

УДК 811.112.2'373

Марковська А.В., Миколаївський державний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

Марковська Антоніна Вячеславівна – викладач німецької та англійської мови кафедри іноземних мов Миколаївського державного аграрного університету, здобувачка кафедри ТПП і німецької філології Миколаївського державного гуманітарного університету ім. Петра Могили. Досліджує фразеологізми у сучасній німецькій пресі

Національні та інтернаціональні фразеологізми у сучасній німецькій пресі

Стаття присвячена проблемам дослідження національних та інтернаціональних фразеологізмів у пресі. У статті розглядаються етнокультурний компонент семантики фразеологічних одиниць та інтернаціональний контекст фразеологічних одиниць політичної спрямованості в сучасній німецькій пресі. Висвітлено питання виникнення сучасних фразеологічних інновацій у пресі.

The article is devoted to the problems of national and international pphraseology in the modern German press. The article deals with questions of ethnocultural component of semantic pphraseologismen and international context of political pphraseology in the modern German press.

Широко відомо, що у фразеології мови преси зберігається система цінностей, суспільна мораль, ставлення до світу, до людей, до інших народів. Фразеологізми, прислів'я, приказки і т. ін. найбільш наочно демонструють спосіб життя, географічне положення, історію народу, традиції тієї чи іншої спільноти, яка об'єднана однією культурою [2, с. 88]. Як відмічають Е.М. Верещагін та В.Г. Костомаров, національно-культурна семантика мови – продукт історії: чим багатіша історія народу, тим яскравіші та змістовніші одиниці мови [4, с. 89].

У різних соціолектах фразеологізми використовуються неоднаково: так, у стилі преси вони занадто активні, бо є найбільш жвавою сферою мовлення. М. Скод-Сьодерсвед [17] доводить, що в передових статтях на 100 слів зустрічається 1 фразеологізм. Проте, за іншими спостереженнями, частотність фразеологізмів дещо вища. Тому дослідження національних та інтернаціональних фразеологізмів у стилі преси не є випадковим, бо за своєю природою фразеологізми входять в систему мови як лінгвістичні одиниці з чітко вираженою функцією збагачення процесу комунікації в експресивно-емоційному плані. Л. Реріх вважає, що фразеологізми роблять комунікативний процес динамічним, емоційним, природним, однозначним, і вони цілком свідомо служать для широкої публіки: газети, реклами,

політичної пропаганди [16, с. 352].

Як стверджує Г.Я. Солганик, для преси характерний потяг до створення фонду специфічних фразеологічних засобів [10, с. 68].

Т.І. Черданцева [14] зазначає, що завдяки фразеології, особливо ідіоматиці, можливо проникнути у далеке минуле не лише мови, а також історії та культури її носіїв.

Фразеологізми як динамічна частина мовної системи є знаками вторинної номінації. Як зазначає В.М. Телія, “фразеологізми – це мовні знаки вторинної номінації, характерною ознакою яких є образно-ситуативна вмотивованість, що пов'язана зі світоглядом народу як носія мови; вони виступають ядром культурної конотації, її основним нервом, котрий є образною основою” [12, с. 38].

З приводу цього О.С. Кубрякова пише: „самі фразеологізми, що усвідомлюються як культурно значні топічні зразки властивостей, подій, фактів, не є знаками культури як такими, не утворюють її власних таксонів, але спроможні, якщо вони втілюють у своєму образному змісті культурно значні риси світобачення, виконувати роль культурних знаків за умови їх інтерпретації в тому чи іншому коді культури” [6, с. 247].

Звісно, що культура народу, мова і мислення тісно взаємопов'язані. Фразеологічні одиниці (ФО) преси відтворюють культурний досвід

народу, виконуючи роль культурних стереотипів, тобто їм властива культурологічна функція. В.М. Телія [12] висуває положення, згідно з яким фразеологізми є мікротекстами, в номінативній основі котрих концентруються різні типи інформації – денотативної, емотивної, граматичної, стилістично-маркованої, мотиваційної, оцінної та культурологічної. Спираючись на вказане положення, ми вважаємо, що семантична структура фразеологізмів преси німецької мови складається з таких інформаційних блоків (макрокомпонентів), як денотативний, емотивно-оцінний, граматичний, функціонально-стилістичний, мотиваційний та когнітивний.

На справедливу думку Ю.А. Фірсової, денотативний, граматичний, функціонально-стилістичний блоки є обов'язковими елементами семантичної структури фразеологізмів, у той час як інші блоки мають факультативний характер [13, с. 5]. Культурно-значуща інформація про світ зберігається у фразеологізмах преси німецької мови у денотативному блоці або у культурологічному, тобто у культурних конотаціях, які відбивають зв'язок асоціативно-образної основи з еталонами, символами, стереотипами культури.

