным для многих иностранцев, образуя когнитивную основу для последующего разви-

тия концепта «Германия» на более высоких уровнях обучения немецкому языку

Методология исследования

Данное исследование позиционировано в области когнитивной лингвистики, рассматривающей когнитивный аспект языка, концепты и концептосферы. Согласно В.З. Демьянкову и Е.С. Кубряковой, это «лингвистическое направление, изучающее язык как общий когнитивный механизм, как систему знаков, играющих роль в репрезентации (кодировании) и трансформировании информации» [Демьянков, Кубрякова 1996, с. 53].

Основным методом ее исследования является концептуальный анализ, цель которого – выявление «парадигмы культурно значимых концептов и описании их концептосферы» [Бабенко, Васильев, Казарин 2000, с. 20–35]. Концепт реконструируется «на основе анализа содержательной стороны языка: семантического пространства, формируемого группой языковых знаков, и/или семантического пространства, образуемого текстом» [Иванова 2006, с. 43]. Этот метод исследования был выбран нами, так как представленный в учебниках немецкого языка для иностранцев образ Германии является концептом – когнитивным, ментальным образованием, состоящим из единиц информации, закодированных в виде языковых знаков, которые образуют концептосферу данного концепта и включаются в образовательный дискурс.

Для решения поставленных задач данный метод являлся наиболее действенным. Чтобы сложить общее представление о концепте, необходимо определить языковые средства, которые образуют его концептосферу. С этой целью были проанализированы части и разделы учебников Berliner Platz 1 NEU, Netzwerk A1.1-A1.2: сам учебник, рабочая тетрадь, тексты к аудированию. Для определения доминирующих смысловых блоков репрезентанты концепта были распределены по выявленным в ходе исследования категориям, которые затем были представлены инфографически. Концептуальный анализ позволил определить границы и составляющие концепта «ФРГ» для каждого из выбранных учебников.

На основе полученных результатов было проведено сравнительное исследование репрезентантов в выбранных для исследования учебниках с целью получения объективных выводов. Чтобы определить, насколько типичны и/или различны концептосферы в разных популярных в языковых (образовательных) центрах учебниках, сравнительному количественному анализу подверглись категории с репрезентантами в пределах каждого учебного пособия, а также в сравнении двух выбранных учебников друг с другом. Опираясь на несколько учебных пособий, удалось выявить доминирующие блоки концептосфер в обоих учебниках, установив, насколько схожие концептосферы образуют концепт «ФРГ» в разных учебниках.

«Германия» как концепт в учебниках немецкого языка

Ни один учебник немецкого языка для иностранцев невозможно представить без информации о самой стране – Федеративной Республике Германии. Для обучающегося ее образ формируется и складывается в процессе освоения тематических блоков из множества лексических единиц, которые обозначают разные реалии, свойственные только Германии, выражают ее неоспоримые особенности [Helbig 2001 a; Helbig 2001 b]. Этот образ можно обозначить как концепт. Согласно принятому в отечественной лингвистике определению С.А. Аскольдова (Алексеева), концепт – «мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода» [Аскольдов (Алексеев) 1997, с. 269]. В разделах учебников немецкого языка для иностранцев образ ФРГ формируется как «мысленное образование», состоящее из множества репрезентантов.

Для нашего исследования важны следующие определения концепта: «концепты – идеальные, абстрактные единицы, смыслы, которыми человек оперирует в процессе мышления. Они отражают содержание полученных знаний, опыта, результатов всей деятельности человека и результатов познания им окружающего мира в виде определенных единиц, «квантов» знания» [Болдырев 2000, с. 23] и «концепты – это ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые, осознаваемые, типизируемые фрагменты опыта» [Карасик 2004, с. 59]. Интерес к этим определениям связан с тем, что в них сделан акцент на знаниях и опыте, необходимых для формирования концепта в сознании человека, изучающего иностранный язык. Это подтверждает, что образ Германии является концептом, занимая особое место в учебниках иностранного языка, так как одна из задач любого учебного пособия иностранного языка – передача знаний и опыта о стране, ее национальном языке [Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010 a; Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010 b; Азмина 2016].

Поскольку образ Германии культурно специфичен, то для нас наиболее интересен лингвокультурологический подход к анализу концепта. Поэтому для исследования важно определение концепта С.Г. Воркачева, согласно которому это «культурно отмеченный вербализованный смысл, представленный рядом своих языковых реализаций, образующих соответствующую лексико-семантическую парадигму» [Воркачев 2001, с. 48], а также определение Ю.С. Степанова: «... концепт – это основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [Степанов 2007, с. 63]. Согласно данным критериям, в практической части исследования обнаружены, подсчитаны и подвергнуты сравнительному анализу языковые реализации, которые репрезентируют концепт «Германия», формируя данную «культурную ячейку» в сознании обучающихся-иностранцев.

По определению В.З. Демьянкова: «Концепт в филологии и лингвистике – это содержательная сторона словесного знака, за которой стоит понятие, относящееся к умственной, духовной и материальной сфере существования человека, закрепленное в общественном опыте народа, имеющее в его жизни исторические корни, социально и субъективно осмысляемое... соотносимое с другими понятиями...» [Демьянков 2007, с. 606]. Неоспоримо превосходство аутентичных учебников по немецкому языку, так как их авторы, будучи носителями языка и культуры изучаемой страны, наиболее полно и адекватно способны выразить концепт «Германия», представив особенности страны и культуры. Концепт «Германия» как один из ключевых в учебниках немецкого языка для иностранцев селектируется и формируется языковыми средствами, репрезентирующими и образующими его концептосферу.

