

Лисецька Н. Г.

## ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ У КОНЦЕПТОСФЕРІ «ПОБУТ»

Інновації як у галузі лексикології, так і фразеології є відображенням нашого сприйняття світу. На даному етапі наукових пошуків значний інтерес викликає проблема взаємозв'язку мови і мислення, якою займався ряд науковців, а саме Кубрякова О. С., Полложин М. М., Серебренніков Б. О., Добровольський Д., Шварц М. Такий підхід до опису мовних явищ зумовлює потребу дослідження фразеологічних інновацій крізь призму концептуальних зв'язків, що і визначає актуальність пропонованої розвідки.

Метою дослідження є вивчення фразеологічних інновацій у концептосфері «Побут» сучасної німецької мови за нових історичних умов.

Окреслена мета передбачає розв'язання таких завдань: 1) показати динаміку розвитку фразеології сучасної німецької мови; 2) підкреслити важливість вивчення когнітивних аспектів у розвитку фразеології; 3) уточнити поняття «фразеологічна інновація» (ФІ), «концептосфера», «концепт»; 4) на матеріалі німецької преси виокремити характерні концепти концептосфери «Побут» та показати вираження цих концептів на основі ФІ.

Об'єктом аналізу є фразеологічні інновації німецької мови, що виникли за останні роки й функціонують у сучасному німецькомовному дискурсі.

Предметом дослідження є когнітивні особливості ФІ, а також фактори, які зумовлюють їх появу та виокремлення.

Матеріалом дослідження слугують фразеологічні інновації на рівні словосполучень та речень, власне фразеологічні інновації, новосемантизми, ФІ – запозичення, а також ті фразеологічні одиниці, які зазнали семантичної або структурної модифікації протягом зазначеного періоду і були виокремлені в результаті суцільної вибірки з публіцистичних текстів із німецької преси. Використовувалися дані опитування інформантів – носіїв німецької мови, та матеріали аналізу лексикографічних джерел.

Методологічною основою роботи є розуміння онтологічної сутності мови як соціального явища й антропоцентричний підхід.

Фразеологія є динамічною системою, яка постійно розвивається. Разом із розвитком суспільства проходять певні етапи її змін. Б. О. Серебренніков наголошує «... мови не можуть не змінюватися перш за все з тієї простої причини, що в основі актів комунікації, засобом практичної реалізації яких є мова, лежить відображення людиною навколишньої дійсності, яка сама перебуває у постійному русі й розвитку» [5, с. 12].

Чинниками виникнення ФО виступають як лінгвальні, так і екстралінгвальні. Перші пов'язані із еволюцією мовної системи та її функціонуванням. Екстралінгвальні ж знаходяться за межами мовної системи та є основними факторами виникнення ФІ у сучасній німецькій мові.

Ми приєднуємося до широкого розуміння обсягу фразеології. Мінімальну одиницю фразеологізмів, за нашими спостереженнями, становлять двослівні утворення (*der schlanke Staat*), а максимальну одиницю – речення (*Man hat's nicht leicht, aber leicht hat's einen* – модифікація від *man hat's nicht leicht; Schluss mit teuer – Schluss mit lustig*).

Критеріями вираженої фразеологічності є, згідно з нашою концепцією, такі: семантичний зсув, лексикалізація, номінативна функція, відтворюваність, узуальне вживання, семантична і синтаксична стабільність, ідіоматичність, яка виступає факультативним критерієм, оскільки присутня вона не у всіх ФО.

До конститутивних ознак ФО ми відносимо багатокomпонентність, релятивну сталість (незмінність, стійкість), ідіоматичність (+ цілісність значення) та відтворюваність.

З огляду на концепцію В. М. Телії предметом фразеології повинні бути такі одиниці мови, які входять до її номінативного інвентаря.

Під ФО ми розуміємо сталі словосполучення – лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, які, маючи цілісне значення, характеризуються одинарним поєднанням компонентів та повною або частковою семантичною трансформацією.

