

МОВНА ГРА ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ (на матеріалі німецької періодики)

Липиніна О. Л.

Київський національний лінгвістичний університет

Стаття присвячена особливостям створення мовної гри фразеологічними одиницями німецької мови. Фразеологія з огляду на власну структурно-семантичну парадоксальність і експресивність є природним матеріалом для мовної гри, а різноманітні шляхи трансформації фразеологізмів підвищують потенціал мовного обігравання. Моделювання фразеологічних одиниць базується на відхиленні від мовної норми і є ефективним засобом впливу на читача, що дозволяє фокусувати його увагу, заохочувати до прочитання статті, експресивно виражати авторську оцінку.

Ключові слова: мовна гра, фразеологічна одиниця, трансформація, експресивність, прагматична функція.

The article deals with the main problems of the language playing by means of the German phraseological units. The phraseology because of its structural-semantic paradoxality and the expressivity is the natural material for the word playing and the different ways of the transformations of the phraseological units make the potencial of the language playing much higher. The modifications of the phraseological units, based on the deviance from a language norm, lie in stimulating the reader's motivation, leading his attention, concealing the information and creating metalinguistic reflections.

Keywords: language playing, phraseological unit, transformation, expressivity, pragmatic function.

Мовна гра є одним із способів реалізації творчого потенціалу мови. У зв'язку з цим особливо актуальним видається вивчення мови публіцистики, де ми можемо спостерігати моделювання фразеологічних одиниць (далі – ФО), оскільки першочерговим завданням авторів газетних текстів є пошук оптимального шляху для створення діалогу з читачем. Ефективність процесу комунікації підвищується, якщо інформація подається в контексті гри. Як правило, ситуація набирає нових відтінків, незвичного забарвлення, пришвидшуючи реакцію адресата. Саме тому мета цієї статті – розглянути на матеріалі німецьких періодичних видань “Die Zeit”, “Berliner Zeitung” особливості створення мовної гри фразеологічними одиницями німецької мови.

Мовна гра бере свої витoki з філософії, з часів, коли філософи Давньої Греції використовували ігрові прийоми мови у своїх словесних дуелях, виявляючи мудрість та дотепність. Термін “мовна гра” був уведений у лінгвістику Л. Вітгенштейном. Під мовною грою вчений розумів увесь процес уживання слів у мові, який уявляв у вигляді гри, у процесі якої діти оволодівають рідною мовою. Мовна гра, за Л. Вітгенштейном, – це мова та дії, з якими вона переплітається [2, с. 83]. Однак це визначення є досить широким, оскільки мова тут трактується як сукупність мовних ігор, тому лінгвістами аспект мовної гри був обмежений створенням певного ефекту, а саме – комічного.

У сучасній науці під мовною грою розуміють ненормативне вживання мови, системний механізм перетворення нормативних мовних одиниць з метою отримання комічного ефекту. Під мовною грою розглядають мовний жарт, тобто словесну форму комічного; автономний елемент тексту з комічним змістом [4, с. 16–23]. У В. М. Мокієнко мовна гра є словесним парадоксом, “антитезою” всьому звичному, нормативному, сталому в мові. На думку вченого, до мовної гри засобами фразеології можна віднести практично будь-яке варіювання, типові або індивідуально-авторські трансформації ФО, які є ресурсом створення засобів комічного впливу [3, с. 101–102].

Мовна гра існує завдяки варіативності мови, яка дозволяє урізноманітнювати засоби мови для вираження думок, емоцій, стану, переживань та оцінок. Одними з найпоширеніших засобів створення мовної гри є ФО. На відміну від ігор, мовна гра може бути засобом маніпуляції та емоційного впливу на адресата, вона є свого роду імпровізацією адресанта з метою досягнення конкретної емотивної цілі. Мовна гра маніпулює мовною нормою, адресатом, мовними знаками. Мовна гра, створена фразеологічними одиницями як прагматично вмотивоване відхилення від норми в широкому її розумінні, є ефективним засобом підсилення експресивності газетного тексту. У цьому разі під нормою розглядають поняття, що позначає межі, у яких речі, явища, природні та суспільні системи, види людської діяльності та спілкування зберігають свої якості та функції [5, с. 527]. Відхилення від норми в цьому її розумінні фіксуються в мовленні, проте не обов'язково є порушенням мовних норм.