Концептуальный и сравнительный анализ репрезентантов концепта «Германия» в учебниках немецкого языка

Для определения полноты и границ концепта «Германия», представленного в учебниках немецкого языка Berliner Platz 1 NEU, Netzwerk A1.1–A1.2, необходимо обнаружить все языковые средства, так или иначе репрезентирующие данный концепт. С этой целью были исследованы

компоненты/части представленных учебных пособий: учебник, рабочая тетрадь, тексты к аудированию. Выбор данных учебников обоснован их популярностью при обучении немецкому языку как иностранному как в языковых центрах в ФРГ, так и в России (Berliner Platz 1 NEU издается с 2009 года, Netzwerk A1.1 – с 2011 года, Netzwerk A1.2 – с 2012 года).

Отобранные языковые средства (лексические единицы, устойчивые словосочетания и словесные комплексы, атрибутивные сочетания, в семантике которых закодирована информация о ФРГ), идентифицированные с помощью онлайн-словаря DUDEN, было необходимо систематизировать для концептуального и сравнительного анализа, для чего нами были разработаны и определены крупные лингвокультурные категории на основе рубрик из словаря DUDEN. Das Bildwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache, а также названий рубрик самих учебников. Для наглядности материал представлен в таблицах 1–2. Порядок представления категорий определен на основе их количественного состава (в составе особо крупных категорий были определены также подкатегории). Сокращения, используемые в учебниках, сохранены.

Так, в учебнике Berliner Platz 1 NEU репрезентанты были разделены по 19 категориям, количество и лексическое наполнение которых отражено в таблице 1 Berliner Platz 1 NEU: репрезентанты и их количество.

Таблица 1

Berliner Platz 1 NEU: репрезентанты и их количество

Table 1

«Berliner Platz 1 NEU»: representatives and their number

Категории	Репрезентанты
Geographie	<p><i>Staat:</i> Deutschland. <i>Geogr. Teile und Bundesländer:</i> Süddeutschland, Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen. <i>Städte:</i> Hamburg, Berlin, Dresden, München, Köln, Stuttgart, Bonn, Bremen, Frankfurt, Freiburg, Heidelberg, Nürnberg, Bochum, Bielefeld, Hannover, Darmstadt, Kreuzberg, Potsdam, Lohmar, Minden, Düsseldorf, Oldenburg, Hessen, Mannheim, Würzburg, Iphofen, Salzburg, Lüneburg, Kiel, Celle, Braunschweig, Karlsruhe. <i>Stadtteile:</i> Berlin-Mitte, Berlin-Kreuzberg, Köln-Nippes, Köln-Neustadt, Köln Poll, Hamburg-Altona, Fridrichshain. <i>Straßen und Plätze:</i> Martinstraße, Berliner Platz, Ludwigshafen, Mozartstraße, Hegelstraße, Keisersstraße, Mozartplätzle, Büchlerstr., Baaderstr., Ligsaltzstr., Portstr., Titjenstraße, Leopoldallee, Schillerplatz, Goethestraße, Gartenstraße, Grafenstraße, Nollendorfplatz, Winterfeldplatz, Goltzstraße, Pallasstraße, Elßholzstraße, Alexanderplatz, Rosenstraße, Weststraße, Rosenplatz, Potsdamer Platz, Nikolaiviertel, Kochstraße, Potsdamer Str., Monbijoustr., Bergmannstraße, Bernauer Straße, Kirchplatz, Warschauer Straße, Maaßenstraße, Barbarossaplatz, Lessingsstraße, Aachener Straße, Jahnplatz, Frankfurter Straße, Borstellstraße, Rathausstraße, Röntgenstraße, Marienplatz, Goethestr., Ludwig-Erhard-Ring, Fridrichstraße, Unter den Linden. <i>Flüsse und Seen:</i> Spree, Buggelsee, Bodensee. <i>Gebirge:</i> Alpen, Schwarzwald</p>
Sehenswürdigkeiten	<p>Rathaus, Haus der Jugend, Stadtgalerie, Nationaltheater, Rathaus-Foyer, Freizeithaus, Brandenburger Tor, St. Matthias-Kirche, Kammergericht, Fernsehturm, Alarm-Theater, Museumsinsel, Mauermuseum, Berliner Mauer, Deutsches Technikmuseum, Deutsches Currywurst Museum, Kindl-Bühne, Berlin-Tiergarten, Haus am Checkpoint Charlie, Grips-Theater, Schlesisches Tor, Hackesche Höfe, Reichstagsgebäude, Restaurant des Deutschen Bundestages, Englischer Garten, Hofbräuhaus, Kudamm, Berliner Ensemble, Schloss Sanssouci, das Maritime Museum, Schloss Neuschwanstein, Pergamonmuseum, Tierpark Hagenbeck, Berliner Zoo, Kaiserlautern, Kulturbrauerei, KUZ, Goethe-Forum</p>