Фразеологічні інновації слугують потребі повернутися обличчям до нових світових конфігурацій з новими полілексичними позначеннями. Це умотивовані утворення, представлені через фразеологізми як «глобалізатори значення».

Безперечно, не всі інноваційні утворення у фразеології залишаються у слововжитку, тобто лексикалізуються. Часто це тимчасові номінації, що залежать від потреб часу.

**Фразеологічні інновації** – це неологізми в галузі фразеології, okazіональні утворення, продукти вторинної опосередкованої номінації, які, з'являючись у словниковому складі мови, проходять фази виникнення – узупалізації – акцептуалізації – лексикалізації / фразеологізації / інтеграції – та включають власне фразеологічні інновації (новизна форми і значення: *in trockenen Tüchern*), фразеологічні одиниці із новонабутою семантикою (новосемантизми: *an der vordersten Front stehen*), модифіковані мовні форми (*Kleider machen Beute* – від *Kleider machen Leute*) та запозичення (*Law-and-Order Kurs*).

Поява ФІ за останнє десятиріччя зумовлена насамперед об'єднанням Німеччини, яке розглядається нами як екстралінгвальний детермінант, що досить сильно вплинув не лише на зміни у суспільному, політичному, економічному житті носіїв німецької мови, але й також на зміни у фразеологічному складі мови. У фразеологізмах найбільш чітко, вдало і образно передані емоції, переживання, почуття мовця.

ФІ як найбільш динамічна частина мовної системи є знаками вторинної номінації (теорія номінації виступає також варіантом когнітивної теорії), і процеси пізнання, концептуалізації, мисленнєвої і ментальної діяльності людини зримо виражені у фразеологізмах, які показують рівень думки носія мови та виступають лінгвокультурологічним компонентом (культура завжди формує людину, а індивід постійно перебуває під впливом цієї культури). Глибинне синтетичне осягнення мови як антропологічного феномена є не можливим поза лінгвокультурологічним представленням мови як духовної реальності. У зв'язку з цим стає зрозумілим

формування в наше сьогодення антропологічної парадигми в мовознавчій науці, в основі якої є людина як мовна особистість у її розмаїтті та її місце в культурі, тобто аналізується людина в мові і мова в людині [6].

Слід відмітити, що побутове мовлення перебуває під інтенсивним впливом преси, телебачення/радіо. Однак, воно розвивається також само по собі, відштовхуючись від відомого, переосмислюючи той чи інший фразеологічний зворот або ж творячи зовсім нові сталі утворення.

Для приватного оточення характерна своєрідна комунікація. Так, коли ставлять запитання: «*Willst du heute noch einkaufen gehen?*», чуємо відповідь: «*Nö, keine Lust.*». «*Nö*» означає «ні», проте воно звучить невимушено та менш офіційно.

Побутове мовлення поповнюється значною мірою завдяки молоді, яку приваблює молодіжний сленг та сучасні образні вислови. Наприклад:

*Blitz für jmd. sein* – jmd., der sehr langsam ist  
*Ich chek' das mal mit Kati* – Ich kläre das mal mit Kati  
*Hans fährt voll auf Ferraries ab* – Er findet Ferraries gut  
*Am Telefon hat er mir 'ne Abfuhr erteilt* – Er hat abgesagt  
*Das ist fett* – Das ist toll  
*Da geht der Groove ab* – Da ist was los  
*eine Linke drehen* – hinterlistig sein  
*eine Scharfe machen* – eine Gewalttat setzen

