

УДК 811.112.2

А.В. Имас

К ИСТОРИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПТА KAFFEE В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ (II)

Рассматривается процесс эволюции и функционирования концепта KAFFEE в немецкой и австрийской лингвокультурах во второй половине XX – начале XXI вв. Этот концепт в австрийской лингвокультуре является более дифференцированным и служит цели установления национальной идентичности.

Ключевые слова: лингвокультурный концепт, языковая картина мира, национальная идентичность.

Более чем 300-летняя история распространения кофе и культуры кофе-пития в немецкоязычных странах привела в Германии и Австрии к формированию лингвокультурного концепта КОФЕ.

В публикации [1] мы проследили на примере композитов с основой *Kaffee-/ -kaffee* историю постепенного разворачивания названного концепта в языке и культуре с XVII по первую половину XX века. Из первично утилитарной функции – номинация новых предметов и явлений – за рассмотренный период времени сформировался достаточно серьезный функционально-прагматический потенциал «кофейной» лексики, который при наличии сходства все же своеобразно раскрывается в лингвокультурных парадигмах Германии и Австрии.

Следует отметить, что словообразовательная активность лексемы *Kaffee* на современном этапе развития рассматриваемого концепта (вторая половина XX века – начало XXI века) остается очень высокой, что, на наш взгляд, обусловлено тремя основными факторами:

- потребность в номинации новых технических средств и модернизированных способов обработки и приготовления кофе;
- введение в обиход заимствованных названий, связанное с гастрономической глобализацией (активным усвоением ранее не свойственных данной культуре гастрономических вкусов, «мода» на определенные иностранные продукты питания и блюда);
- процессы словотворчества, характерные для массово-презентационного дискурса (например, рекламных текстов) и для языкового интернет-пространства.

Концепт КОФЕ затрагивает различные сферы современной жизни немецкоязычных этносов – экономическую, политическую, социальную, культурную; этот концепт отражает, запечатлевает в своем поле исторические коллизии и национальные стереотипы, которые обнаруживаются лишь при более внимательном взгляде на, казалось бы, обыденные, лишь частично мотивированные для большей части носителей языка и полно-

стью немотивированные для иностранцев языковые реалии.

Наибольшее сходство в наполнении концепта КОФЕ в австрийской и немецкой лингвокультурах обнаруживается в кофейном вокабуляре, отражающем:

- кофепитие как форму проведения досуга дома и в общественных местах:

Kaffegenuss, Kaffeevergnuegen, Kaffeeschwelgerei, Kaffeerausch, Kaffeeschwung, Kaffeelerlebnis; Kaffeetrinker, Kaffeekonsument, Kaffe-Connaissanceur, Kaffeefreund, Kaffeeliebhaber, Kaffeefan, Kaffeegeniesser, Kaffeeschlucker, Kaffeeschluerfer, Kaffeeholiker, Kaffeesuechtiger, Kaffejunkie;

- структуризацию рабочего времени в современном обществе:

Pausenkultur: Kaffezeit, Kaffeepause, Kaffeestunde (stueendchen), Kaffeefahrt; auf einen Kaffee mit ... einladen, Morgenkaffee, Nachmittagskaffee = Jause; Die Kaffeepause ist die heilige Messe des homo oeconomicus (Паскаль Лахенмайер);

- психологическую привлекательность напитка, способность кофе снимать стресс и создавать благожелательную (коммуникативно-привлекательную) атмосферу общения в различных жизненных ситуациях: знакомство, переговоры, мероприятия, дружеские встречи

sich bei einer Tasse Kaffee entspannen, ausruhen; Streß: alles, was nicht Kaffeepause ist;

- способность кофе бодрить и способствовать концентрации внимания

Lebenselexier, Aufmunterer, Aufwiegler, Erneuechterer, Wachmacher, Energiespritze, Anregungsmittel.

В рамках данной статьи мы сфокусируем внимание лишь на той части кофейного вокабуляра, которая обнаруживает наиболее значимые различия в немецкой и австрийской лингвокультурах.

