

2. Бургер Х. Справочник по фразеологии. – Берлин, 1982. – 258с.
3. Гончарова Н.А. Перевод фразеологических единиц // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. Тула: Тульское производственное полиграфическое объединение, 2019. – С. 9-14.
4. Мокиенко, В.М. Историческая фразеология славянских языков. – Москва: Высшая школа, 1970. – 248 с.
5. Степанова М.Д., Чернышева И.И. Лексикология современного немецкого языка. – М.: Высшая школа, 2005. – 252 с.
6. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. – М.: Высшая школа, 1985. – 256 с.

References

1. Arnold I.V. *Grundlagen der wissenschaftlichen Forschung in der Linguistik*: Lehrbuch. Moskau: Hochschule, 1991. S. 140.
2. Burger H. *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, 1982. 258 S.
3. Gontscharowa N.A. *Übersetzung von phraseologischen Einheiten* // Aktuelle Probleme der Germanistik, Romanistik und Russistik. Tula: Tula Production Polygraphic Association, 2019. S. 9-14.
4. Mokienko V.M. *Historische Phraseologie der slawischen Sprachen*. Moskau: Hochschule, 1970. S. 248.
5. Stepanova, M.D., Chernysheva, I.I. *Lexikologie der modernen deutschen Sprache Deutschen Sprache*. Moskau: Hochschule, 2005. 252 с.
6. Shansky N.M. *Phraseologie der modernen russischen Sprache*. M.: Hochschule, 1985. 256 с.

УДК 81-2

KULTUR IN EINEM WÖRTERBUCH LEXIKOGRAFIEREN

Siniakova Anastasia Dmitrievna

Studentin des Lehrstuhls für Deutsch und Französisch,
Belgoroder Staatliche Forschungsuniversität,
Belgorod, Russland
anastasija.dmitrievna99@yandex.ru

Kudryavtseva Natalia Borisovna

Dr. phil., Dozentin,
Belgoroder Staatliche
Forschungsuniversität,
Belgorod, Russland *nkud@bsu.edu.ru*

Zusammenfassung

Die Entwicklung eines bestimmten Wörterbuchs, insbesondere eines neuen, erfordert eine Entscheidung über den Inhalt des Begriffs der Lexikographie. Ein Wörterbuch offenbart uns die Welt der Kultur eines Landes. Sprachliche Realitäten sind als die ausgeprägtesten Zeichen der Kultur die Träger von Informationen über die Welt. Dieser Artikel befasst sich mit den sprachlichen Aspekten der Wechselwirkung zwischen Sprache und Kultur und analysiert die 86 Wörterbucheinträge im «Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache» im Abschnitt «Landeskunde». Wir haben die Einträge in 6 Gruppen eingeteilt, entsprechend der Art der Realitäten, die im Wörterbuch explizit dargestellt sind.

Schlüsselwörter: Kultur, Lexikografie, Wörterbuch, der kulturologische Aspekt, Realitäten.

LEXICOGRAPHING CULTURE IN A DICTIONARY

Siniakova Anastasia

2nd year master student
Belgorod State National Research
University
Belgorod, Russia
anastasija.dmitrievna99@yandex.ru

Kudryavtseva Natalia

Dr. phil., lecturer of the
German and French languages department,
Belgorod State National Research
University,
Belgorod, Russia nkud@bsu.edu.ru

Abstract

The development of a particular dictionary, especially a new one, requires a decision on the content of the concept of lexicography. A dictionary reveals to us the world of a country's culture. Linguistic realities, as the most pronounced signs of culture, are the carriers of information about the world. This article deals with the linguistic aspects of the interaction between language and culture and analyzes the 86 dictionary entries in the «Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache» in the section «Landeskunde». We have divided the entries into 6 groups, according to the type of realities that are explicitly presented in the dictionary.

Keywords: culture, lexicography, dictionary, the culturological aspect, realities.