Основним цільовим ефектом створеної фразеологізмами мовної гри в газетних текстах є надання комунікативному повідомленню адресанта прагматичності, експресивності шляхом усвідомленого порушення функціонально-семантичних закономірностей використання ФО. Таким чином, під мовної грою, створеною ФО, будемо розуміти цілеспрямоване та усвідомлене маніпулювання ФО, реалізоване в комунікації з урахуванням ситуації, особливостей сприйняття та спроектоване на досягнення комічного ефекту. Наприклад:

- *“Wenn ein Drittel aller Chemietransporte über die Schiene erfolgt, fahren nach Adam Riese und Eva Zwerg zwei Drittel über deutsche Straßen. Da graut es mir und ich nehme die Bahn ”* [17];

- *“Wenn nämlich der erste Frauentag 1911 ausgerufen wurde, von der deutschen Sozialistin Clara Zetkin, dann hatten wir es 2010 zwar mit dem 100. seiner Art zu tun, dürfen aber erst 2011 von 100 Jahren reden. Ein Kind, das geboren wird, ist schließlich nicht eins, sondern null – und dies nicht nur nach dem großen oberfränkischen Rechenmeister Adam Riese, sondern auch nach Eva Zwerg”* [15]. Фразеологізм *nach Adam Riese* – “за Адамом Пізе; за точними підрахунками” (Адам Пізе – відомий у XVI ст. у Німеччині автор підручників з арифметики) [7, с. 137] був перетворений у жаргівливу форму *“nach Adam Riese und Eva Zwerg”*. Основою цієї модифікації є гра слів, побудована на асоціативно пов'язаних іменах Адама та Єви і антонімах *der Riese* (“велетень”) і *der Zwerg* (“карлик”) та під впливом таких факторів, як принцип ритмічної організації словосполучення і використання слова *der Zwerg* як прізвища.

Іронія будується шляхом навмисної експлуатації максими якості принципу Кооперації: не кажи того, що вважаєш неправдою. Принцип Кооперації та принцип Ввічливості регулюють та оптимізують процес мовної комунікації. Принцип Ввічливості взаємодіє з принципом Іронії, оскільки іронія тісно пов'язана з ввічливим глузуванням. Принцип Іронії, за Дж. Лічем, полягає в такому: якщо хочеться когось образити, то треба це робити хоча б таким способом, який не суперечить принципу Ввічливості, але дозволяє адресатові зрозуміти непрямо виражений момент образи, тобто шляхом створення імплікатури [6]. Для розпізнання іронічної імплікатури необхідним є знання конкретного контексту та різноманітні фонові знання.

Розглянемо один із прикладів іронії на основі мовної гри: *“Im Roten Rathaus ist die Heizung ausgefallen.... Gerade fasst man Vertrauen ins neue Jahrhundert, da wird bekannt, dass die Regierung dieser Stadt wie ein Haufen armer Würstchen im eiskalten Sitzungssaal gezittert hat. Wie unwürdig! Alle zogen ihre Mäntel wieder an, Dann machte die Runde zähneklappernd Politik: Finanzen, Flugaffäre, Haushalt...Ein paar haben sich anscheinend schon krankgemeldet. Ganz so harte Männer, wie wir uns wünschen, gibt es eben doch nicht in der Stadtregierung”* [12]. В іронії за позитивною оцінкою завжди криється гостра насмішка. Так, порівнюючи членів міського уряду з *“armen Würstchen”* (“бідолаха”), які тремтіли від холоду в залі засідань без опалення, автор статті іронізує над їх здатністю приймати важливі рішення в цих умовах. А що ж станеться, якщо вони опиняться у більш критичній ситуації? Ми припускаємо, що переглядаючи цю статтю, читач посміхнеться над іронією автора, погоджуючись з його думкою. Іронія є твердженням

протилежного. Автор називає членів уряду бідолахами, насправді так не вважаючи. Імплікатура: порівняння автора є ввічливим стосовно до членів уряду, але не є правдою. Тому те, що насправді думає автор, неввічливо стосовно до них, але правдиво: члени уряду насправді не бідолахи, і жаліти їх не варто. Перевага в іронії надається принципу Ввічливості, а не принципу Кооперації.