Продолжение таблицы 1

Категории	Репрезентанты
Organisationen	Bürgerberatung, Havelbus Verkehrsgesellschaft mbH Potsdam (HVG), BVG, Bergmann-Immobilien GmbH, Firma ISKA, Stegmüller Immobilien, Anna-Luise-Altendorf-Stiftung, DAA, Firma Marktinform, Huber Gastronomie, Lüdenscheid-Verlag, Firma Höhe, Klafkis Presse & Buch GmbH, Spedition Höhe, Höhne GmbH, Deutsche Post, Pestalozzischule, Benedictschule, Altendorf-Aktivitätszentrum, Huber Gastronomie Koenigspark, VHS Tempelhof-Schöneberg, AOK, Verein BAJ e.V., BVG Deutsch, Langenscheid
Reise	BERLIN Infostores der Tourist Information, Deutschen Bahn DB Regio, DB, XXL-Touristen-Ticket, Berlin WelcomeCard, Fahrerscheinautomaten, Monatskarte, BahnCard, Regionalexpress, das Baden-Württemberg-Ticket, Schönes Wochenende-Ticket, City-Express, DB Berlin Hauptbahnhof, Pension Windjammer, die Jugendherberge, die Halbpension, der Hamburger Hafen, Gasthaus „Zum Löwen“, www.bahn.de , Monatskarte – Monatsticket, BVG-Tarif, Verkaufsstellen der BVG, BVG-Information
Essen und Trinken	Bionade, Bluna, Dallmayr Cafe, Adelhoener Mineralwasser, Frische Bergbauern Milch, Landleibe Joghurt, Agust, Tschibo, Lindt, Kinder, Reber, Brauhaus Tegernsee, Schnitzel, Käsekuchen, Würstchen, Currywurst, Picknick, Wiener Spezialitätenbekerei, Biergarten, Fleischerei Niemöller, Supermarkt Schwarzwaldstraße, Maier – grün und frisch
Gesundheit	Barmer Ersatzkasse, die Versicherungskarte, Hausarzt, Zwiebeln mit Honig, eine heiße Zitrone, ein warmes Bier, Praxis Dr., Sprechstunde, Frühretnerin, Biogemüse, Biobauern, Krankenkasse, AU, Deutsches Rotes Kreuz, Bioladen
Haus	Hausordnung, Treppenreinigung, Ruhe, Mülltrennung, Fahrradkeller, Hausverwaltung, Heizungsableitung, Hausmeister, Putzplan, die grüne Tonne, ZKB, OG, NK, Kaution
Freizeit	Cinema Quadrat, Oly-Disko, Leopold-Kino, Heinrich-von-Kleist-Park, Kaufhaus KaDeWe, Cinemaxx, Wuhlheide, Metronom, Fahrrad, Kinopolis
Geld	Euro, Sparkasse, EUR, Stadtparkasse, brutto/netto, EC-Karte, Cent, Pfand, Eurozone
Medien	Radio FFH, der Norddeutsche Rundfunk, ZDF, ZDF SPORTextra Live, zitty, tip, ARD, .de
Traditionen	Weihnachtsfeier, Weihnachten, Gottesdienst, Kath. Messe, Ev. Gottesdienst, Hausfest
Zeit	Morgen (5 bis 9 Uhr), Vormittag (9 bis 12 Uhr), Mittag (12 bis 14 Uhr), Nachmittag (14 bis 18 Uhr), Abend (18 bis 22 Uhr), Nacht (22 bis 5 Uhr)
Anrede	Sie, du, Herr, Frau, Damen und Herren, Deutscher
Sport und Fitness	DSC Arminia Bielefeld, 1. FC Saarbrücken, Sporthalle Waldstadion, Sportclub Grünstadt
Literatur und Kino	„Der Vorleser“, Bertolt Brecht, Kultfilm „Fußballladies“, „Good bye, Lenin!“
Kaufen	Flohmarkt am Mauerpark, Flohmarkt, Wochenmarkt
Technik	Miele Electronic Maschine, MIELE
Politik	Bundespräsidentin
Sprachen	Deutsch

В учебнике Berliner Platz 1 NEU содержится много лексем – имен собственных (названия федеральных земель, городов, улиц, площадей, водных объектов, гор, достопримечательностей, организаций, отелей, брендов, кинотеатров, торговых центров, СМИ, спортивных организаций, литературных произведений, фильмов, техники). Концептосфера представлена как отдельными лексическими единицами, так и устойчивыми словосочетаниями и словесными комплексами, неделимыми атрибутивными сочетаниями как репрезентантами определенной реалии ФРГ (Reichstagsgebäude, Deutsche Post, Schönes Wochenende-Ticket и др.)

В учебниках Netzwerk A1.1–A1.2 определены 17 категорий, через которые были отражены в таблице 2 репрезентанты и их количество.

В учебниках Netzwerk A1.1–A1.2 тоже представлено большое количество имен собственных (названия федеральных земель, городов, улиц, площадей, водных объектов, гор, достопримечательностей, организаций, отелей, брендов, кинотеатров, кафе, ресторанов, торговых центров, СМИ,

спортивных организаций, музыкальных произведений). Концептосфера представлена как отдельными лексическими единицами, так и устойчивыми словосочетаниями и словесными комплексами, атрибутивными сочетаниями (Museum für Moderne Kunst, Biergarten, Oktoberfest и др.).

Показателем количественный подсчет при определении категорий с большей / меньшей наполненностью в каждом учебном пособии. Так, категория с самым большим количеством репрезентантов в Berliner Platz 1 NEU – Geographie, в которой представлены разные географические реалии Германии (города, улицы и т. д.). Следующую позицию занимает категория Sehenswürdigkeiten, в составе которой названия достопримечательностей. Далее по убыванию почти с равным количеством лексических реализаций идут категории: Organisationen, Reise, Essen und Trinken, Gesundheit, Haus, Freizeit, Geld, Medien, Traditionen, Zeit, Anrede, Sport und Fitness, Literatur und Kino. Категории с наименьшим числом репрезентантов: Kaufen, Technik, Politik, Sprachen (рис. 1).