Das Interesse am Problem «Wortschatz und Kultur», das für diese Forschung von zentraler Bedeutung ist, ergibt sich aus der in letzter Zeit gestiegenen Aufmerksamkeit für Fragen des Dialogs der Kulturen und der interkulturellen Kommunikation. Aus diesem Grund sind die Fragen der Interaktion zwischen Sprache, Kultur und Wortschatz in der Lexikographie besonders akut. Der Umgang mit dem kulturologischen Aspekt von Wörterbüchern ist auf die Notwendigkeit eines theoretischen Verständnisses und einer praktischen Antwort auf die Frage nach den Formen und Methoden der lexikographischen Beschreibung der nationalen und kulturellen Besonderheiten einer sprachlichen Kulturgemeinschaft zurückzuführen.

Das Wörterbuch kann in diesem Fall die Möglichkeit geben, an die Schwelle dieser riesigen Welt zu treten, die Kultur genannt wird. Um eine Vorstellung von einer fremden Kultur zu geben, hat das Wörterbuch verschiedene Möglichkeiten: Seine Ausrichtung bestimmt die Struktur und den Inhalt eines Wörterbuchs sowie die Hervorhebung von Wörtern in einem Wörterbuch/Wortbestand.

Die Rolle des Wörterbuchs beim Kennenlernen einer fremden Kultur kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Die Funktionen eines modernen Wörterbuchs können nicht auf die kommunikative Funktion beschränkt werden, wenn wir sein Wesen darin sehen, dem Leser die notwendigen Wörter einer Mutter- oder Fremdsprache zu vermitteln [3, S. 462]. Ein modernes Wörterbuch ist sowohl ein grundlegendes Lehrbuch einer Fremdsprache (normative und pädagogische Funktion) als auch eine kulturelle (landeskundliche) Enzyklopädie im weitesten Sinne des Wortes [2, S.68; 1, S. 24, S. 165]. Sie ermöglicht es dem Benutzer, nicht nur das Vokabular und die Grammatik einer anderen Sprache zu erlernen, sondern auch durch ein System verbalisierter Konzepte eine andere Kultur, eine andere Weltansicht und damit die Ergebnisse der sprachlichen Widerspiegelung der objektiven Realität, die Ergebnisse der menschlichen kognitiven Aktivität in einer bestimmten kulturellen Gemeinschaft, zu erfahren.

Darüber hinaus sollte ein Wörterbuch [1, S. 24] vor allem das Bedürfnis nach Kommunikation zwischen Menschen befriedigen, die, wie L.K. Latyshev und A.L. Semenov schrieben, durch eine sprachlich-ethnische Barriere getrennt sind, worunter die Autoren ein Hindernis nicht nur im Fehlen einer gemeinsamen Sprache, sondern auch in der Divergenz der nationalen Kulturen verstehen [6, S. 6]. In diesem Sinne kann man von einer besonderen gnoseologischen Funktion des Wörterbuchs sprechen.

Es gibt verschiedene Definitionen von Kultur. In den Kulturwissenschaften ist «Kultur» eine Kombination von erworbenen und ererbten Verhaltensweisen, die eine Gruppe von Menschen definieren, sie von anderen Gruppen oder Nationen abgrenzen und in spezifischen Artefakten verkörpert sind. Im Rahmen unserer Forschung ist «Kultur» «eine Gesamtheit von Traditionen,

Bräuchen, Normen, Werten und Verhaltensregeln, die bei den Vertretern einer Nation, eines Staates gemeinsam sind». [5, c. 205].

Die Realitäten sind die sichtbarsten Zeichen der Kultur und spiegeln ihre nationale Prägung wider. Als Träger von Informationen über die Welt «aus ethnischer Sicht» [7, S. 3], enthalten Realitäten einzigartige spezifische Bedeutungen, die mit Phänomenen korrelieren, die einer Kultur eigen sind und in einer anderen nicht vorkommen [4, S. 32]. Außerdem sind sie die am häufigsten verwendeten sprachlichen Einheiten mit nationalen Besonderheiten.

