

М. М. Гавриш,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ КОМПОНЕНТ ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ СЕМАНТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НІМЕЦЬКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ)

На прикладах німецькомовних фразеологізмів, джерелом походження яких є молодіжний сленг, в статті обґрунтовується точка зору щодо приналежності культурологічного компоненту до фразеологічної семантики.

Ключові слова: фразеологічна семантика, фразеологічний образ, конотація, культурологічна інформація, культурно марковані фразеологічні компоненти, молодіжний сленг, функції мови.

На примерах немецкоязычных фразеологизмов, источником происхождения которых является молодежный сленг, в статье обосновывается точка зрения о принадлежности культурологического компонента к фразеологической семантике.

Ключевые слова: фразеологическая семантика, фразеологический образ, коннотация, культурологическая информация, культурно маркированные фразеологические компоненты, молодежный сленг, функции языка.

Using the example of phraseologisms in the German youth language, this article establishes a position on the affiliation of the culturological component to phraseological semantics.

Key words: phraseological semantics, phraseological pattern, connotation, culturological information, culturally marked phraseological components, youth language, functions of language.

Усе, що людство пізнало і до чого прагне зараз, в тому числі і його хибні, помилкові уявлення, фантазії, отримало й отримувє свою назву, свою мовну фіксацію (номінативна функція мови) і так існує в суспільній людській свідомості, передаючись наступним поколінням. Але кожен народ має й розвиває свою власну мову, яка відображає світ через призму саме його знань і досвіду, його ментальності і культурних звичаїв, і тому аналогічні предмети, явища чи процеси мають в різних мовах неоднакове мовне позначення, тобто різняться за способами номінації. Отже, мова – як мислетворчий засіб – відображає специфічні особливості сприйняття й розуміння навколишньої дійсності певним національним колективом, є репрезентантом його самобутності.

Саме усвідомлюючи цю універсальну властивість кожної мови бути неповторним відбиттям, неповторною картиною світу, сучасне мовознавство й прагне ідентифікувати та пояснити ті мовні елементи, які є носіями інформації щодо своєрідності пізнавально-оцінної діяльності певного етносу, з тим, щоб таким чином глибше проникнути в історичний розвиток тієї чи іншої нації, краще зрозуміти її уявлення про матеріальні і духовні цінності, засади її культурних традицій і звичаїв. Це завдання щодо розкриття соціокультурної специфіки мовних явищ отримало особливу актуальність і значущість в нинішню постіндустріальну епоху, яку визначають процеси широкої міжнародної співпраці та спричинена ними інтенсивна міжкультурна комунікація у всіх сферах міжлюдських контактів.

Найбагатшим «лінгвістичним спадком», що відбиває специфічні культурно-ментальні риси нації, є фразеологічний склад її мови, адже головним чинником утворення й вживання фразеологічних одиниць (ФО) є не номінативна необхідність, а прагнення мовців надати своїм висловлюванням незвичайного, як правило, експресивно-оцінного, комунікативного ефекту. Фразеологічні образи (тобто відбитки дійсності, які відповідають прямому (головному) значенню фразеологічних компонентів), що лежать в основі фразеологізмів, та механізми їх переосмислення дозволяють відстежувати культурно обумовлене ставлення представників певної нації до історичних подій і сучасних явищ, культурно спричинені асоціативні взаємозв'язки, обумовлену традиційними національними цінностями мовленнєву поведінку тощо.

Отже, враховуючи націленість сучасних лінгвістичних досліджень на задоволення потреб міжкультурного спілкування та відштовхуючись від обґрунтованої думки про те, що фразеологія – це душа мови, невичерпне джерело національно-культурної інформації про носіїв мови, пропонується стаття ставить за мету розкрити складові семантики німецькомовних фразеологізмів, насамперед з власними іменами як компонентами, та висвітлити на цій основі культурологічний компонент фразеологічного значення. Іншими словами, йдеться про відповідь на запитання, який же фоновий – національно-культурно-історичний – зміст несуть в собі певні німецькомовні ФО і яким чином ці знання можуть знайти належне застосування у спілкуванні з носіями німецької мови.

Матеріал для аналізу складала суцільна вибірка автора з двох новітніх словників мови молоді Німеччини, Австрії та Швейцарії [5; 8]. Звернення до молодіжного сленгу пояснюється тим, що, не дивлячись на «прив'язаність» лише до обмеженої кількості носіїв мови, він займає в мовному просторі свою помітну нішу, є його повноцінним елементом [1] та матеріалізує смаки і уподобання сучасного молодого покоління, яке незабаром стане активним учасником суспільного розвитку. Перспективність вивчення некодифікованої фразеології полягає ще й в тому, що вона відображає тенденції живого усного мовлення, яке найбільшою мірою піддається змінам та розкриває соціально-культурний контекст, відповідно до якого необхідно сприймати та розуміти ФО. Тому вивчення специфічних рис мовленнєвої поведінки молодих людей також не залишається поза увагою мовознавців. Але з іншого боку, нами не були встановлені наукові розвідки щодо соціокультурного аспекту ФО з молодіжного німецькомовного сленгу останніх *n'яти* років, що і призвело до названого вище об'єкту дослідження та визначає його наукову новизну.

