

Щербина Валентина Евгеньевна

О ПРИРОДЕ МЕТАФОРИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Данная статья посвящена сопоставительному анализу фразеологических единиц немецкого и русского молодежного сленга, в основе внутреннего образа которых лежит метафора. В результате исследования выявлены метафорические образы, определены лингвокультурные особенности их употребления и функционирования в составе фразеологических единиц немецкого и русского молодежного сленга, а также основные типы мотивируемости фразеологических единиц. Подтверждается тесная связь метафор с мировосприятием лингвокультурной общности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/60.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 12(54): в 4-х ч. Ч. I. С. 211-213. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.112.2+811.161.1:81;373.72

Филологические науки

Данная статья посвящена сопоставительному анализу фразеологических единиц немецкого и русского молодежного сленга, в основе внутреннего образа которых лежит метафора. В результате исследования выявлены метафорические образы, определены лингвокультурные особенности их употребления и функционирования в составе фразеологических единиц немецкого и русского молодежного сленга, а также основные типы мотивируемости фразеологических единиц. Подтверждается тесная связь метафор с мировосприятием лингвокультурной общности.

Ключевые слова и фразы: метафора; метафорический образ; тип мотивируемости; фразеологическая единица; молодежный сленг; лингвокультурные особенности.

Щербина Валентина Евгеньевна, к. филол. н.
Оренбургский государственный университет
wjatschina@rambler.ru

О ПРИРОДЕ МЕТАФОРИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА[©]

Изучение метафоризации как процесса взаимодействия сущностей и операций, приводящего к получению нового знания о мире, очень важно при исследовании фразеологической семантики. Метафоризация сопровождается вкраплением в новое понятие признаков уже познанной действительности, отображенной в значении пересмысливаемого имени. Этот след остается в метафорическом значении, которое, в свою очередь, «вплетается» в представление человека о мире, выражаемое когнитивными единицами, в частности фразеологическими.

Особого внимания заслуживают фразеологические единицы (далее ФЕ) молодежного сленга, отличающиеся своей относительной устойчивостью по отношению к его остальным лексическим единицам, экспрессивностью и образностью. Главное в молодежном сленге – отход от обыденности, игра, ирония, маска. Непринужденный молодежный язык стремится уйти от скучного мира взрослых, родителей, учителей. В целом молодёжному сленгу как социальному варианту языка свойственны смешанный характер, нечёткость, размытость границ. Вычленить его как замкнутую подсистему, как объект наблюдения можно только условно [4, S. 21] (*Здесь и далее перевод наш – В.Щ.*).

Основой большей части фразеологизмов молодежного сленга является метафора. Метафора отражает универсальную человеческую способность связывать различные области на основе ассоциаций различного рода, иногда далеко не очевидных. Н. Д. Арутюнова считает, что метафора – это способ уловить индивидуальность конкретного предмета или явления, передать его неповторимость. «Метафора – это колыбель семантики всех полнозначных и служебных слов, поэтому есть все основания назвать язык словарем потускневших метафор» [1, с. 24].

Исследование процессов метафоризации и способов отражения метафор в языке дает право сделать вывод о существовании более или менее универсальных метафор, проявляющихся в разных языках и культурах, и метафор, которые являются культурно специфическими. По мнению ряда ученых, существует глубокая связь метафор с мировосприятием лингвокультурной общности [6, p. 163-181].

Применительно к нашему исследованию важно положение, согласно которому вся информация об окружающем мире структурирована сознанием, структуры эти носят метафорический характер и могут быть реконструированы по данным языка. Так, изучая языковые метафоры, можно понять специфику восприятия явления носителями языка [Ibidem].

Поскольку язык молодежи – это язык-код, с помощью которого они обособляются от общества [5], то человеку, незнакомому с молодежной лексикой, весьма затруднительно уловить тему разговора молодых людей, а если к нему обратятся на подобном языке, так он и вовсе почувствует себя иностранцем в своей родной стране. Порой за вполне литературными словами стоит смысл, абсолютно не соответствующий сказанному, и для того чтобы вникнуть в суть, необходимо пробираться сквозь запутанные смысловые параллели, проведенные молодыми людьми самым непостижимым метафорическим образом.

Например, во фразеологизме *vor sich hin floddern* (выглядеть неряшливо) [3] основой для образования глагола выступило имя собственное *г-жа Флоддер*, фигурирующая в немецком семейном сериале и выглядящая соответствующе.

Безусловно, не все выражения, да и сама лексика настолько зашифрованы, чтобы без носителя сленга, готового помочь с переводом на общелитературный язык, было бы невозможно их понять. Мотивированность некоторых фразеологических единиц лежит на поверхности: например, *Gesichtspullover ausziehen* – сбрить бороду [Ibidem]. В данном случае *борода* уподобляется *свитеру* (досл. *для лица*), так как одной из ее функций является тепловой обогрев, защита лица. Свитер используется для той же цели – сохранение тепла верхней части туловища. Закрепленный за существительным глагол *снять* автоматически заменяет действие *сбрить*. Следовательно, в основе метафоры лежит функция объектов.

