



Julius Silver / Pixabay

ЧАСТЬ I.

Основные концепты австрийского ментального мира



© SalzburgerLand Tourismus / Edward Groeger

Рассматривая ментальные особенности той или иной нации, трудно обойтись без переменной величины, которая позволяла бы фиксировать их. Лучше всего, на мой взгляд, с этой задачей справляется такая величина, как концепт. Подобная форма позволяет не только маркировать данные особенности, но и создавать модели отношения к этому миру.

Под концептом в данном случае понимается «единица коллективного сознания, отражающая предмет реального или идеального мира и хранимая в национальной памяти носителей языка в вербально обозначенном виде»¹ или,

проще говоря, лексически выраженная единица измерения культурной (ментальной) активности нации.

Концепт – это не отдельное понятие, а целый «пучок понятий, представлений, знаний, ассоциаций, переживаний, сопровождающих слово».² Из группы именно таких «пучков» в конечном итоге и образуется концептосфера. У каждого народа она уникальна и мо-

¹ Бабушкин А. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. – с.12.

² Степанов Ю. С. Концепт «причина» и два подхода к концептуальному анализу языка – логический и сублогический / Ю. С. Степанов // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М. : Наука. – 1991. – с.14.



HanSolo / Pixabay

ожет разительно отличаться от таких же концептосфер даже соседних народов. По принципу «что русскому хорошо, то немецу смерть». Во Франции, к примеру, важнейшими являются такие концепты, как дух критицизма (*éSPrIT CRITIQUE*), свободолюбие (*LIBERTÉ*), республиканские ценности (*VALEUR RÉPUBLICAINES*), любовь (*AMOUR ADMIRATION*), элегантность (*ÉLÉGANCE*), бережливость (*ÉSPrIT D'ÉPARGNE*), вкус к комфорту (*GOÛT DU CONFORT*).³ Русская концептосфера напрямую связана с такими понятиями, как «душа» (в частности, «широкая душа»), «русский размах», «русский авось», «тоска», «судьба», «воля». Для немцев решающими звеньями в цепи концептосферы остаются такие концепты, как мобильность (*MOBILITÄT*), порядок (*ORDNUNG*), чистота (*SAUBERKEIT*), дисциплина (*DISziPLIN*), прилежность (*FLEiSS*), бережливость (*SPARSAMKEIT*), законоисполнность (*GESETZ*), перфекционизм (*PERFEKTIONISMUS*).

У каждого народа собственная предрасположенность к определенным концептам.⁴ В конечном итоге именно они формируют понимание мира, взгляд на жизнь и отношение к ней. В чем же специфика именно австрийских представлений о счастье?

Прожив почти пятнадцать лет среди или, вернее сказать, в среде австрийцев, трудно было не обратить внимание на то, что все эти представления так или иначе связаны с такими понятиями, как **ГЕМÜТЛИЧКЕИТ** и **традиция**. По сути, это два основных ядра всей австрийской концептосферы. Остальные концепты примыкают к ним, зависят от них, образуя небольшие подгруппы концептов.

КОНЦЕПТ «ЖИЗНЕННОГО КОМФОРТА» (GEMÜTlichKEIT)

Итак, ГЕМÜТЛИЧКЕИТ. Трудно найти точный перевод этого слова на русский язык. Один только «мультитран»⁵ дает около семи определений на данный счет. Это и «уют», и «приветливость», и «добродушие», и «общительность», и «спокойствие», и «неторопливость», и «уютность». В общем, что-то милое сердцу, мягкое, бархатное, спокойное. Чтобы составить более точное представление об этом понятии, вернее концепте, и окончательно разобраться в его значении, следует обратиться к его этимологии. Концептуальная нагрузка заключена уже внутри самой лексемы ГЕМÜТ. В древнеиндийском языке она (АНД. GIMUOTI, МНД. GEMÜETE, GEMUOTE) обозначала внутренний мир человека в целом – в противоположность телесной оболочке.⁶

В XIX веке ГЕМÜТ приобретает пару изящных суффиксов и становится трендовым, почти философским понятием. Путевку в жизнь этому неологизму