**На основі семантичного аналізу були виокремлені такі види ФІ:**

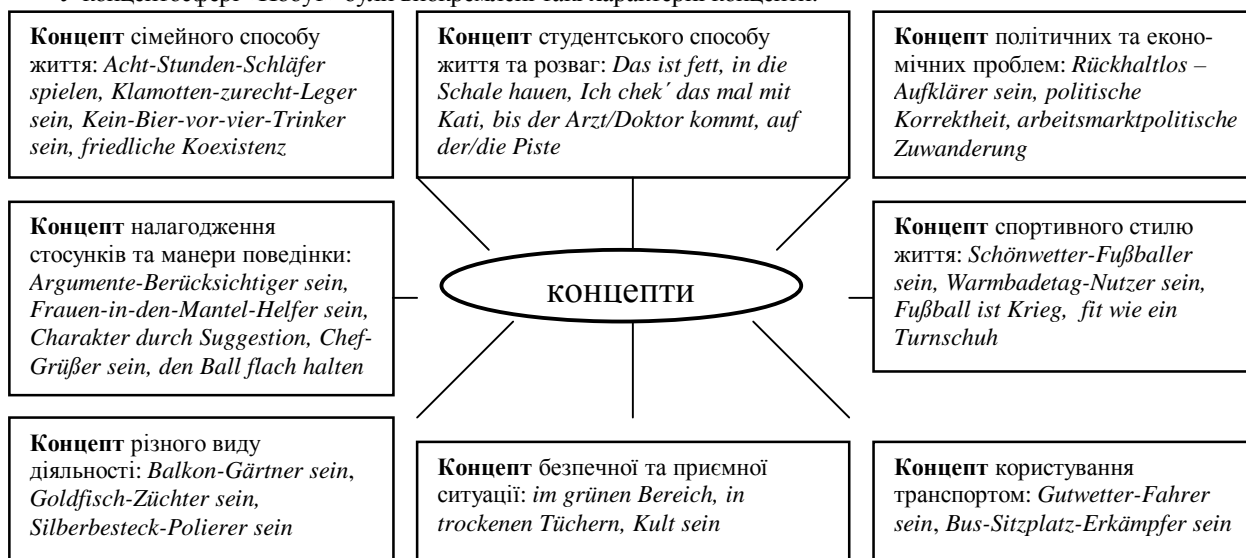
- ФІ із одиничною сполучуваністю / *kein Mann des Übergangs sein, in trockenen Tüchern*/;
- ФІ із серійною сполучуваністю стрижневого компонента на синтаксичному рівні /*die gespaltete Nation, Nation von Links, deutsche Nation*/;
- ФІ із серійною сполучуваністю на базі стрижневого компонента на семантичному рівні /*alternative Meinung, alternative Frage, alternative Aufgabe, schweres Leben, schweres Geld, schwere Belastungsprobe*/.

Відомий український когнітивіст М. М. Полюжин [4, с. 154-155] зазначав, що хоч у центрі лексико-семантичної системи конкретної мови й знаходиться лексична одиниця, вона не є повністю незалежною від системи її значень. Семантичні зв'язки між окремими словами зумовлені концептами, які стоять за ними і якими оперує людський розум у процесі категоризації. Усяка лексико-семантична система формується зі слів, але навколо й завдяки концептам, за допомогою яких відбувається «опредмечування» об'єктивної дійсності. **Концепт** – «будь-яка дискретна змістовна одиниця колективної свідомості, яка відображає предмет реального або ідеального світу і зберігається в національній пам'яті носіїв мови у вербально позначеному вигляді» [1, с. 28-31]. Концепти утворюють ієрархічно організовану **концептосферу** як загальнонаціональної мови, так і особистих когнітивних структур. Носії однієї й тієї ж мови приблизно однаково членують світ, що їх оточує [4, с. 155].

За Д. С. Ліхачовим, **концепти** – на відміну від традиційного «значення» являють собою потенції значень, тісно пов'язаних з людиною і її національним, культурним, професійним, віковим та іншим досвідом [3, с. 3-9]. Концепт не тільки підміняє собою значення слова, а й в значній мірі розширює його значення, залишаючи можливість для співтворчості, додумування, так як, будучи всезагальними, концепти містять у собі багато потенційних відхилень і доповнень, тому що є незакритими утвореннями. Сукупність концептів словникового запасу індивіда, як і всієї мови в цілому, формує концептосферу. Різноманітні знання про світ, які виражають ФІ, формуються за допомогою концептів.