Сравним выражение *вынести мозг* – привести в состояние крайней раздражительности, создать стрессовую ситуацию [2]. Основанием метафоры является сходство процессов, протекающих в тот момент, когда собеседник теряет самообладание и желание рассуждать хладнокровно. Ему кажется, что вместе со спокойствием его «покидает» и мозг. Разумеется, в буквальном смысле осуществить *вынос мозга*, оставив человека в живых, невозможно, поэтому данное выражение употребляется лишь в переносном значении.

В результате нашего исследования мы заметили, что метафора может базироваться не только на *сходстве функций и процессов*, но и на сходстве *визуальных, слуховых, вкусовых, тактильных, пространственных, предметно-бытовых, анималистических и антропологических образов*.

С целью более детального изучения метафорической природы фразеологических единиц мы отобрали и проанализировали 300 фразеологических единиц, из них 150 фразеологических единиц русского и 150 фразеологических единиц немецкого молодежного сленга. В результате анализа все единицы были разделены на несколько групп в зависимости от типа мотивированности ФЕ (ряд ФЕ мы отнесли одновременно к нескольким группам):

1) визуальные (*aufgestellter Mäusedreck* – низкорослый человек, стремящийся произвести впечатление; *blau-weißer Partybus* – полицейский автомобиль; *behaarte Bifi* (Fleisch) – маленькая собака; *gefenstert werden* – носить очки [3]; *два метра сухостоя* – очень высокий и худой человек; *ведро с болтами* – старое средство транспорта; *дать краба* – поздороваться; *запарить шнурки* – приготовить пакет дешевой заварной лапши; *лоб в два шнурка* – глупый человек; *стричь канусту* – зарабатывать деньги [Там же]);

2) слуховые (*Bubu machen* – спать; *Chicken Talk* – девичьи разговоры; *einen Rap bringen* – говорить без умолку; *Bogenhusten haben* – иметь рвоту; *Bogenhusten haben* – иметь рвоту; *den Abpfiff machen* – уходить; *sich die Füße an den Rücken schnallen* – убежать [3]; *ведро с болтами* – старое средство транспорта [2]);

3) тактильные (*den Body gebügelt kriegen* – сходить к массажисту; *kalt machen* – убить; *Schnitzel braten* – целоваться [3]; *дать краба* – поздороваться [2]);

4) форменно-пространственные (*der Laden ist gepackt* – на дискотеке слишком много людей; *eine Insel mit zwei Bergen* – тело женщины; *einen Kasper in der Schubladen haben* – беременность; *einen über die Rübe ziehen* – ударить по лицу; *in der Zone sein* – не быть осведомленным; *Kugelgrippe haben* – беременность [3]; *мѣщин язык* – извилистый, сложный, опасный участок дороги, чаще всего в горной или холмистой местности [2]);

5) предметно-бытовые (*Clearasil-Testgelände* – лицо с кожными дефектами; *einen Schuh machen* – нанести физический вред [3]; *день граненого стакана* – выдуманный повод к употреблению алкоголя; *сибирский валенок* – глупый человек; *сплести лапти* – сдружиться с кем-либо, начать тесно общаться; *только валенки зашнурую* – о нежелании что-либо делать; *торчать как лом* – наркотическое опьянение [2]);

6) анималистические (*einen Aal machen* – уходить; *flammendes Kätzchen* – рыжеволосая девушка; *Schaf im Mund* – описание неприятного чувства во рту после ночного бодрствования; *Schnecken checken* – наблюдать за привлекательными девушками [3]; *выехать на козе* – сдать экзамен без подготовки; *курочка усохла* – о замедленной мыслительной деятельности; *свинья на лыжах* – неловкая (полная) девушка; *чайка вологодская* – глупый человек [2]);

7) антропологические (*Clown gefrühstückt* – ответ на несмешную шутку; *intelligenter Toilettenbesucher* – всезнайка; *Frau Flodder* – неопрятный человек; *Handy-am-Gürtel-Träger* – слабозвоный человек; *happy Hippo* – всегда веселый человек; *Heidi im Dorf lassen* – приставать к девушке [3]; *орден сутулова* – так говорят о ситуации, когда человек ничего не получает за свой труд или подвижничество; *албанский школьник* – глупый мальчик [2];

8) функциональные (*Zecken-Taxi* – собака или кошка в летнее время; *gefenstert werden* – носить очки; *Gesichtspullover ausziehen* – сбрить бороду; *kommunikatives Gleitmittel* – пиво; *mobiles Esszimmer* – вставные челюсти; *ponsig sein* – обладать большим словарным запасом [3]; *бомж пакет* – дешёвая еда быстрого приготовления [2]);

9) процессуальные (*Brot anstarren* – бесполезное времяпрепровождение; *faules Fleisch tragen* – бездельничать [3]; *блех давить* – бездельничать; *бросать на клюв* – принимать пищу; *брызгать кислотой* – выражать недовольство; *вынести мозг* – надоедать нравоучениями; *гнать пургу* – вводить в заблуждение; *выходит в астрал* – быть в состоянии опьянения [2]).