(ГЕМÜТЛИЧКЕИТ) дает бидермайер⁷, у которого ноги эстетики растут уже не из мрачных галош натурализма, а из теплых и уютных домашних тапочек и плюшевого фэншюя позапрошлого столетия. Именно домашняя обстановка, в которой основное внимание стало уделяться изяществу кресел, нежности гобеленов, удачному расположению гостиной, идиллии пижам, пасторальной вычурности освещения, каминному настроению, по мнению «бидермайеристов», призвана была способствовать возникновению чувства ГЕМÜТЛИЧКЕИТ.

В настоящее время это понятие уже не ограничивается стенами дома, а распространяется практически на все сферы жизни и подразумевает под собой спокойствие, непринужденность, релаксацию, отсутствие навязчивых проблем. Как писал немецкий ученый О.-Ф. Больнов, «*GEMÜTlich* – это прежде всего поведение, при котором человек, отказываясь от активного проявления своих волевых качеств и активных действий как таковых, может предаваться релаксации и

³ Кирнозе З. И. Французское // Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. Нижний Новгород: Австрийская библиотека НГПУ, 2001. с. 197–212.

⁴ Концепты, в свою очередь, могут оказывать и обратное влияние. Людей, проживающих в зоне их действия, они могут сделать своими заложниками. В этом, на мой взгляд, заключается своеобразная «магия концепта».

⁵ www.multitran.ru – один из лучших сетевых «переводчиков»

⁶ Leitung von Pfeifer W. ed. Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. München, Deutscher Taschenbuchverl., 2005. p. 422.

⁷ Художественный стиль, господствовавший в австрийском и немецком искусстве (1815–1848). Для него была характерна поэтизация домашнего уюта, удобства мира вещей, выражавших мировоззрение среднего класса, обывателя и мещанина.



КОФЕХАУЗ – ЭТО АВСТРИЙСКАЯ МАНТРА, МЕДИТАЦИЯ, РЕЛАКСАЦИЯ, ДУШЕВНЫЙ ФИТНЕС-КЛУБ И АПТЕКА ДЛЯ ДУШИ В ОДНОМ ФЛАКОНЕ

Jörg Peter / Pixabay

покою»⁸ (пер. автора). То есть речь в данном случае может идти об «эмоциональном состоянии душевного и физического комфорта»⁹ (пер. автора).

Все, что находится вне зоны этого комфорта, вернее, требует «активного проявления своих волевых качеств», немедленно попадает в категорию «стресса», от которого пытаются как можно быстрее избавиться. Стресс – это и косой взгляд шефа, и неоплаченный штраф за парковку, и насморк, и зависший компьютер, и забытый код доступа, и невозможность в определенный срок закончить работу и т. д.

Стресс презирают. Его гонят. Им пугают. Его боятся. По своей силе этот страх сравним со страхом немцев перед законом и порядком. Стресс в Австрии – это больше, чем стресс. Это почти табуизированное понятие. Любая форма его проявления воспринимается жителями страны «гор, рек, пашен и соборов»¹⁰ как посягательство на их личные интересы, на собственный ритм жизни, на свое аутентичное видение мира и на право на зону комфорта.

Ради этого комфорта австриец готов пожертвовать и удачной карьерой, и высокой зарплатой, и шикарной машиной. Он ему жизненно необходим, чтобы противостоять страху, синдрому белки в колесе, режиму хронической усталости, алгоритму шестеренки в механизме, сломанному бойлеру, поломанной психике,

безжалостным законам умирающего капитализма и прочему мировому злу. Без него он просто перестает быть австрийцем и может запросто превратиться в кафкианского жука или немецкого «хектикера»¹¹, суетливого непоседу, сына графика, внука минутной стрелки, раба органайзера и слуги «орднунга». А тут уже ни о каком понимании жизни и речи быть не может. Перефразируя Бернара Вербера, можно сказать, что долг австрийца состоит в том, чтобы растить в себе удовольствия¹². И он делает это с завидной настойчивостью и постоянством. Неслучайно за австрийцами в европейской культуре закрепилось еще одно определение: *LEBENSGENIESSE*¹³, то есть люди, умеющие по-настоящему наслаждаться жизнью. Со вкусом. Стилем. И спокойствием.