Таблица 2

Netzwerk A1.1–A1.2: репрезентанты и их количество

Table 2

«Netzwerk A1.1–A1.2»: representatives and their number

Категории	Репрезентанты
Geographie	<p><i>Staat:</i> Deutschland, Bundesrepublik Deutschland. <i>Geogr. Teile und Bundesländer:</i> Norddeutschland, Bayern. <i>Städte:</i> Kassel, Frankfurt, Berlin, München, Leipzig, Stuttgart, Salzburg, Wolfsburg, Köln, Aachen, Kiel, Innsbruck, Hamburg, Bremen, Bremerhaven, Konstanz, Hannover, Bonn, Iphofen, Haudorf, Regensburg, Dortmund, Dresden, Augsburg, Würzburg, Wittenberg, Bamberg, Stralsund, Lübeck, Rotenberg, Cham, Puchheim, Dorfen, Kösnitz. <i>Stadtteile:</i> Berlin-Mitte, Wannsee. <i>Straßen und Plätze:</i> Ludwigstr., Marktstraße, Goethestr., Parkstraße, Winckler Straße, Müllerstraße, Hafensstraße, Marienplatz, Karlsplatz/Stachus, Willy-Brandt-Straße, Bürgerstr., Goethestraße, Kaiserstraße, Lindestraße, Rathausplatz, Berlinerstraße, Marktplatz, Mainstraße, Oranienstraße, Lauterbachstraße, Severinstr., Bonner Str., Hansastraße, Offenbachstraße, Kaferloher Straße, Maistraße, Kölner Platz, Karl-Liebnecht-Str., Alexanderplatz, Tuchollaplatz, Siebererstraße, Leopoldstraße, Sendlinger-Tor-Platz, Hauptstraße, Nikolausweg. <i>Flüsse und Seen:</i> Bodensee, Elbe, Alster, Weser, Rhein, Wattenmeer, Nordsee, Spree, Ostsee, Nordsee, Titisee. <i>Gebirge:</i> Schwarzwald, Alpen, Arlberg. <i>Insel:</i> Usedom</p>
Sehenswürdigkeiten	Rathaus, Kirche Michel, Fischmarkt, Kunsthalle, Hamburger Theater-Festival, Berliner Bühnen, das Deutsche Theater, das Maxim Gorki Theater, das Berliner Ensemble, Thalia-Theater, Hamburger Schauspielhaus, Hamburger Symphoniker, Filmfest Hamburg, Theatinerkirche, Viktualienmarkt, Haus der Kunst, Muffathalle, Michaelskirche, Kunsthalle, Dom St. Petri, Nikolaikirche, das Römisch-Germanische Museum, Musical-Theater, Filmpalast, NDR Sinfonieorchester, Düsseldorf ISS-Dome, Stadtmaraphon Hamburg, Michel, Millerntor, Eine-Welt-Haus, Museum für Moderne Kunst, Tonhalle, Hackesche Höfe, Reichstag, Kurfürsterdamm, Museumsinsel, Pergamonmuseum, Thomaskirche, Gewandhaus, Frauenkirche, Englischer Garten, Brandenburger Tor, Gedächtniskirche, Design Museum, Pinakothek, Olympiapark, Olympiastadion, Volkskunstmuseum, Wasserfest, Berlinale
Essen und Trinken	Apfelstrudel, Würstchen, Würstel, Döner, Grillparty, Grillfest, Nudelsalat, Kartoffelsalat, Bier, Bauernmilch, Sahne-Joghurt, Picknick, Schnitzel mit Pommes, Apfelsaftschorle, Straußwirtschaft, Weingebieten, Flammkuchen, Zwiebelkuchen, Kaffeehaus, Strandbar, Grill, Kneipe, Biergarten, Saftschorle, Apfelstrudel, Stollen, Lebkuchen, Dresdner Stollen, Metzgerei Schelling, Bäckerei Resch, Schwarzwälder Kirschtorte, Fessler, Bauernhof
Reise	Autobahn, Hotel Central, Hamburger Flughafen, Hamburger Hafen, Hamburger Bahnhof, Fahrkarte, Hotel Michel, Hotel „Alster“, Hotel „Zentral“, Hotel „Schiller“, Hotel „Weser“, Köln Hauptbahnhof, Regionalexpress, Hotel Heimat, Jugendherberge, Hotel Richtung Norden, Hamburger Hauptbahnhof, Stuttgarter Verkehrsbetriebe
Freizeit	Cinemaxx, Cafe Delfino, Cafe Centro, Trinkgeld, „Lange Museumsnacht“, „Kultur-Nacht“, NO LIMIT, Torte & Tango, Cafe Mozart, Musik-Hansa, Cafe Maurer, Restaurant Happ
Medien	Radio Hit 3, .de, Radio Frankenland, Facebook and Co., XING, VZ, studiVZ, schülerVZ, meinVZ, Twitter, Radio „Fichtelwald“
Sport und Fitness	Bayern München: FC Basel, Allianz Arena München, Schalke, Oliver Kahn, Fitness-Studio Bause, Sportclub Tegel, Fitness-Studio Karo, Trapp, Borussia Dortmund
Organisationen	VW, Charite, Firma Köhne & Mann, Audi-Werkstatt, Firma Gruber, Firma Kleindienst, Firma Müller & Co., Hendel
Traditionen	Prost, Oktoberfest, Wiesn, Nikolaus, Weihnachtsmarkt, Oktoberfest München, Weihnachten, Adventsmarkt
Musik	Wagner, Mozart, „Die Toten Hosen“, Silbermond, Johann Sebastian Bach
Haus	im nordeutschen Reethaus, Erdgeschoss, Reihnhaus, Garten, Untergeschoss
Kaufen	Wochenmarkt, Schuhladen Trippen, Kaufhaus „Ausberlin“, eco show room, Einkaufszentrum Cyta
Literatur und Kino	Fritzi Haberlandt, Klaus-Maria Brandauer, der Goldene Bär
Anrede	Frau, Herr, Berliner
Geld	Cent, Euro
Politik	Bundesregierung
Sprachen	Deutsch