**Концепти** розглядаються нами, за доробком М. Шварц, як елементарні єдності структурної когніції та ментальної організації, які мають функцію зберігати знання про світ. Концепти зберігаються у пам'яті не ізольовано, а через різні відношення з іншими концептами. Через інтерконцептуальні зв'язки виникають когнітивні структури як ментальні репрезентанти зовнішнього світу [8, с.84-86]. Концепти є певними знаннями людини про дійсність.

У концептосфері «Побут» були виокремлені такі характерні концепти:



Ці концепти виражаються на основі чотирьох видів ФІ (категорій):

власне ФІ	новосемантизми	модифіковані ФІ	запозичені ФІ
<p>– <i>Das ist fett</i></p> <p>– <i>in die Schale hauen</i></p> <p>– <i>Ich chek' das mal mit Kati</i></p> <p>– <i>Rückhaltlos – Aufklärer sein</i></p> <p>– <i>FDP – Bemitleider sein</i></p> <p>– <i>arbeitsmarktpolitische Zuwanderung</i></p> <p>– <i>bis der Arzt/Doktor kommt</i></p> <p>– <i>im grünen Bereich</i></p> <p>– <i>in trockenen Tüchern</i></p> <p>– <i>Kult sein</i></p> <p>– <i>den Ball flach halten</i></p> <p>– <i>fit wie ein Turnschuh</i></p> <p>– <i>auf der/die Piste</i></p> <p>– <i>politische Korrektheit</i></p>	<p>– <i>Fußball ist Krieg</i></p> <p>– <i>friedliche Koexistenz</i></p>	<p>– <i>Acht-Stunden-Schläfer spielen</i></p> <p>– <i>Klamotten-zurecht-Leger sein</i></p> <p>– <i>Kein-Bier-vor-vier-Trinker sein</i></p> <p>– <i>Argumente-Berücksichtiger sein</i></p> <p>– <i>Frauen-in-den-Mantel-Helfer sein</i></p> <p>– <i>Chef-Grüßer sein</i></p> <p>– <i>Teller-immer-leer-Esser sein</i></p> <p>– <i>Schönwetter-Fußballer sein</i></p> <p>– <i>Warmbadetag-Nutzer sein</i></p> <p>– <i>Balkon-Gärtner sein</i></p> <p>– <i>Goldfisch-Züchter sein</i></p> <p>– <i>Silberbesteck-Polierer sein</i></p> <p>– <i>Gutwetter-Fahrer sein</i></p> <p>– <i>Bus-Sitzplatz-Erkämpfer sein</i></p>	<p>– <i>Charakter durch Suggestion</i></p> <p>– <i>im Computer recherchieren</i></p>

Рис. 1 Когнітивна модель ФІ у концептосфері «Побут»

Кожна ФІ, що стає елементом лінгвістичної структури, може виступати також концептом, інакше кажучи вона номінує певні концепти конкретної концептосфери. Концептуальна структура розкриває актуальне значення фразеологізму. Концепти та концептуальні зв'язки у концептосфері «Побут» виражають стисло думку всіх процесів, що відбуваються у суспільстві.

Подальші дослідження цієї проблеми можуть мати такі напрямки:

- Фразеологічні модифікації німецької мови у концептосфері «Побут».
- Вираження стилістичних засобів у концептосфері «Побут».

#### Література

1. Бабушкин А. П. Объективное и субъективное в категоризации мира // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы научной конференции. – М.: РАН, 1998. – С. 28-31.
2. Кубрякова Е. С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М.: Наука, 1997. – 326 с.
3. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. – М.: РАН, 1993. – № 1.
4. Положин М. М. Функциональный і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 237 с.
5. Серебренников Б. А. Номинация и проблема выбора // Языковая номинация. Общие вопросы. – М.: Наука, 1981. – 206 с.
6. Телія В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво-культурологический аспекты. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
7. Dobrovolskij D. Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung. – Trier: Fokus wissenschaftlicher Verlag, 1997. – 390 S.
8. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik. – Tübingen: UTB für Wissenschaft: Uni-Taschenbücher, 1992. – 195 S.