Наиболее отчетливо стремление к удовлетворению фактора удовольствия проявляется в австрийских заведениях, таких как байзль (BEISL), хойрингер (HEURIGER) или кофехауз (KAFFEEHAUS). Там проводят время, не глядя на часы, не думая о работе, не опасаясь строгого взгляда кельнера,

которому и в голову не придет выдворять засидевшихся постоянных гостей. Это не амстердамский фуд-трак, не американский BURGER KING, это Австрия. Заведения здесь являются вещью в себе, отдельной галактикой. В их стенах забываются все проблемы, которые невольно могут воскресить давно похороненный образ стресса.

Особо показательным с точки зрения австрийской ментальности является посещение **кофейных домов** (кофехаузов). Эта традиция досталась австрийцам в наследство от турок, оккупировавших Вену в конце XVII века. Покидая страну, подданные Османской империи оставили огромное количество мешков с удивительным продуктом, который пришелся по вкусу жителям Дуная. Вместе с кофе, словно в нагрузку, был перенят обычай неспешно, с восточной размеженностью и неторопливостью проводить время в специальных заведениях за чашечкой ароматного напитка. В XVIII и XIX веках это начинание приобрело несколько элитарный характер. Кофейные дома в то время стали служить пристанищем литераторов и музыкантов, являясь своего рода культурными клубами по интересам. В дальнейшем эти заведения стали более демократичными, и в настоящее время традиция посещения кофехаузов – эталон общеавстрийского проведения свободного времени. Местные используют кофейные дома как место встреч, общения, покоя. Неограниченное по времени посещение кофейни, ненавязчивый сервис, подшивки бесплатных газет и журналов, многочисленные настольные игры, нежная выпечка и очень качественный кофе создают атмосферу семейственности, не обремененной тревогами этого мира. Эти дома – словно острова душевного равновесия в океане угрюмого индустриального мира. Посетитель кофехаузов по большому счету мало чем отличается от посетителя русской бани. Регалии остаются в предбанни-

⁸ «Гемütlich ist darum alles Verhalten, bei dem der Mensch die Anspannung des Willens und tätigen Handelns aufgeben und sich einer entspannenden Ruhe überlassen kann» In: - Bollnow O.-F. Mensch und Raum. Kohlhammer, Stuttgart, 1963, 7. Auflage, 1994. S. 168.

⁹ «Гемütlichkeit ist ein emotionaler Zustand des Wohlbefindens und der Behaglichkeit» In: - Schmidt-Laufer B. Gemütlichkeit. Eine kulturwissenschaftliche Annäherung. Frankfurt a. M.: Campus Verlag, 2003. S. 143.

¹⁰ Так австрийцы именуют себя в национальном гимне «Land der Berge, Land am Strome, Land der Acker, Land der Dome».

¹¹ Hektiiker – беспокойный человек (нем.). Один из немецких концептов.

¹² Б. Вербер. Энциклопедия Относительного и Абсолютного знания. М., 2010, с. 45.

¹³ Происходит от лексемы Genuss (нем. усада, наслаждение, удовольствие, отрада).

ке, вернее, перед входом в кафе. Кофехауз – это австрийская мантра, медитация, релаксация, душевный фитнес-клуб и аптека для души в одном флаконе. Все это так или иначе нашло свое отражение в народном фольклоре. Согласно одной из поговорок, «плох тот человек, который забыл о себе. Но еще хуже тот, кто за неделю не удосужился зайти в кофехауз».

Другим популярным местом сбора австрийцев для ощущения ими полноты жизни является особый тип заведений, получивший название «хойригер». В данном случае имеются в виду винные кабачки, расположенные главным образом в Вене и ее окрестностях, где местные жители могут забыться, наслаждаясь вкусом вин урожая этого года. Их популярности способствуют низкие цены. Хозяева хойригеров как частные виноделы освобождены от налога и могут демпинговать государственные цены на вино¹⁴.