Вже протягом десятиліть загальноновизнаним вважається той факт, що фразеологічна семантика є результатом взаємодії певних елементарних ознак – сем, які утворюють ієрархічну систему. В ядрі цієї системи

знаходяться денотативно-сигніфікативні семи – предметно-поняттєва частина значення, яке доповнюється, розширяється й поглиблюється конотативними семами. Тривалий час фразеологічна конотація як асоціативно-образне тло фразеологізму трактувалася як його експресивне, оцінне та функціонально-стилістичне забарвлення.

Однак, започатковані в кінці ХХ-го століття студії, які орієнтуються на вивчення та ідентифікацію культурного фактора в мові та інтенсивність яких постійно зростає, переконливо доводять, що конотація – це більш широке явище, оскільки невід’ємною складовою конотації певної частини фразеологізмів є культурно-національний компонент, який зазвичай імпліцитно об’єктивує певні аспекти менталітету етносу [зокрема, 2; 3; 4]. Саме підтвердженню цього висновку, а, отже, висвітленню і поясненню «культурологічного нашарування» в значенні деяких німецькомовних ФО, джерелом походження яких є молодіжне середовище та які містять культурно марковані компоненти, й присвячена наступна частина статті.

На виключно німецькомовне походження, приміром, фразеологізму *Brockhaus sein* [8, с. 24] вказує його змістовно визначальний компонент *Brockhaus*, який в прямому (лексичному) значенні вживається для позначення відомої багатотомної енциклопедії німецькою мовою, створення якої було започатковано ще в кінці ХVIII-го століття, а останнє, 21-ше, видання в 30-ти томах вийшло з друку в 2005-2006 роках. Для пересічного носія німецької мови слово *Brockhaus* асоціюється з величезним масивом найрізноманітнішої інформації (близько 300 000 заголовних слів), тому логічно, що результатом метафоричного переосмислення словосполучення *Brockhaus sein* стало значення ‘бути всезнаючим’. Цією ФО німецькомовна молодь імпліцитно засвідчила свою повагу до унікального національного джерела корисних та пізнавальних даних і висловлює своє схвальне ставлення до однолітків чи й представників інших поколінь, які мають широкий кругозір і володіють енциклопедичними знаннями.

Аналогічну структуру має й фразеологізм *PONS sein* [8, с. 95], головний компонент якого *PONS* є власною назвою – це відоме німецьке видавництво, що вже більше 30 років розробляє дво- та багатомовні словники та навчальні матеріали з іноземних мов. (Один з словників молодіжного німецькомовного сленгу [8] є також продуктом його багатоаспектної освітньої діяльності.) Однак, у цьому випадку асоціативне співвіднесення слова *PONS* з великим накопиченим масивом знань та його семантична трансформація призвели до значення ‘везнайко, розумник’ з відчутним іронічно-зневажливим відтінком. Важко припустити, що німецькомовна молодь не визнає чи нехтує напрацюваннями видавництва *PONS*, адже воно одне з не багатьох, яке ще й фіксує у письмовій формі та популяризує специфіку її мовлення, але прагнення до порушення стандартів, до створення особливих комунікативних ефектів, яке, очевидно, мало тут місце, призвело до закріплення за ФО *PONS sein* семантики з негативним оцінним забарвленням.

Подібного негативного переосмислення в складі фразеологічних зворотів зазнали і деякі німецькі імена. Зрозумілим і логічним уявляється той факт, що ФО *Helga Hüftspeck* [8, с. 58] – через те, що її компонент *Hüftspeck* в прямому вживанні позначає жировий прошарок на стегні – об’єктивує семантику ‘товста жінка’. Відповіді потребує, однак, запитання щодо причин використання саме імені *Helga* як фразеологічного компоненту.

Етимологічне значення імені *Helga* – хоча це й не усвідомлюється пересічними носіями німецької мови – є позитивним, адже його походження пов’язують із шведськими словами, що означають ‘здоровий’ або ‘святий’. Однак, згідно з даними електронного ресурсу *Vorname.com*, це ім’я вже давно втратило популярність на німецькомовних територіях, хоча, з іншого боку, у більшості мовців воно викликає лише позитивні емоції: відоме, милозвучне, симпатичне, атрактивне, дружелюбне й веселе ім’я [7]. Можна припустити, що асоціативне співвіднесення імені *Helga* з дотепною та безжурною жінкою зумовлене й героїнею популярної серії коміксів «*Nägar der Schreckliche*». На масових заходах, і особливо на концертах під відкритим небом, традиційним є і так званий «клич *Helga*» (нім. : *Helga-Ruf*), щодо походження та функції якого існують численні версії, але який безсумнівно сприяє веселій, гучній атмосфері свята та нагадує носіям німецької мови (насамперед, молодшого віку) ім’я *Helga*. Думається, що згадані фактори й спричинили виникнення ФО *Helga Hüftspeck*, семантика якої має іронічне, але не образливе забарвлення.

