

Основні екстралінгвальні фактори виникнення нових фразеологізмів

За останню третину ХХ ст. європейські мови підлягають настільки впливовому "неогенному" фактору, що вченим-мовознавцям довелось виділити нову галузь – неологію, а в її межах (у зв'язку з нефразеологічним бумом на початку ХХІ ст.) – фразеологічну неологію або неофраземіку, предметом якої є ідентифікація нових фразеологізмів та їх значень, аналіз їх вживання у мовленні, а також структуризація фраземоутворюючих моделей і механізмів, та створення принципів фразеографічної неологіки [1: 22].

Неологізація фразеологічного корпусу будь-якої сучасної мови – це не лише дериваційні процеси в її системі [1: 39; 2]. Передусім, це лінгвокреативна діяльність мовної свідомості, яка синергетично перелаштовується, її лінгвопрагматична адаптація до нових ціннісно-смислових пріоритетів, своєрідна ономасіологічна реакція мови на стрімкі зміни соціокультурного простору [1]. Порівняємо: (а) оновлення або утворення за зразком існуючої моделі фразеологізму *Ende gut, alles gut (Magen gut, alles gut)* – все добре, коли все добре закінчується; усе добре, коли шлунку добре (шлунок в нормі, усе в нормі) та (б) неофразему *das ist ein (echter) Elchtest für die Ohren* – що приблизно відповідає українському *увага, перевірка слуху!* Поява нової або оновлення вже існуючої в мові фраземи – лише видима частина культурно-когнітивного айсбергу. За нею стоїть щось вагомо більше, істотніше – *лінгвальний та екстралінгвальний креатив*, який породжує нову або модифікує, так би мовити, перелаштовує вже існуючу лінгвокультуру [1].

Під лінгвокультурою ми розуміємо комплексну одиницю мовної свідомості, специфіка якої полягає в багаторазовій рефлексії її

ціннісно-сміслового змісту, який презентує культурно маркований мовний знак. Лінгвокультурема, об'єктивована неофраземою, репрезентує собою діалектичну єдність власне мовних значень та дискурсивних смислів (ситуативних та предметних). Нова лінгвокультурема, об'єктивована неофраземою, володіє синергетично складною системою смислів, які відображають "заломлення, зломи" нашої свідомості. Неофразема в мовній свідомості мовців завжди володіє смисловим ореолом лінгвокультуреми [1]. Сприйняття неофраземи відбувається у напрямку від асоціативної інтеграції значень лексичних компонентів фразеологізму до осмислення, усвідомлення фразеологічного значення шляхом включення його десигнату в сітку національно-мовної концептосфери.

Фразеологічна неологіка різноманітна і за формою, і за смисловим змістом, що створює безліч труднощів при ідентифікації неофразем, їх розмежування від інших можливих інновацій, які традиційно утворюють маргінальну зону фразеологічної неології (серед них *фразеологічні трансформації, okazіоналізми, гапакси* – індивідуально-авторські вживання фразеологізму тощо.). Однак, з укріпленням у сучасній лінгвістиці позицій когнітивно-дискурсивної парадигми межа між базовими та периферійними фразеологізмами стирається, оскільки "народження" нової фраземи в маргінальному просторі дискурсу ще більш інформативне, ніж семіозис фразем в рамках ономасіологічної системи мови.

Одним із стимулюючих факторів виникнення нового фразеологізму є, звісно ж, формування нового концепту шляхом концентрації смислового континуума символічного дискурсу. При цьому "обов'язкове згущення символу в новий концепт – істотна ознака самого символу" [2]. Фраземоутворюючий концепт, як правило, має фреймову структуру. Такий "концепт розвивається лише при постійній зміні форми свого втілення: репрезентуючись послідовно в образі, понятті та символі" [2].

Смислоутворюючим джерелом фразеологічної семантики виступає концепт, а когнітивною основою інтерпретанти фразеологічного знаку – фрейм [1]. Крім того, концепт та фрейм співвідносяться один з

одним як когнітивні механізми *неологізації* та *розуміння* неофраземи, яка є вербальним аналогом фрейму, котрий, у свою чергу, має зазвичай форму пропозиції або набору пропозицій.

Отже, виокремимо основні екстралінгвальні фактори виникнення нових фразеологізмів:

1) соціальні та політичні події: війни, заколоти, бунти, революції призводять до занепаду, в таких умовах активується кримінальний елемент та вплив його моралі, криміналізується правова свідомість, збільшується кількість злочинів, спостерігається міксування стилів, відбувається демократизація мови. Відбувається фразеологічна неологізація. Порівняємо: *jmnd. ist der Blaubart (Blaubart ist die Titelfigur des französischen Märchens La barbe bleue (Der Blaubart) von Charles Perrault) – dieser Phraseologismus verwendet man für die Bezeichnung eines Verführers – даний фразеологізм використовується сьогодні на позначення звабника)* [2; 3];