Trotz des umfangreichen Studiums von Realitäten durch in- und ausländische Forscher muss eingeräumt werden, dass weder die Linguistik noch die Übersetzungswissenschaft über präzise Kriterien zur Definition von Realitäten verfügen. Die Besonderheiten der sprachlichen Einheiten, die sie bezeichnen, sind noch nicht ausreichend erforscht. Zu den Begriffen, mit denen Realitäten und ähnliche Phänomene einst bezeichnet wurden, gehörten äquivalenzfreies Vokabular, Hintergrundwörter, national geprägte Wörter, Exotismen, Barbareien und Vokabeln mit Landeswert.

Das Material unserer Studie waren Wörterbuchartikel, die die Realitäten als Hauptträger sprachlicher Informationen enthielten, die im Wörterbuch «Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache» vorgestellt wurden.

Da in dieser Studie sprachliche Aspekte des Zusammenwirkens von Sprache und Kultur behandelt werden, wurde das Studium der 86 im Wörterbuch «Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache» unter «Landeskunde» enthaltenen Wörterbucheinträge zu den vorrangigen Aufgaben aufgenommen [8, S. 97].

Alle Wörterbuchartikel wurden von uns gemäß der Art von Realitäten, die im Wörterbuch explizit dargestellt sind, in 6 Gruppen eingeteilt.

In Übereinstimmung mit den Daten, die wir aus unserer praktischen Analyse des Faktenmaterials gewonnen haben, ergibt sich, dass die wichtigsten Realitäten, die für die deutsche Kultur von Bedeutung sind, auf folgende Faktoren zurückzuführen sind:

1. geografische Gegebenheiten (Vokabeltitel: «Bayern», «Berlin», «Deutschland», «Österreich», «Liechtenstein», «Die Teilung Deutschlands», «Wien», «Deutsche Nation», «Zürich», «Die Religionen in den deutschsprachigen Ländern», «Das Ruhrgebiet», «Die Schweiz», «Die Verbreitung der deutschen Sprache», «Die Hanse», «Dialekte»).

Zum Beispiel: «*Die Teilung Deutschlands*».

Der Fall der Berliner Mauer, ein Symbol der Teilung der Stadt, der deutschen Nation und der ganzen Nation, ist für die Deutschen von großer Bedeutung [8, S.1059].

2. Feiertage, Traditionen, Bräuche (Vokabeltitel: «Advent», «April, April!», «Die Begrüßung», «Die Einladung», «Die Feiertage in Deutschland», «Die Heiligen Drei Könige», «Der Karneval im Rheinland», «Der Nikolaus», «Das Oktoberfest», «Ostern», «Silvester», «Weihnachten», «Weihnachtsmärkte»).

Zum Beispiel: «*Das Oktoberfest*».

Das Oktoberfest kann ohne Zweifel als ein Fest der deutschen Seele bezeichnet werden. Unabhängig von ihrer Herkunft und Bildung finden die Deutschen sowohl Geld als auch Zeit, um das berühmteste Bierfest der Welt zu besuchen [8, S. 759].

3. allgemein anerkannte Normen (Vokabeltitel: «Anmelden – ummelden», «Hat es Ihnen geschmeckt?», «Der Stammtisch», «Am Telefon», «Die akademischen Titel», «Das Trinkgeld», «Jeder zahlt für sich»).

Zum Beispiel: «*Jeder zahlt für sich*».

Die deutsche Sachlichkeit erstreckt sich auf alle Lebensbereiche. In Deutschland zahlt jeder für sich selbst. Und selbst wenn ein deutscher Mann ein Mädchen einlädt, ist es nicht sicher, dass er ihr eine Tasse Kaffee auf eigene Kosten spendiert.