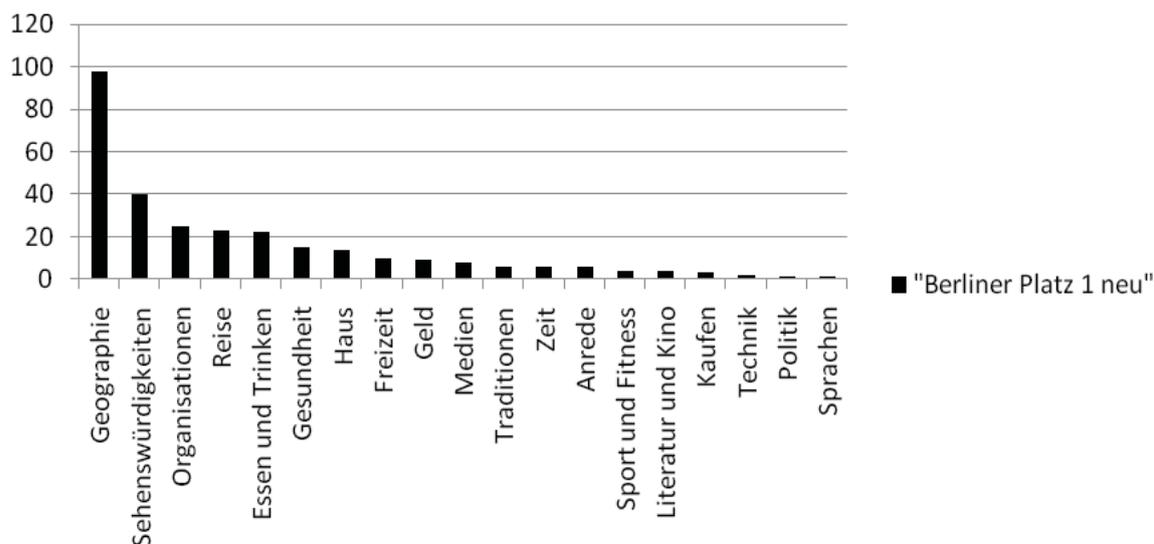


Рис. 1 – Berliner Platz 1 NEU: сравнительный анализ количества репрезентантов
Fig. 1 – «Berliner Platz 1 NEU»: comparative analysis of the number of representatives

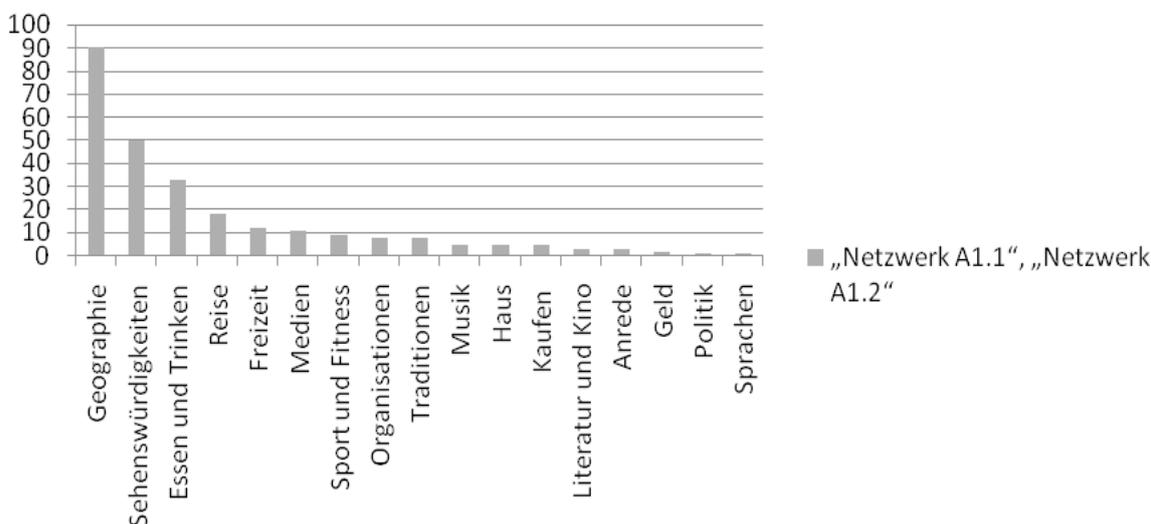


Рис. 2 – Netzwerk A1.1–A1.2: сравнительный анализ количества репрезентантов
Fig. 2 – «Netzwerk A1.1–A1.2»: comparative analysis of the number of representatives

В данном учебнике концепт «Германия» в первую очередь складывается из географических реалий, названий достопримечательностей и организаций, что подчеркивает современную инфраструктуру страны, наличие богатого историко-культурного наследия. Также в достаточной мере концепт насыщен информацией о традиционных еде и напитках, здоровье, устройстве дома, что представляет Германию как страну, где можно получить все необходимое для жизни, питания, поддержания здоровья. Категории с малым количеством репрезентантов демонстрируют, что в ФРГ предлагаются варианты для проведения свободного времени – спорт, чтение, кино, а также, что здесь есть свои традиции, медийная сфера, языковая культура. В целом после занятий по учебнику Berliner Platz 1 NEU у обучаемого должен сложиться позитивный образ страны с акцентом на географическом, культурно-бытовом аспектах.