Ассоциативно-смысловое поле концепта КОФЕ на начальном этапе в обеих культурах включало в себя *Kaffeehaus* в качестве гипонима, так как кафе (*Kaffeeschenke, -stube, -halle, -bude, -haus, Café*) рассматривалось с точки зрения места, где можно было выпить кофе, где кофе продавали в розлив.

Однако в Австрии кафе расширяет свои социокультурные функции и в XX веке становится местом социального взаимодействия различных слоев населения, местом встречи для целого ряда выдающихся деятелей искусства и литературы, а затем возводится в ранг национального символа [3]:

(1) Der Kaffeehausbesuch ist die reizvollste aller schlechten Gewohnheiten. Längst ist der Anlass: der Kaffee, zur Nebensache geworden, wenn auch zu einer Nebensache erster Ordnung; das Haus, also das Café – ... die Hauptsache. Selbstverständlich trinkt man im Cafe auch Kaffee. Aber nur auch. Das Entscheidende: es gibt das Café! Man kann ins Kaffee gehen! Im Cafe sein!

(2) *Im Café stellt man sich dem Leben, der Umwelt, den Freunden und Kollegen undnoch Schlimmerem. Man geht ins Cafe, um zu Hause Ruhe zu haben.*

Возникает самостоятельный «родственный» концепт КАФЕ, что неминуемо приводит к формированию национально-специфичной лексики. При этом именно в случае с возникновением концепта КАФЕ очень наглядно можно наблюдать процесс стереотипизации лингвокультурного концепта как результат перекося его ценностно-познавательной наполненности [2]: как только некоторый концепт начинает использоваться для автохарактеристики или для выражения отношения, оценки образа жизни, ментальности, специфических черт одного культурного сообщества со стороны другого, он перерождается в стереотип. Важной чертой стереотипа является размытость границы между истинным и ложным, когда каждая характеристика, каждая оценка, имея некоторые объективные, давно забытые истоки своего появления, перерождается в стереотип.

Формирование концепта-стереотипа КАФЕ в австрийской лингвокультуре произошло за довольно короткий промежуток времени в течение XX столетия и было связано с начавшимся после распада Австро-Венгерской империи поиском национальной идентичности австрийцев, который продолжается до сего дня.

Мы затронем лишь две важных и наиболее стереотипизированных составляющих данного концепта: ассортимент кофейных напитков, оценку качества напитка.

Предлагаемые в венских кофейнях кофейные напитки поражают иностранцев экзотическим разнообразием и красотой названий (их насчитывается более 40). Но при более внимательном взгляде на эти названия обнаруживается, что в них нашел отражение коллективный исторический опыт австрийцев, составляющий основу их национального самосознания [4]:

Ein Nationalgefühl der Österreicher konnte sich also erst in jüngster Zeit entwickeln. Gleichzeitig aber bezieht sich nationale Identität, so Ernest Renau – immer auf einen «gemeinsamen Besitz von (historischen) Erfahrungen».

История Австрии, «спрессованная» до размеров кофейной чашечки, может послужить прекрасным вводным материалом на уроках немецкого языка. Все ключевые клише, корни которых следует искать в коллективном подсознательном австрийцев, активно используются в рекламе и саморекламе Австрии.

Австрия, в прошлом Великая Австро-Венгерская империя, не только знаменитая своими обширными территориями, но и неразрывно связанная с благородным родом Габсбургов, оставила следы в таких названиях, как *Kaisermelange, Maria-Theresia, Ungarischer Kaffee, Marghiloman* (по имени Александру Магилмана, который с 7 июля 1900 по 13 февраля 1901 был министром иностранных дел Румынского королевства, членом Консервативной партии; он поддерживал сотрудничество с немецкой Империей и с Австро-Венгрией в Тройном Союзе).

Австрия – католическая страна. Именно этим можно объяснить появление названий *Franziskaner* и *Kapuziner*, связанных с одеянием (остроконечным головным убором) монахов известного католического ордена (капуцины – ветвь ордена францисканцев).