4. Werte (Vokabeltitel: «Das Auto der Deutschen liebstes Kind?», «Das Bier», «Die Deutschen – ein reisefreudiges Volk», «Gesunde Ernährung», «Die Kneipe», «Das Wiener Kaffeehaus», «Knödel», «Die deutsche Küche», «Lärm», «Die Mülltrennung», «Die Vereine», «Das Wandern», «Der Zug», «Die Wende in der DDR», «Die Wiedervereinigung», «Grillen»).

Zum Beispiel: «*Das Auto der Deutschen liebtes Kind?*».

Ein Auto ist für einen Deutschen sowohl Freund als auch Geliebter und ein Indikator für seinen sozialen Status. Der Kauf des nächstbesten Autos ist für sie viel wichtiger als der berufliche Aufstieg.

5. soziales und alltägliches Ausmalen (Vokabeltitel: «Die Autobahn», «Die Autokennzeichen», «Der Biergarten», «Das Brot», «Das Brötchen», «Bürgerinitiativen», «Die Essenszeiten», «Die Ferien», «Fernsehen und Radio», «Das Frühstück», «Das Hochschulsystem», «Kaffee und Kuchen», «Die Krankenversicherung», «Die Mittagspause», «Die Öffnungszeiten», «Die politischen Parteien in Deutschland», «Die Presse in Deutschland», «Das Schulsystem», «Wie bekomme ich einen Studienplatz?», «Die Volkshochschulen», «Die Bundesrepublik Deutschland», «Türken in Deutschland», «Der Expressionismus», «Geschichte des deutschen Films»).

Ein Beispiel: «*Der Biergarten*».

Die Ursprünge dieser Art von Gartenlokalen liegen in Bayern. Außerhalb Bayerns versteht man unter einem Biergarten oft alle Gaststätten unter freiem Himmel, aber der bayerische Biergarten hat seine eigenen Besonderheiten: Man kann nur Bier bestellen und sein eigenes Essen mitbringen.

6. berühmte Personen (Vokabeltitel: «Johann Sebastian Bach», «Johann Wolfgang von Goethe», «Günter Grass», «Otto von Bismarck», «Marlene Dietrich», «Ludwig II. von Bayern», «Martin Luther», «Wolfgang Amadeus Mozart», «Friedrich von Schiller», «Die Gruppe 47», «Das Land der Dichter und Denker»).

Ein Beispiel: «*Martin Luther*».

Martin Luther war der Initiator der Reformation und ein führender Übersetzer der Bibel ins Deutsche. Einer der Zweige des Protestantismus, das Luthertum, ist nach ihm benannt. Martin Luther leistete einen unschätzbaren Beitrag zur Entstehung der deutschen Literatursprache.

Daraus können wir schließen, dass Realitäten eine besondere Einheit der Sprache sind und nicht nur als Namen von Begriffen, Phänomenen, verschiedenen Merkmalen von Objekten und Handlungen dienen, sondern auch als Aufbewahrungsort der nationalen Kultur. Wenn äquivalente Einheiten universelle logische Modelle der Erkenntnis der umgebenden Realität festlegen, dann spiegeln Realitäten das Prisma der Weltanschauung wider. Diese Realitäten sind ein sehr deutliches Spiegelbild der deutschen Nationalkultur, die direkt mit der Geschichte der Gesellschaft sowie mit den Objekten und Phänomenen der materiellen und geistigen Kultur verbunden ist. Die Lexikographie der Realitäten als Elemente der Kultur in einem Wörterbuch ist ein Spiegelbild der Kultur der Muttersprachler, die sich in der Darstellung der nationalspezifischen Artefakte (Realitäten) manifestiert.