2) урбанізація (поширення мови арго, її проникнення у загальнонародну мову сприяє, як правило, зростанню міського населення; професійна злочинність концентрується в таких криміногенних місцях, як вокзали, ресторани, пивні). Порівняємо: *ein Lungentorpedo machen (ein Ausdruck für eine selbstgedrehte Zigarette – досл. зробити торпеду для легенів, зробити самокрутку); viereckige Augen haben (das ist ein Ausdruck, den man verwendet, wenn jemand zu lange vor dem Fernseher sitzt – вислів використовуються по відношенню до людини, яка любить задовго сидіти перед телевізором)* [2; 3];

3) криміногенні фактори (в місцях ув'язнення відбувається обмін арготичними фраземами, їх засвоєння непрофесійними злочинцями та, як наслідок, перенесення таких фразеологізмів у розмовне мовлення). Так, наприклад, сфера вільного обігу кримінального товару отримала непряму похідну номінацію неофраземою *der schwarze Markt – чорний ринок* (Порівняймо: *seine Haut zu Markte (zum schwarzen Markte) tragen – наражатися на небезпеку*) завдяки розширеній інтерпретації, передусім, базового концепту РИНОК як СФЕРА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ, ВІЛЬНОГО ТОВАРООБІГУ. Однак,

сміслоутворюючим стержнем для даної неофраземи стало метафоричне визначення *schwarz* в значенні нечистий, кримінальний;

4) мас-медійні джерела (у засобах ЗМІ, акторів, політиків спостерігається "принцип піраміди", коли арготичні фраземи використовуються спочатку на верхівці, а потім спускаються до, так би мовити, підніжжя, починають вживатися широкими колами людей): *einen richtigen Riecher für alles haben, was bares Geld spart* [3: 24];

5) соціальні діалекти (вони більш за все пов'язані зі сприйманням арготизмів молодими людьми, молодь практично завжди тягнеться до того, що заборонено; вживанню арготизмів сприяє своєрідна мода на блатні вислови, наслідування; іноді, правда, переходу арготизмів сприяє брак освіти: *das Haar ist bunt, das Hirn ist krank – was kann das sein? Ein Punk! – кольорове волосся, хворий мозок – що це може бути? Це панк!; der Fingerprinz – Sohn hochadeliger Abstammung – син (синок) знатного походження* [3: 30];

Неофраземи сленгового походження слугують більше засобом експресивної самореалізації, ніж знаками соціальної приналежності. Так, для експлікації концепту НАДІЙНІСТЬ в німецькій мові зовсім недавно з'явилося слово *Elchtest*, яке увійшло в жаргонізм *den Elchtest bestehen* – *підлягати суворій перевірці, витримати суворе випробування* (букв. *Здати лосів тест*). Німецький вислів є лише неологізмом і поки що не зафіксований у жодному фразеологічному словнику. Лише в деяких тлумачних словниках лексема *Elchtest* відображена в прямому спеціалізованому значенні. В мові автомобілістів вона означає перевірку надійності автівки за умов її різкого повороту на великій швидкості без гальмування. Експресивність слова, як відомо, дуже часто стає причиною його фразеологізації. Саме це відбулося зі словом *Elchtest*. Воно миттєво стало компонентом деяких фразеологізмів, серед яких фразеологізм *ein Elchtest für die Ohren sein*, який є неологізмом. Так, в радіорекламі місцевої радіостанції "Радіо Мекленбург-Форпоммерн" регулярно повторюється фраза: *"Das ist der Elchtest für die Ohren! Die schönsten Schlager, die besten Oldies!"*, що приблизно відповідає українському

жартівливому "Увага, перевірка слуху!" Це заклик до слухачів звернути увагу на програму саме цієї приватної радіостанції, з певним підтекстом, що дану програму можуть, хочуть та повинні слухати лише ті люди, які володіють гарним смаком та слухом. Отже, зворот *ein Elchtest für die Ohren sein* можна вже вважати фразеологізмом [1].

Даний вислів про "лосів тест" "вирваний" безпосередньо із "лона" живого німецького розмовного мовлення. Він дуже характерний для розуміння, усвідомлення процесів фразеологізації в нових умовах. З одного боку, він – розвиток переносних значень сучасних автомобільних термінів (*Gas geben, auf die Bremse treten, jmdm. die Vorfahrt nehmen, das Steuer herumreißen, in eine Sackgasse geraten*), з іншого – розвиток образного потенціалу самого народного терміну. Адже образ лося, який перебігає дорогу перед авто, що мчить на великій швидкості, – на жаль, реальний та дещо сумний образ нашої сучасної технічної цивілізації. Для сучасного німця випробування "лосиним тестом" – одне із найважчих та найвідповідальніших життєвих випробувань. По суті, німецький неологічний фразеологізм підлягає усім основним вібраціям смислу та внутрішньої форми, які відбуваються у багатьох "традиційних" фразеологізмах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм : монография / Н. Ф. Алефиренко. – М. : ООО Изд-во "Эллис", 2008. – 271 с.
2. Левченко О. П. Фразеологічна репрезентація світу / О. П. Левченко // Мовні та концептуальні картини світу. – К., 2002. – №7. – С. 22-25.
3. Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. – Berlin : Erich Schmidt Verlag 2003. – S. 22–68.