Фразеологічний фонд мови взагалі, як і стилі преси зокрема, зазнає впливу, як ми вже відмічали, національної культури, субкультури, культури інших народів.

З погляду відображення соціокультурних знань в образній основі фразеологізмів німецької преси можна виділити такі дві групи: національні фразеологізми (наприклад, фразеологізм *ein Schlaraffenleben führen* [16, с. 1360] означає “жити як у Шларафії; а як сир у маслі качатися”) та інтернаціональні (міжкультурні) фразеологізми (наприклад, фразеологічний вираз *den gordischen Knoten lösen* [18, с. 421] означає “розв'язати складну справу швидко і несподіваним чином (розрубати гордіїв вузол)).

Переважає більшість загальнонаціональних фразеологізмів у сучасній німецькій пресі утворилась безпосередньо на національному ґрунті й відображає найрізноманітніші сторони німецького побуту, звичаїв, традицій, вірувань, професійної діяльності, розвиток військової справи, мореплавства, науки, мистецтва, спорту. Окрім власної культури, на становлення фразеологічного фонду впливали культури інших народів, з якими контактували німці. Фразеологічними запозиченнями вважають ті ФО преси, що були запозичені з інших мов у будь-якій формі. Способами фразеологічного запозичення є пряме запозичення (запозичення в іншомовній формі), калькування, напівкалькування.

Фразеологічні кальки – це ФО, утворені в

результаті послівного перекладу іншомовного фразеологізму.

Фразеологічні напівкальки – це ФО, утворені шляхом напівперекладу, напівзапозичення в іншомовній формі [9, с. 33].

Серед фразеологізмів преси є фразеологічні збіги, що збігаються за лексичним складом, функціонально-стилістичним забарвленням, інколи й за граматичною структурою, мають однакову семантику, але вони не є запозиченнями, а утворилися в кожній мові окремо, незалежно один від одного, на основі схожості культурних традицій, уявлень, логічного та образного мислення.

Надзвичайно важливим джерелом запозичення ФО преси є Біблія. Крім Біблії, джерелом запозичення ФО преси стали міфи, казки, різні сфери життя та діяльності інших народів. Ці ФО у пресі використовуються у формі кальок, напівкальок та в іншомовній формі.

Сукупність відомостей, які складають мовний зміст категорій буття, дозволяє говорити про колективну культурну ідентичність етносу. Особливу роль у цій трансляції культурно-національної самосвідомості народу та його ідентифікації відіграє фразеологічний склад преси, бо фразеологізми виникають на основі образного уявлення про дійсність, яке відображає побутово-емпіричний, історичний та духовний досвід мовного колективу [12, с. 136].

Отже, фразеологізми преси як знаки культури складають низку з іншими експонентами та входять до аксіологічної системи культурних концептів, які репрезентують ціннісну картину світу.

На думку Н.В. Любчук [9, с. 31], етнокультурний компонент семантики фразеологічних одиниць, які використовуються у газетних текстах, може виявлятися на трьох різних рівнях плану змісту фразеологізмів:

1. У значенні окремих лексичних компонентів фразеологізму.

Напр.: *jeden Groschen umdrehen* – берегти кожен копійку – бути дуже економним.

2. У сукупному фразеологічному значенні сталого словосполучення.

Напр.: *der blaue Brief* – лист неприємного змісту:

1) офіційне повідомлення про звільнення;

2) лист батькам зі школи про погану успішність та поведінку учня.

3. У прямому значенні сукупного словесного комплексу, в якому відображається соціально-культурна ситуація, що лежить в основі образно-переносного значення фразеологізму. Такі ФО раніше вживалися як вільні словосполучення з

прямим значенням і розповідають тепер про народні звичаї, традиції і т. ін. Наприклад: *j-m den Korb geben* – піднести гарбуза кому-н. – відмовити кому-н. (при сватанні).

Дослідженням народноетимологічного переосмислення ФО у німецькій мові займалась С.М. Солдатова [11]. У генетичному аспекті народноетимологічні ФО (НЕМП ФО) сучасної німецької мови поділяються на дві групи: власне німецькі та запозиченні. НЕМП ФО, які увійшли до фразеологічного складу німецької мови, зв'язані з повсякденним життям, повір'ями, звичаями людей, відображають суспільно-економічне, виробниче та культурне життя.