Так, согласно нашему исследованию, среди отобранных нами фразеологических единиц немецкого молодежного сленга наибольшую группу составляют фразеологические единицы, в основе которых лежит функциональное сходство объектов (26%), вторая по численности – визуальная группа (22,6%), третья – процессуальная (12,7%). Самой малочисленной является группа, в основе ФЕ которой лежат тактильные ассоциации (4%). В русском языке на первом месте также стоит функциональная группа (29,4%), на втором – процессуальная (18%), а вот третью позицию заняла антропологическая группа (10,6%). Количество русских фразеологических единиц визуальной группы меньше количества немецких фразеологических единиц более чем в два раза, кроме того, слуховая и тактильная группы представлены немногочисленно.

Проведенный анализ фразеологизмов молодежного сленга не претендует на исчерпывающее описание, однако позволяет судить о том, что проявляющийся в языковом оформлении менталитет немецкой молодежи направлен на визуальное восприятие окружающего мира, в то время как образ мышления русской молодежи склонен интерпретировать реальность, опираясь на процессуальную сторону действительности. Функциональный аспект одинаково важен для обеих культур.

Сквозь призму метафоры во фразеологической единице немецкие и русские молодые люди преломляют оценку внешности, характера и поведения человека, восприятие окружающих его объектов действительности, протекающих процессов как внутри человека (физиологических, психологических), так и внешних (физических, природных). С помощью метафор современные молодые люди в России, и Германии пытаются связать понятия о предметах, явлениях одной области с понятиями другой области, используя накопленный опыт и личные эмоции, ощущения. Метафоризация всегда субъективна, поскольку свобода переноса зависит от воображения и жизненного опыта говорящего, фокусирующего внимание слушающего на тех признаках, которые отвечают условиям подобия. Чтобы понять метафору, надо осознать, какие стороны, свойства обозначаемого объекта актуализируются в ней и как они поддерживаются возникающими ассоциациями.

Список литературы

1. Арутюнова Н. Д. Алогичность метафорических полей // Русский язык сегодня: сборник научных статей / отв. ред. Л. П. Крысин. М.: Азбуковник, 2003. С. 22-41.
2. Словарь молодежного сленга [Электронный ресурс]. URL: <http://slovo.yaxy.ru/14.html> (дата обращения: 06.10.2015).
3. Jugendsprache [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sprachnudel.de> (дата обращения: 06.10.2015).
4. Neuland E. Jugendsprache. Tübingen: Narr Francke Attempo Verlag, 2008. 210 S.
5. Nordmann N. Jugendkultur, Subkultur und Szene – Adoleszenz in einer pluralistisch-medialen Welt [Электронный ресурс]. URL: <http://nilsnordmann.de/blog/?p=272> (дата обращения: 06.10.2015).
6. Rohrer T. To Plow the Sea: Metaphors for Regional Peace in Latin America // Metaphors and Symbolic Activity. 1991. P. 163-181.

ON THE NATURE OF METAPHORICAL IMAGES OF THE PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE GERMAN AND RUSSIAN YOUTH SLANG

Shcherbina Valentina Evgen'evna, Ph. D. in Philology
Orenburg State University
wjatschina@rambler.ru

The article is devoted to the comparative analysis of the phraseological units of the German and Russian youth slang the internal image of which is based on metaphor. The researcher identifies the metaphorical images, discovers the linguocultural peculiarities of their usage and functioning in the structure of the phraseological units of the German and Russian youth slang and describes the basic types of motivation of the phraseological units. The analysis justifies the close relation of metaphors to the worldview of a linguocultural community.

Key words and phrases: metaphor; metaphorical image; type of motivation; phraseological unit; youth slang; linguocultural specifics.

УДК 811.161.1

Филологические науки

В статье рассматривается деловая переписка как практика языкового выражения коммуникативных целей и интенций на русском языке и обеспечения делового взаимодействия. Автор обосновывает возможность применения интенционального подхода к классификации деловых писем и в этой связи предлагает квалификацию интенций. Разновидности интенций определяются в зависимости от направленности на объект письменной коммуникации, а именно на различные ситуации сторон переписки, ситуацию реального и потенциального взаимодействия.

Ключевые слова и фразы: деловая переписка; письменная коммуникация; коммуникативная интенция; интенциональность; адресант; адресат.

Эль-Амари Ольга Николаевна

Высший институт языков Туниса, Тунис
helemina@mail.ru

ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Деловая переписка представляется как основа, на которой образуется умение построить в первую очередь письменные коммуникативные взаимоотношения и в дальнейшем вести партнерские отношения в определенной