Если не удается отыскать открытый хойригер¹⁵, любой австриец, уважающий себя и свои удовольствия, может воспользоваться услугами байзля. Под байзлем (происходит от BEIDL – идиш. «дом») понимается особый, главным образом венский, тип заведений, в котором правит традиция австрийского неторопливого общения. Здесь много выпивают, еще больше спорят и иногда закусывают. Меню без претензий и разнообразия. Две три местных блюда с кулинарной ставкой на колбаски и кислую капусту, до которых, впрочем, дело доходит очень редко, десяток сортов недорогого пива и столько же разновидностей молодого вина.

Обязательные атрибуты хойригера и байзля – общение и выпивка. Время, проведенное в них, тоже имеет свою удивительную особенность. Мало того, что оно постоянно выходит из подчи-



ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕНОЕ В ХОЙРИГЕРЕ ИЛИ БАЙЗЛЕ, ПОСТОЯННО ВЫХОДИТ ИЗ ПОДЧИНЕНИЯ МИНУТНОЙ СТРЕЛКЕ И СТАРАЕТСЯ ДО НЕУЗНАВАЕМОСТИ ИСКАЗИТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ПРОСТРАНСТВЕ

Otto Domes / Wikimedia

нения минутной стрелке (как в случае с кофехаузами), оно еще и старается до неизнаваемости исказить представление о пространстве: выбираясь из винных кабачков, люди крепко держатся за стены, чтобы не позволить полу вплотную приблизиться к их лицам.

Кроме подобных заведений, оказаться в зоне удовольствий австрийцам помогают клубы по интересам. Огромной популярностью пользуются общества посещения термальных и минеральных вод, всевозможных велнесов, горных тропинок, альпийских лугов, национальных кухонь. Так, в Вене регулярно проводят-

ся экскурсии по различным кулинарным достопримечательностям мира в рамках городского ландшафта общественного питания. Есть также клубы почитателей классической музыки (с огромными скидками на концертные билеты), пения, сауны, пива¹⁶ и даже общество любителей кактусов. В общем, австрийцы знают, как избавиться от колючек стресса и насладиться каждым мгновением такой быстро проходящей жизни.

Продолжение в след. номере.

Вячеслав Нургалиев

УСЛУГИ И КОНСУЛЬТАЦИИ РИЕЛТОРА

**КУПЛЯ-ПРОДАЖА И АРЕНДА НЕДВИЖИМОСТИ
НЕДВИЖИМОСТЬ В АВСТРИИ КЛАССА ЛЮКС**

Бесплатная оценка недвижимости на продажу!

Риелтор с действующей лицензией и суд.-серт.
переводчик рус. яз. маг. Ина Бодоссова

+43 (0) 664 277 57 42

www.a-class.at



¹⁴ «Право продажи вина собственного производства на розлив без специальной лицензии восходит в Австрии к циркуляру, подписанному в 1784 году императором Иосифом II. Сама же идея, судя по всему, возникла еще во времена правления Карла Великого. В наши дни каждая упомянутая выше федеральная земля имеет свой собственный закон о хойригерах». www.wikipedia.org

¹⁵ Хойригеры открываются, как правило, на две-три недели каждый квартал в разных местах. В общинах вывешивается календарь работы заведений виноделов на целый год.

¹⁶ <http://www.worldbeer.org/interviews/255-interview-with-brewer-axel-kiesbye.html>

S-TEAM
Development GmbH:

Ремонт любой сложности и на любой бюджет: от косметического до капитального!

Комплексные строительные решения «под ключ»

Tel.: +43 664 755 00 585 • E-mail: info@s-team.co.at
Web: www.s-team.co.at

Студия интерьерного дизайна в Австрии
www.anastasia-interior.com

**Недвижимость в Европе
от застройщиков:**

**современные
виллы, квартиры,
отели в Испании,
Черногории,
Германии**

+43 0 677 619 477 86

E-mail: korsunhelen@gmail.com, Елена Корсун