Основними джерелами запозичених НЕМП ФО визнають: латинську, французьку, англійську, іспанську мови. Дослідниця вважає функціонально-семантичною особливістю запозичених НЕМП ФО те, що вони слугують у текстах додатковими експресивно-номінативними засобами. Експресія у фразеологічних запозиченнях досягається головним чином за рахунок новизни, незвичайності звучання при перейменуванні понять. Експресія цих ФО доводить очевидність їх широкого функціонування у стилі преси. Головною умовою народноетимологічного переосмислення ФО є осмислення, мотивація нових мовних одиниць шляхом асоціацій зі вже відомими одиницями мови. Така мотивація спрямована на пошуки внутрішньої форми та видається логічною та закономірною з боку носіїв мови [11, с. 14]. Таким чином, процес народноетимологічного переосмислення ФО приводить до утворення нових ФО, які виникли: по-перше, внаслідок викривлення значення складових частин змінного словосполучення; по-друге, внаслідок неправильного осмислення локальних та застарілих зворотів при переході їх у національну німецьку мову [11, с. 15].

На особливу увагу також у текстах преси заслуговує міжкультурний контекст, у якому зустрічаються міжкультурні або інтернаціональні фразеологізми. Як зазначає Т.Г. Добро-склонська, у текстах масової інформації культурна специфічність проявляється як на медійному, так і на мовному рівнях: в організації інформаційного простору, у форматуванні медіатекстів, у лінгвістичних засобах вираження тощо [5, с. 103]. Таким чином, під час передання емоційно-оціночних (аксіологічних) аспектів у мові преси часто виявляється недостатність системи виражальних засобів книжного мовлення і виникає необхідність вживання фразеологічних одиниць із емоційно-експресивними елементами живого мовлення.

Завдяки своїй влучності та оригінальності національні та інтернаціональні фразеологізми

сприяють реалізації одного з центральних завдань преси – безпосереднього впливу на читача. Фразеологічні одиниці мають велике значення для текстів преси, де, як зазначає А.В. Швець, мовна експресія безпосередньо сусидить із мовним стандартом, і в якому „діалектично співіснують організуючо-впливова функція переконання та інформаційно-змістова функція повідомлення“ [73, с. 26]. Експресивність та стислість формулювань, яких вдається досягти за допомогою модифікування фразеологізмів, особливо важливі в короткому тексті, яким є газетна стаття.

М.П. Брандес вважає, що стиль преси надзвичайно багатий на різномірну фразеологію, вибір якої залежить від тих конкретних завдань, які ставляться до тексту (тобто від його жанру, позамовного матеріалу, ступеня вияву авторського “Я” тощо) [3, с. 279].

Стиль преси завжди характеризувався політичною спрямованістю змісту, особливо газетних текстів, та наявністю у пресі ФО політичної спрямованості. Політична лексика була актуальною з давніх-давен і такою ж залишається і в нашу добу, адже, за словами Отто фон Бісмарка, “політика – це мистецтво можливого”. Політична практика, а також інтеграційні процеси, які відбуваються у цій сфері людської діяльності, зумовлюють активний процес запозичення ФО політичної спрямованості з інших мов.

Тому, з боку етимології, склад ФО політичної спрямованості німецької мови характеризується наявністю значної кількості прямих запозичень (*persona non grata (lat.)*, *No pasaran! (sp.)* та ін.) та особливо у формі кальок (*Menschen guten Willens (lat.)*, *der runde Tisch (eng.)*, *der kalte Krieg (eng.)* та ін.). Вони належать до різних періодів історії, починаючи з античних часів, та продовжуючи сьогоденням. Їх розподіляють на прями запозичення та кальки. Інтенсивний процес запозичення, а також незалежний розвиток у німецькій та в інших мовах запозичень однакових або близьких за структурно-семантичним відношенням політичних ФО (ПФО) обумовлюють інтернаціональність їх семантики [7, с. 16]. Серед них виділяються:

1. Інтернаціональні ПФО з повною фонографічною схожістю, запозичені з інших мов у некалькованій формі (*casus belli*, *Hannibal ad ante portas!* та ін.);

2. Інтернаціональні ПФО з частковою фонографічною схожістю: ПФО, які представляють власну назву (*Drakonische Gesetze – drakonian laws (engl)* – драконівські закони (укр.) та ін.) та напівкальки (*das Ultimatum stellen* та ін.);

3. Інтернаціональні ПФО з нульовою

фонографічною схожістю, які виникли як шляхом калькування, так і шляхом розвитку похідних фразеологічних утворень у різних мовах та які складають основну частину інтернаціоналізмів у складі політичної фразеології (*bewaffnete Friede, Politik des Abwartens* та ін.).