В учебниках Netzwerk A1.1–1.2 категориями с наибольшим количеством репрезентантов также являются Geographie, Sehenswürdigkeiten и Essen und Trinken, Reise, далее следуют категории Freizeit, Medien, Sport und Fitness, Organisationen, Traditionen. Меньше репрезентантов представлено в категориях Musik, Haus, Kaufen, Literatur und Kino, Anrede, а самыми малочисленными являются Geld, Politik, Sprachen (рис. 2).

В учебниках немецкого языка Netzwerk A1.1–A1.2 концепт «Германия» также представлен в основном географическими реалиями и достопримечательностями, но значимо выделены сферы питания, путешествий. Также большой объем данного концепта составляют обозначения возможности проведения свободного времени, медийная среда, спорт, названия организаций, традиции Германии. Менее значимыми оказались сферы музыки, устройства дома, покупок. В концепт входят

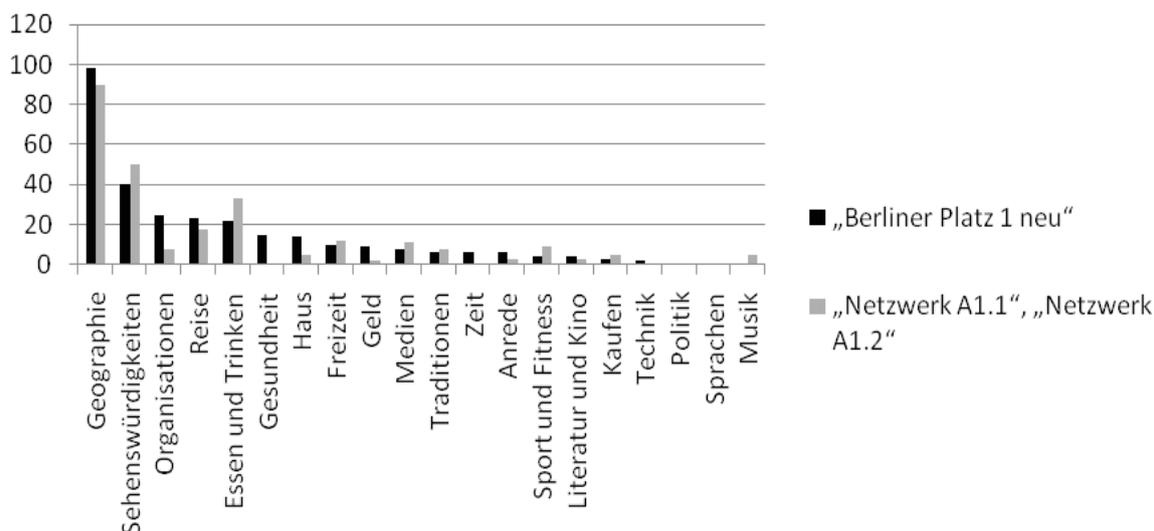


Рис. 3 – Berliner Platz 1 NEU и Netzwerk A1.1–A1.2: сравнительный анализ количества репрезентантов
 Fig. 3 – «Berliner Platz 1 NEU» and «Netzwerk A1.1–A1.2»: comparative analysis of the number of representatives

обозначения денежных единиц и языка. После обучения по данным учебникам также формируется позитивное представление о Германии, но с большим акцентом на сферы питания и путешествий, а сферы здоровья, технического обеспечения отсутствуют.

На рисунке 3 обозначено наполнение категорий обоих учебников в сравнении. Большинство категорий представлено в обоих учебниках, за исключением *Gesundheit*, *Zeit*, *Technik*, *Musik* (они есть только в одном из исследуемых учебников). Несмотря на то что многие категории имеют примерно одинаковое количество репрезентантов концепта «Германия», есть такие, в которых этот параметр сильно отличается. Например, по сравнению с *Netzwerk A1.1–1.2* в *Berliner Platz 1 NEU* категории с большим количеством репрезентантов это *Organisationen*, *Gesundheit*, *Haus*, *Geld*, *Zeit*, *Technik*, а в *Netzwerk A1.1–1.2* представлено больше лексических единиц в категориях *Sehenswürdigkeiten*, *Essen und Trinken*, *Sport und Fitness*, *Musik*. Это демонстрирует, что при схожести, представленные в учебниках концептосферы могут различаться в определенных аспектах.