Австрия тесно связана с Турцией в своем историческом опыте. Страна не раз подвергалась нападениям со стороны Османской империи (негативный опыт), при этом гастрономическая культура Австрии благодаря контактам с Турцией обогатилась кофе, кофейнями и штруделями (которые сегодня манифестируются в качестве национального австрийского блюда!). Отголоски сложных отношений с турками «слышны» в лексемах *Türkischer Kaffee*, *Konsul*, *Sperbertürke* (данное название является также аллюзией к известному роману Ф.Торберга «Tante Jolesch»).

Эпоха бидермейера 1815–1848 гг., о которой до сегодняшнего дня австрийцы помнят как о «старом добром времени», во многом определила уютный камерный интерьер некоторых Венских кофеен (кофейный напиток *Biedermeier*). Именно в этот период времени Вена вдруг превращается в общеевропейский музыкальный и культурный центр.

Возможно, именно этим фактом можно объяснить присутствие в меню таких напитков, как *Mozartkaffee*, *Intermezzo* (*it. Zwischenspiel*), *Melange* (*fr. pot-pourri*), *Obermayer* (по имени венского филармониста, страстного любителя кофеен и «изобретателя» вкусного напитка из черного кофе с нежной шапочкой из сливок).

Названия кофейных лакомств *Fiaker*, *Einspänner* (дословно «один в упряжке») напоминают о давно ушедших реалиях XIX – начала XX вв.: о фиакрах – повозках, запряженных одной лошастью и управляемых извозчиком.

Очень популярные в меню Венской кофейни и в других австрийских гастрономических заведениях колоративные названия переносят нас во времена становления кофеен, когда не была сформирована номинативная база кофейных напитков, и официанты (австр. *Ober*; нем. *Kellner*) при помощи цветовой дощечки предлагали кофе различной крепости и разбавленности молоком и сливками (австр. *Obers*, нем. *Sahne*). Палитра (*die Farbpalette*) могла включать в себя до 20 оттенков: от белого и золотистого до черного.

В современных меню по-прежнему встречаются *Schale Gold*, *Grosser und Kleiner Brauner*, *Grosser und Kleiner Schwarzer*, *Weiß mit Haut*, *Nussbraun*. Особняком стоят разбавленный водой кофе под названием *Verlängerter* и кофе с преобладающим содержанием молока *Verkehrter*.

О периоде расцвета Венских кофеен напоминают названия кофейных напитков типа *Piccolo*. В рамках жесткой служебной иерархии, прежде чем стать старшим официантом *Oberkellner*, юноше необходимо было начинать карьеру с низов: быть подручным, т.е. расставлять столы, следить за тем, чтобы на столах всегда стоял традиционный для венских кофеен стакан воды, по необходимости выполнять любовные поручения – например, пе-

редавать любовные записки. Как правило, юноша становился любимцем посетительниц кафе.

Если сравнить приведенный список «традиционно» австрийских обозначений с немецкими, то отличие становится очевидным: ни одно из названий кофейных напитков в Германии не является настолько «нагруженным» национально значимыми коннотациями.

Немецкий корпус примеров включает в себя три основных группы.

1 – топонимичные названия, указывающие на региональную распространенность или происхождение напитка *Rüdesheimer Kaffee, Holzländer Rumkaffee, Dokkumer Kofje, Wiener Kaffee, Türkischer Kaffee*. Очень интересно такое фирменное блюдо, как *Bergische Kaffeetafel*. Кофе, подаваемое не в чашках, а в специальном пузатом чайнике на трех ножках (*Dröppelminna*), является дополнением к обильному столу с выпечкой и закусками (это традиционное лакомство является визитной карточкой небольшого региона на территории федеральной земли Северный Рейн-Вестфалия):