Отже, за ступенем структурно-семантичної тотожності ПФО розподіляють на: а) повні інтернаціональні ПФО, які мають максимальну схожість семантики і структури (*Teile und herschel, auf höchste Ebene* та ін.),

б) неповні інтернаціональні ПФО, які мають окремі лексичні та семантичні розбіжності (*der Krieg auf Leben und Tod* та ін.).

За умов висвітлення сучасних подій сьогодення утворюється та вживаються все більше фразеологічних інновацій (ФІ) у пресі.

Вживання фразеологічних інновацій у політичному контексті преси можна пояснити таким чином:

- виникає потреба прихованого зображення певних обставин (евфемізація);
- немає змоги назвати те чи інше положення речей, обставини.

Політична ситуація в семантичному плані може бути найчастіше зображена за такою шкалою:

- негативно: *die schwarzen Jahre, Sündenbock der Nation, die schwarzen Kassen*;
- політично нейтрально: *politische Debatten servieren, Herausforderungen der Zukunft, die Kultur der Selbständigkeit*;
- позитивно: *Optimismus verbreiten, Kunst der Kompromisse*.

Результати дослідження К.Я. Лепи [7] свідчать про те, що для політичної лірики є значною образом, яскрава фразеологія та порівняно мало безобразних, клішеподібних ФО, тоді як для газетно-політичної преси саме ці ФО представляють характерне мовне явище.

Художньо ж оформлена політична преса займає ніби середнє положення між названими жанрами, поєднує в собі риси одного та другого. Суттєво якісна сторона функціонування ФО – у передачі раціонально-логічного змісту та у забезпеченні формально-змістовної цілісності текстів. З цього боку виокремлюється повністю політична фразеологія, тобто спеціалізована для позначення політичних та ідеологічних подій, явищ, дій: *kein Dach über Kopf haben, Land der unbegrenzten Möglichkeiten* та інші. Сюди ж відносять політичні лозунги: *Friede den Hütten; Deutschland, erwache* та ін.; різного роду назви, термінологічні з'єднання: *Freie deutsche Jugend* та ін. Найбільш часто уживанні такі ФО, як наголошує дослідник, у жанрі газетно-

політичної преси, в якій вживаються спеціальні газетні ФО, які майже не зустрічаються в інших жанрах: *im Mittelpunkt stehen, im Zeichen von etw. stehen, an der Spitze von etw. stehen* і т. ін. [7, с. 10].

Я. Т. Билиця вважає, що виникнення та подальший розвиток ПФО відбувається в основному під безпосереднім впливом екстралінгвістичних політичних факторів. Прикладом тому можуть бути ПФО, які корелюють із конкретними історико-політичними подіями, явищами, які мали місце у політичному житті німецькомовних країн, інших країн світу і на міжнародній арені та які детермінували появу цих одиниць: *Vaterland in Gefahr!, durch Blut und Eisen, Hände weg!, die fünfte Kolonne, Politik am Rande des Krieges, Hiroshima lehrt, Tschernobyl mahnt!* та ін. [1, с. 13].

Отже, інтернаціональні ФО політичної спрямованості у пресі не зв'язані лише з політичним життям тих країн, де вони виникли, а вживаються у газетних текстах із загальнополітичною семантикою, незалежно від їх національно-державної приналежності.

У мові преси дедалі частіше вживаються поряд із національно-культурною (літературною) фразеологією розмовно-нелітературні: просторічні, в т.ч. вульгарні, жаргонні фразеологічні інновації позанормативних запозичень, які мають виразну експресію.

Стилістично знижені мовні елементи є одним із найефективніших засобів досягнення експресії у пресі. Вживання стилістично знижених фразеологічних інновацій – риса мови сучасної преси, яка виконує оцінну й експресивну функції та сприяє реалізації принципу діалогічного мовлення, тобто встановленню контактів із читачем, бо використання таких одиниць є засобом стилізації неофіційного, невимушеного, фамільярного спілкування, а також засобом привертання уваги читача, оскільки в оточенні суспільно-політичних фразеологізмів такі одиниці виразно виділяються на загальному тлі, навіть створюють контраст.