Заключение

Образ современной Германии в учебниках немецкого языка для иностранцев *Berliner Platz 1 NEU* и *Netzwerk A1.1–1.2* является концептом, который формируется репрезентирующими его языковыми средствами. Исходя из сравнительного анализа, можно сделать вывод, что в обоих учебниках немецкого языка для иностранцев лексические реализации, репрезентирующие концепт «Германия», делятся примерно на одни и те же категории, но некоторые из них имеют разное количество репрезентантов. Так, *Berliner Platz 1 NEU*

делает больший акцент, чем *Netzwerk A1.1–A1.2*, на географических объектах, названиях организаций, сфере здоровья, денежных единицах, *Netzwerk A1.1–A1.2* больше акцентирует внимание обучающихся на достопримечательностях, сфере питания, спорте, музыке. Формируемые учебниками концептосферы очень схожи, за исключением некоторых аспектов, и являются, безусловно, положительными или нейтральными, что представляется актуальным на начальном этапе изучения немецкого языка как иностранного, чтобы мотивировать обучающегося на дальнейшее изучение языка, посещение Германии, проживание или получение работы.

Концептосферы концепта «ФРГ» в обоих учебниках в основном сформированы лингвокультурно маркированными лексическими единицами, устойчивыми словосочетаниями и словесными комплексами, а также атрибутивными сочетаниями. В обоих случаях концептосферы в основном состоят из имен собственных, которые обозначают прецедентные реалии Германии, присущие ей, отсутствующие в других странах и лингвокультурных, что придает образу Германии как страны уникальность и самобытность.

Источники фактического материала

Dengler, Rusch, Schmitz, Sieber 2011 – *Dengler St., Rusch P., Schmitz H., Sieber T. (2011) Netzwerk A1.1*. Berlin und München: Langenscheidt KG, 167 S.

Dengler, Rusch, Schmitz, Sieber 2012 – *Dengler St., Rusch P., Schmitz H., Sieber T. (2012) Netzwerk A1.2*. Berlin und München: Langenscheidt KG, 160 S.

DUDEN 2016 – *DUDEN. Das Bildwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache*. (2016) Berlin: Dudenverlag, 415 S.

DUDEN 2020 – *DUDEN. Online-Wörterbuch*. URL: <https://www.duden.de/> (дата обращения: 01.02.2020).

Lemcke, Rohrmann, Scherling 2017 – *Lemcke Ch., Rohrmann L., Scherling Th. (2017) Berliner Platz 1 NEU*. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen. 256 S.

Библиографический список

Dabrowska, Divjak 2015 – *Dabrowska E., Divjak D. Handbook of Cognitive Linguistics*. Berlin: de Gruyter. 2015, 716 p. URL: <https://b-ok.cc/book/5495270/a6571a>.

Fäcke, Mehlmauer-Larcher 2017 – *Fäcke Ch., Mehlmauer-Larcher B. Fremdsprachliche Lehrmaterialien – Forschung, Analyse und Rezeption*. Frankfurt am Main; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Warszawa; Wien: Peter Lang Edition, 2017, 274 S. URL: <https://linguistlist.org/issues/28/28-2336.html>.

Helbig 2001 a – *Helbig G. Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch, 1. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 2001a, 776 S. URL: <https://b-ok.cc/book/1190662/74c8e2>.

Helbig 2001 b – *Helbig G. Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch, 2. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 2001b, 942 S. URL: <https://b-ok.cc/book/1053103/b57a0d>.

Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010 a – *Krumm H.-Jür., Fandrych Ch., Hufeisen B., Riemer C. (Eds.) Deutsch als Fremd- und Zweitsprache – Ein internationales Handbuch, 1. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 2010a, 1072 S. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110240252>.

Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010 b – *Krumm H.-Jür., Fandrych Ch., Hufeisen B., Riemer C. (Eds.) Deutsch als Fremd- und Zweitsprache – Ein internationales Handbuch, 2. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 2010b, 822 S. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110240245>.

Азмина 2016 – *Азмина (Густомясова) Т.И.* Лингвокультурные концепты в обучении иностранным языкам в современном вузе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 15. С. 191–195. URL: <http://e-koncept.ru/2016/86939.htm>.

Аскольдов 1997 – *Аскольдов (Алексеев) С.А.* Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология / под общ. ред. В.П. Нерознака. Москва: Academia, 1997. С. 267–279. URL: http://ucheb.lunn.ru/old/Departments/Foreign_literature/Kultura_MK_III.htm.

Бабенко, Васильев, Казарин 2000 – *Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В.* Лингвистический анализ художественного текста. Екатеринбург, 2000. 534 с. ISBN: 5-7525-1078-3. URL: <https://pl.b-ok.cc/book/3227449/072b91>.

Болдырев 2000 – *Болдырев Н.Н.* Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. Тамбов, 2000. 123 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23722013>.

Воркачев 2001 – *Воркачев С.Г.* Концепт счастья: понятийный и образный компоненты // Известия РАН. Серия лит. и яз. 2001. Т. 60, № 6. С. 47–58. URL: http://www.lincon.narod.ru/happ_comps.htm.

Демьянков 2007 – *Демьянков В.З.* Термин «концепт» как элемент терминологической культуры // Язык как материя смысла: сборник статей в честь академика Н.Ю. Шведовой / отв. ред. М.В. Ляпон. Москва: Азбуковник, 2007. С. 606–622. URL: http://www.infolex.ru/FOR_SHV.HTM.

Демьянков, Кубрякова 1996 – *Демьянков В.З., Кубрякова Е.С.* Когнитивная лингвистика // Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков [и др.]. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С. 53–55. URL: <http://www.infolex.ru/Cogling.htm>.

Иванова 2006 – *Иванова Е.В.* Концепт как одна из основных единиц когнитивной лингвистики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика, 2006. № 3. С. 40–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21100458>.

Карасик 2004 – *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 390 с. URL: <https://docplayer.ru/28188986-Yazykovoy-krug-lichnost-koncepty-diskurs.html>.