Литература

1. Берков В. П. Двухязычная лексикография: Учебник; 2-е изд., перераб. и доп. М., 2004. – 24с., 165с.
2. Берков В. П. О словарях XXI века: Из лексикографической футурологии // Мир русского слова. 2000. № 3 – 68с.
3. Гак В. Г. Словарь // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1996. – 462с.
4. Донец П. Н. Перевод и межкультурная адаптация текста / П.Н. Донец // Социокультурные проблемы перевода. – Воронеж, 2006. – Вып. 7, ч. 1. – 32с.
5. Культурология: XX век. Словарь. СПб., 1997. – 205с.
6. Латышев Л. К., Семенов А. Л. Перевод: теория, практика и методика преподавания; Учеб. пособие для студ. перевод, фак. высш. учеб. заведений. М., 2003. – 60 с.
7. Рылов Ю.А. Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки: № 1, 2003. – 3с.53
8. Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache.– Berlin, München: Langenscheid KG, 2008. – 1309 S.

References

1. Berkov V. P. Bilinguale Lexikographie: Lehrbuch; 2. 1998. S. 165.
2. Berkov V.P. Über Wörterbücher des XXI Jahrhunderts: Von der lexikographischen Futurologie // *Mir russkogo slova*. 2000. № 3 S. 68.
3. Gak V.G. Wörterbuch // *Linguistisches Enzyklopädisches Wörterbuch*. M., 1996. – S. 462.
4. Donets P. N. Übersetzung und interkulturelle Anpassung des Textes / P.N. Donets // *Soziokulturelle Probleme der Übersetzung*. –Voronezh, 2006. – S. 32.
5. Kulturologie: XX. Jahrhundert. Wörterbuch. SPb., 1997. – S. 205.
6. Latyshev L.K., Semenov A.L. Übersetzung: Theorie, Praxis und Lehrmethoden; Lehrbuch für Studenten der Übersetzungsfakultäten der höheren Bildungseinrichtungen. M., 2003. – S. 60.
7. Rylov Y.A. *Vestnik VSU. Reihe Humanitäre Wissenschaften*: № 1, 2003. – S. 53.
8. Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. – Berlin, München: Langenscheid KG, 2008. – 1309 S.

УДК 81-116:379.85

ВЛАДЕНИЕ АНГЛИЙСКОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИЕЙ КАК НЕОБХОДИМЫЙ КОМПОНЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКИ К ПУТЕШЕСТВИЮ ЗАРУБЕЖ

Созаева Алина Сейрановна

слушатель 5 курса факультета очного обучения
Ростовский юридический институт МВД России
Ростов-на-Дону, Россия *alinasozaeva2000@mail.ru*

Аннотация

Последние тенденции развития экономических и политических отношений свидетельствуют о ценности иностранных языков для современного общества. Во многих странах английский язык не закреплен в качестве государственного, но по-прежнему является наиболее приоритетным и востребованным на мировой арене. Пребывание за границей, как правило, сопровождается рядом трудностей, препятствующих нормальной рекреации и полноценному функционированию туризма. Так, знание языка страны посещения способствует налаживанию культурных связей и взаимоотношений с местным населением, а также осведомленности о традициях и обычаях других государств. Главной особенностью путешествий является не только возможность знакомства с достопримечательностями, это, прежде всего, общение с людьми. Для успешной, легкой и приятной поездки в англоговорящую страну необходимо владение базовым терминологическим набором слов и выражений по определенным лексическим темам. Индустрия туризма неумолимо развивается, а языковая ситуация всегда остается прежней. Вследствие этого, актуальность поставленной проблемы не должна вызывать сомнений, поскольку туризм выступает в качестве инфраструктуры мирового уровня с интернациональным характером. Кроме того, по мнению автора статьи, английский язык широко применим в рамках делового туризма и профессиональных туров с целью корпоративного отдыха. Статья посвящена глубокому анализу особенностей владения специалистами любой сферы деятельности английской терминологией в области туризма. В исследовании представлены результаты выявления и формально-структурного рассмотрения основных преимуществ повышения уровня английского языка с целью подготовки к путешествию. Особое внимание уделено разъяснению процедуры языкового поведения при столкновении с непредвиденными критическими ситуациями в незнакомой стране.

Ключевые слова: английский язык, иностранная среда, грамматика, лексика, специальная терминология, фразы для путешествий, объем знаний, успешная коммуникация.