Досліджуючи пресу, не можна не наголосити на ролі політичних карикатур як важливого джерела створення нових фразеологізмів. Карикатури завжди висміюють насамперед актуальне, тобто те, що всіх цікавить. Зверненням до карикатур можна подекуди змінити думку людей, викликати їхню прихильність. На нашу думку, карикатури завжди були і є гострим відображенням дійсності, а не лише просто зображенням політичної ситуації в країні чи за її межами. Аналогічної думки дотримується у своїх дослідженнях Н. Г. Лисецька [8]. На її думку, в політичних карикатурах малюнок часто

супроводжується реченням-резюме, яке є своєрідним підсумком чи кодом до розуміння авторського задуму, і такі підсумки нерідко виявляються фразеологічними одиницями, також інноваційними утвореннями. Але система фразеологізмів, які функціонують у стилі преси, відрізняється залежно від того, яку газету брати до уваги – інформаційну газету, бульварну пресу, журнал про політичні та економічні проблеми, або ж журнал для жінок.

Оскільки преса є живим відображенням подій сьогодення, то вона не може стояти на місці. Тому в газетах та журналах використовується велика кількість фразеологічних інновацій. Нові слова у старих фразеологічних висловлюваннях модернізують цей вислів і роблять його більш пристосованим до нового суспільства. Як тільки змінюються суспільні думки, судження, переконання, змінюється і лексика, а разом із нею і фразеологічний склад газетних шпальт та

взагалі мови засобів масової інформації.

Отже, виникнення сучасних фразеологічних інновацій, як ми вже відмічали, викликана необхідністю відображення сучасних подій у газетних текстах, потягом до зображення розмаїття специфічного соціально-політичного та культурного контексту.

Всі позамовні реалії, які існують у суспільстві, так чи інакше впливають на мову преси. Але це явище не є одностороннім. ФО, зокрема фразеологічні інновації преси, відображають дух народу, його культуру, звичаї, побут. У багатьох випадках можна знайти еквіваленти ФО в різних мовах як свідчення того, що людство переживає єдині глобальні проблеми. Проте інколи буває важко або ж взагалі неможливо знайти еквіваленти в інших мовах, оскільки кожен народ, кожна нація має лише свою неповторну історію, і ті зміни, які відбулися у країні, різняться не лише подіями, але й у часі. Так, в мові преси національні та

Література

1. Билица Я.Т. Политическая фразеология современного немецкого языка как особый разряд единиц его фразеологического состава: Автореф. дис.... канд. филол. наук. – К., 1988. – 24с.
2. Болдырева Л.М. Стилистические особенности функционирования фразеологизмов: Автореф. дис. ...канд. филол. наук / МГПИИЯ. – М., 1967. – 27 с.
3. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высшая школа, 1990. – 320 с.
4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М., 1983. – 288 с.
5. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М., 2000. – 168 с.
6. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М.: Наука, 1997. – 326 с.
7. Лепа К.Я. Функциональные свойства фразеологизмов современного немецкого языка в текстах политической направленности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Минск. гос. педагогический университет. – М., 1983. – 23 с.
8. Лисецька Н.Г. Фразеологічні інновації в сучасній німецькій мові: когнітивний та функціональний аспекти: Дис. ... канд. філол. наук. – Л., 2003. – 218 с.
9. Любчук Н.В. Німецькі фразеологізми з етнокультурологічним компонентом та проблеми їх відтворення при перекладі: Дис. ... канд. філол. наук. – К., 2004. – 298 с.
10. Солганик Г.Я. Лексика газеты. – М.: Высшая школа, 1981. – 114 с.
11. Солдатова С.Н. Народно-этимологическое переосмысление фразеологизмов и его роль в обогащении фразеологического состава современного немецкого языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – К., 1988. – 24 с.
12. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво-культурологический аспекты. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 288 с.
13. Фірсова Ю.А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові: лінгвокультурологічний аспект: Автореф. дис. ... канд. філол. наук. – К., 2002. – 19 с.
14. Черданцева Т.И. Идиоматика и культура // Вопросы языкознания. – 1996. – №1. – С. 66.
15. Швец А.В. Публицистический стиль современного русского литературного языка. – К.: Вища школа, 1979. – 128 с.
16. Röhrich L. Das große Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. 3 Bände. – Freiburg i.Br. [u.a.]: Herder, 1991–1992. – 1910 S.
17. Skod-Söderved M. Wortschatz und Syntax des außenpolitischen Leitartickels. Quantitative Analysen der Tageszeitungen “Neues Deutschland“, “Neue Züricher Zeitung“, “Die Presse“, und “Süddeutsche Zeitung“. – Frankfurt/M.: Lang, 1993. – S. 9-150.
18. Schemann H. Deutsche Redensarten. – Stuttgart [u.a.]: Klett, 2000. – 311 S.