Hefeblatz oder Rosinenstuten, verschiedene bergische Brotsorten (Schwarz- und Graubrot), Honig, Birnen-, Apfel- oder Rübenkraut, Konfitüre, Butter, Quark, Käse, Wurst und Schinken, Milchreis mit Zucker und Zimt, Waffeln, die man dann noch zum Beispiel mit Bratenaufschnitt, Rührei, Sauerkirschen, Orangensaft und zum Schluss ein bergischer Korn oder Magenbitter;

2 – композиты, первым элементом в которых называется субстанция, добавляемая в кофе *Milchkaffee, Eiskaffee*;

3 – названия, связанные с заменителем кофе, которые можно объединить одним словом *Landkaffee* (в современной экологизированной интерпретации *Bio-Kaffee, Öko-Kaffee*): *Malzkaffee, Zichorienkaffee, Gerstenkaffee*.

Но и Австрия, и Германия естественным образом не могут оставаться в стороне от процессов глобализации. В обеих странах открываются американские кафе (например, всемирно известные сети Starbucks, MacDonalds). Итальянские кафе-бары также давно являются неотъемлемой частью гастрономической культуры. Испанские и итальянские названия кофейных напитков приобрели статус интернационализмов: *Espresso, Espresso lungo, Espresso doppio, Romano, Caffè macchiato, Ristretto, Cappuccino, Caffè Latte, Corretto, Cafe creme, Latte macchiato, Mocca* и др. В сознании подавляющего количества европейцев эти номинативные единицы вызывают приятные ассоциации со средиземноморским стилем жизни и популярнейшими туристическими местами отдыха (итальянскими и испанскими курортами).

Необходимо отметить, что некоторые из упоминавшихся выше традиционных австрийских названий сосуществуют в культуре со своими средиземноморскими двойниками. Так, *Verlängerter* – это синоним *Americano, Melange* – приблизительно то же самое, что *Latte* и немецкое *Milchkaffee*, и т.д. Избыточность, порождаемая двойными названиями, может подтвер-

дить особый статус ассортимента кофейных напитков Венских кофеен в ассоциативно-образном пространстве концепта.

В рамках концептов КОФЕ и КАФЕ с австрийской стороны стереотипизации подверглись и некоторые оценочные названия кофейных напитков. Неоднозначное и даже негативное отношение к Германии и немцам (*Piefkes*), которое уходит корнями в историю и обусловлено поиском самоидентичности австрийцев, нашло косвенное отражение в противопоставлении немецкого кофе (*Kaffee* с ударением на первый слог) и австрийского кофе (*Kaffee* с ударением всегда на последний слог), как противопоставления «плохой – хороший». *Preußischer Kaffee*, *Blümchenkaffee*, *Filterkaffee* (изобретение рациональных немцев!) и другие подобные обозначения имеют пейоративное значение в австрийской лингвокультуре. В поле немецкого концепта выявить подобные обозначения не удалось.

Таким образом, формирование концепта КОФЕ в лингвокультурных парадигмах Германии и Австрии происходило одновременно и в большей своей части сходным образом, что привело к образованию специального кофейного вокабуляра, общего для обеих культур. Но вследствие исторических коллизий и связанного с ними иного социокультурного контекста в австрийской национальной языковой картине мира в XX веке сформировался концепт-стереотип КАФЕ и тем самым исходный концепт КОФЕ в австрийской лингвокультуре был расширен за счет дополнительных коннотаций и ассоциативно-оценочных смыслов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Имас А.В. К истории формирования концепта КОФЕ в немецкоязычной лингвокультуре (1) // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2009. – № 25. – Вып. 3 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С.20–31.
2. Муравлёва Н.В. Лингвокультурный концепт «PNAEAKENLAND» в контексте австрийской истории и современности. // Слово в динамике : сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. – С.105–113.
3. Plakolb, L. Kaffeehaus: literarische Spezialitaeten und amouroeese Gusto-Stueckln aus Wien. – Muenchen: R.Piper&Co Verlag, 1959. – 80 S.
4. Identitaet und Mentalitaet. Zusatzmaterialien
<http://www.hkbu.edu.hk/~europe/euro-ach/a/intro/zusatz.htm>