Карасик, Слышкин 2001 – *Карасик В.И., Слышкин Г.Г.* Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: науч. издание / под ред. И.А. Стернина. Воронеж: ВГУ, 2001. С. 75–79. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26436332>.

Степанов 2007 – *Степанов Ю.С.* Концепты. Тонкая пленка цивилизации. Москва: Языки славянских культур, 2007. 248 с. URL: <https://www.libfox.ru/621724-yuriy-stepanov-kontsepty-tonkaya-plenka-tsvivilizatsii.html>.

References

Dabrowska, Divjak 2015 – *Dabrowska E. and Divjak D. (2015) Handbook of Cognitive Linguistics*. Berlin: de Gruyter, 716 p. Available at: <https://b-ok.cc/book/5495270/a6571a>.

Fäcke, Mehlmauer-Larcher 2017 – *Fäcke Ch. and Mehlmauer-Larcher B. (2017) Fremdsprachliche Lehrmaterialien – Forschung, Analyse und Rezeption*. Frankfurt am Main; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Warszawa; Wien: Peter Lang Edition, 274 S. Available at: <https://linguistlist.org/issues/28/28-2336.html>.

Helbig 2001 a – *Helbig G. (2001 a) Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch, 1. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 776 S. Available at: <https://b-ok.cc/book/1190662/74c8e2>.

Helbig 2001 b – *Helbig G. (2001 b) Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch, 2. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 942 S. Available at: <https://b-ok.cc/book/1053103/b57a0d>.

Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010a – *Krumm H.-Jür., Fandrych Ch., Hufeisen B. and Riemer C. (Eds.) (2010 a) Deutsch als Fremd- und Zweitsprache – Ein internationales Handbuch, 1. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 1072 S. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110240252>.

Krumm, Fandrych, Hufeisen, Riemer 2010 b – *Krumm H.-Jür., Fandrych Ch., Hufeisen B. and Riemer C. (Eds.) (2010 b) Deutsch als Fremd- und Zweitsprache – Ein internationales Handbuch, 2. Halbband*. Berlin: de Gruyter, 822 S. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110240245>.

Azmina 2016 – *Azmina (Gustomyasova) T.I. (2016) Linguistic and cultural concepts in learning foreign languages in a modern university. Konzept*, vol. 15, pp. 191–195. Available at: <http://e-koncept.ru/2016/86939.htm>. (In Russ.)

Askoldov 1997 – *Askoldov (Aleksiev) S.A. (1997) Concept and word*. In: *Neroznak V.P. (1997) Russian literature*.

- From the theory of literature to the structure of the text: Anthology*. Moscow: Academia, pp. 267–279. Available at: http://ucheb.lunn.ru/old/Departments/Foreign_literature/Kultura_MK_III.htm. (In Russ.)
- Babenko, Vasiliev, Kazarin 2000 – Babenko L.G., Vasiliev I.E., Kazarin Yu.V. (2000) Linguistic analysis of literary text. Ekaterinburg, 534 p. ISBN: 5-7525-1078-3. Available at: <https://pl.b-ok.cc/book/3227449/072b91>. (In Russ.)
- Boldyrev 2000 – Boldyrev N.N. (2000) Cognitive semantics: a course of lectures in English philology. Tambov, 123 p. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23722013>. (In Russ.)
- Vorkachev 2001 – Vorkachev S.G. (2001) The concept of happiness: conceptual and figurative components. *The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language*, vol. 60, no. 6, pp. 47–58. Available at: http://www.lincon.narod.ru/happ_comps.htm. (In Russ.)
- Demyankov 2007 – Demyankov V.Z. (2007) The term «concept» as an element of terminological culture. In: Lyapon M.V. (Ed.) *Language as a matter of meaning: Collection of articles in honor of academician Shvedova N.Yu.* Moscow: «Azbukovnik», pp. 606–622. Available at: http://www.infolex.ru/FOR_SHV.HTM. (In Russ.)
- Dem'jankov, Kubryakova 1996 – Dem'jankov V.Z., Kubryakova E.S. (1996) Cognitive Linguistics. In: Kubryakova E.S., Dem'jankov V.Z. et al. *A brief dictionary of cognitive terms*. Moscow: MGU im. M.V. Lomonosova, pp. 53–55. Available at: <http://www.infolex.ru/Cogling.htm>. (In Russ.)
- Ivanova 2006 – Ivanova E.V. (2006) Concept as one of the basic notions of cognitive linguistics. *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 9: Philology. Asian Studies. Journalism*, no. 3, pp. 40–48. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21100458>. (In Russ.)
- Karasik 2004 – Karasik V.I. (2004) Language circle: personality, concepts, discourse. Moscow: Gnozis, 390 p. Available at: <https://docplayer.ru/28188986-Yazykovoy-krug-lichnost-koncepty-diskurs.html>. (In Russ.)
- Karasik V.I., Slyshkin G.G. (2001) Linguocultural concept as a unit of research. In: Sternin I.A. (Ed.) *Methodological problems of cognitive linguistics: scientific publication*. Voronezh: VGU, pp. 75–79. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26436332>. (In Russ.)
- Stepanov 2007 – Stepanov Yu.S. (2007) Concepts. Thin membrane of civilization. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur, 248 p. Available at: <https://www.libfox.ru/621724-yuriy-stepanov-kontsepty-tonkaya-plenka-tsivilizatsii.html>. (In Russ.)