Потребує подальших розвідок і вживання чоловічого імені *Günther* у складі фразеологізму *Günther haben* [8, с. 54] із значенням ‘мати неприємний запах з рота’. Це ім’я, відоме ще з часів древньовірхонімецької мови і утворене з двох слів, що означають ‘боротьба’ та ‘військо’, почало втрачати свою поширеність в середині ХХ-го століття і сьогодні розцінюється значною частиною носіїв німецької мови як добре відоме, але звичайне і старе, немилозвучне і неатрактивне [6]. Можливо, саме таке сприйняття, саме така інтерпретація імені *Günther* і обумовили утворення зазначеної вище ФО, хоча для переконливого доведення цього припущення потрібні додаткові опитування інформантів.

Не викликає сумнівів німецькомовна культурологічна «прив’язка» сталого виразу *Kasper in der Schublade haben* [8, с. 66], яскравий фразеологічний образ якого реалізує асоціативно зрозуміле значення ‘бути вагітною’. В німецькомовному просторі Каспер – це відомий з кінця ХVIII-го століття, улюблений і комічний герой лялькових вистав. Тому ФО *Kasper in der Schublade haben*, посилаючись на багатотомову культурну традицію носіїв німецької мови та засвідчуючи популярність цієї лялькової фігури і серед сучасної молоді, об’єктивує позитивну, з легким відтінком гумору конотативну семантику.

Цікавою в контексті пропонованого дослідження уявляється і ФО *Slow Meier* [5, с. 137], яка за походженням компонентів є англійсько-німецьким виразом і включає англійський прикметник *slow* та одне з найпоширеніших прізвищ на німецькомовних теренах *Meier*. З великою долею ймовірності можна припустити, що на виникнення цього фразеологізму вплинула етимологічна історія слова *Meier*, яке спочатку позначало керуючого землями великого землевласника, потім орендаря земель, а ще пізніше самостійного селянина (ці значення частково збереглися і до сьогоднішніх днів), тобто людей яким щоденно приходилось багато працю-

вати. Тому як складова ФО Meier співвідноситься з старанним і наполегливим учнем, який, однак, у повсякденних буднях ні до чого не здатен – ця характеристика передається англомовним означенням slow. Таким чином, фразеологізм *Slow Meier*, передаючи семантику ‘*краций в школі, але незграбний в реальному житті*’, одночасно вказує й на неоднозначне сприйняття молодими носіями німецької мови зайнятості в аграрному секторі: з одного боку, важка праця, яка знаходить повагу й розуміння, а з іншого, певна безперспективність.

Gut durch den TÜV kommen [5, с. 152] – це також приклад ФО, яка відображає німецькі реалії, адже аббревіатура TÜV відома переважній більшості німецькомовного населення (насамперед, у ФРН) і в розмовній мові означає обов’язковий техогляд транспортних засобів. Технічні показники автомобілів, які отримують наклейку TÜV, відповідають сучасним європейським стандартам, а якщо ж особа – як у фразеологічному образі – «проходить» цю процедуру, то вона, за логікою творців фразеологізму, виглядає просто фантастично. Отже, значення ‘*мати чудовий зовнішній вигляд*’ асоціативно пов’язується з позитивною оцінкою фахівців, які здійснюють техогляд транспорту, та з об’єктивністю результатів їх роботи.

Таким чином, конотація певної частини ФО характеризується наявністю *культурологічного* сегменту, який можуть привносити культурно марковані фразеологічні компоненти, які, в свою чергу, можуть відображати найрізноманітніші національні реалії та по-різному переосмислюватись в складі фразеологічного образу. Ця семантична трансформація дозволяє краще зрозуміти культурні цінності, уподобання, погляди, традиції носіїв певної мови, а самі фразеологізми отримують додаткове емоційно-оцінне забарвлення.

Література:

1. Василенко Ю. Молодіжний сленг / Ю. Василенко. – Львів. – Режим доступу : http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/Internet/PART-6_11.htm.
2. Савчук К. Ю. Лінгвокультурологічний аспект фразеології / К. Ю. Савчук. – Чернівці. – Режим доступу : http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/filolog_mov/2010_9/R6/Savchuk.pdf.
3. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: Навч. посібник / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – К. : Знання, 2007. – 494 с.
4. Фірсова Ю. А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові: лінгвокультурологічний аспект. Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Ю. А. Фірсова. – К. : Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2002. – 19 с.
5. Jugendsprache unplugged 2013: Deutsch – Englisch – Spanisch – Französisch. – Berlin und München : Langenscheidt KG, 2013. – 168 s.
6. Onomastik: Електронний ресурс. – Режим доступу : http://www.onomastik.com/Vornamen-Lexikon/name_111_G%FCnther.html.
7. Vorname.com: Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.vorname.com>.
8. Wörterbuch der Jugendsprache. – Stuttgart : PONS GmbH, 2011. – 138 s.