Кожна культурна спільнота керується своїми релігійними, етичними, соціальними та іншими нормами. Життєвий досвід мовного колективу, його культурні традиції та естетичні ідеали знаходять відображення в поданні та мовному обігранні інформації в газетному тексті. Адже саме особливості національного характеру, культурні традиції, соціальний устрій визначають здатність члена певного мовного колективу створювати або розпізнавати мовну гру. В основі мовного мислення лежить ціннісно-концептуальна парадигма, що характеризується глибоким національно-специфічним характером [1, с. 60]. Саме ця парадигма і зумовлює мовну гру ФО у текстах німецької періодики: *“Bislang war die Bundesrepublik als Land der beleidigten Leberwürste bekannt, wo Prominente Zehntausende von Mark damit verdienen können, wenn sie sich vor Gericht gegen satirische Attacken auf ihre Ehre & Intimsphäre wehren. Doch in letzter Zeit ist es ruhig geworden”* [13]. ФО *der beleidigte Leberwurst* уживається, щоб поглузувати з людини, що легко і часто безпідставно ображається. Основою виникнення цього фразеологізму є помилкове середньовічне уявлення про те, що печінка є органом, який відповідає за темперамент людини і насамперед за гнів. Лише коли це уявлення відійшло в минуле, тоді *Leber* було жартома замінено на *Leberwurst*.

Мовна гра не характеризується випадковістю, саме цим вона відрізняється від обмовок, граматичних, лексичних та орфографічних помилок, які виникають випадково і не мають певного комунікативного наміру. Мовна гра створюється адресантом усвідомлено з метою впливу на реципієнта. Вона є багатовекторною, усвідомленою, маніпулятивною, емоціогенною, сугестивною та експресивною [1, с. 73]. У текстах періодичних видань мовна гра адресована реципієнту, який володіє тими самими мовними та екстралінгвальними знаннями, що й сам адресант. Як уже зазначалося, мовна гра спрямована на створення комічного ефекту, тому адресат повинен сміятися над тим, що він усвідомлює та оцінює, керуючись стереотипами та еталонами своєї нації: *“Warum ist die Banane krumm? Weil sie eine politische Frucht ist. Wie sich diese Woche wieder zeigt, wenn der sechs Jahre alte Bananenstreit zwischen Amerika und Europa vor der Welthandelsorganisation juristisch durchgefochten werden soll – bis zum Fruchtstand-Strunk”* [18]. ФО *Warum ist die Banane krumm*, що бере початок з дитячої мови (часто вживається з доповненням: *Warum ist die Banane krumm? – Weil niemand in den Urwald zog und die Banane grade bog*), є жартівливою відповіддю, коли не можуть, або не хочуть відповісти по суті. У наведеному прикладі автор жартома називає банан “політичним фруктом”, що пояснюється політичною ситуацією, яка виникла навколо імпорту бананів зі США в Європу.

Часто виникає незрозуміння або неприйняття іншокультурних жартів, актуальних та типових лише для своєї культури. Тобто розуміння ситуації в різних народів може часто відрізнятися, і саме ця національно-специфічна манера сприйняття відображена в мовній грі. Особливо важко дається розуміння мовної гри, створеної засобами фразеології, адже читач повинен уміти творчо працювати з текстом, розгадати прихований за мовною грою емотивний замисел автора. Саме тому мовна гра передбачає володіння на однаковому рівні емотивною та комунікативною компетентністю автора та читача. Комунікативна компетентність охоплює вміння комунікантів використовувати мовні засоби, обізнаність із закономірностями їх функціонування, володіння певним соціокультурним досвідом, законами спілкування, правилами та тактиками ведення розмови. Емотивна компетентність є сукупністю знань про емоції та емотивну поведінку і полягає у вмінні розпізнавати емоції, які виражені посередництвом мовної гри. Важливу роль тут відіграють екстралінгвальні компоненти емотивного ігрового тексту, а саме – національно-культурний компонент, який входить до складу емотивної предметної ситуації [1, с. 59].

Наприклад, ФО *alles in Butter*, яка вказує на те, що все в порядку, вживається з іронічним підтекстом: *“Alles ist in Butter? Wenn ein Finanzminister sagt, dass alles in Butter ist, bricht meistens gleich die nächste Katastrophe los”* [9]. Інтерпретація ситуації була б неможливою без розуміння значення фразеологізму. Адже походження ФО пов'язане з тим, що страва приготовлена не з дешевим маргарином, а з якісним маслом. В основі виникнення образу лежить конкурентна боротьба між маслом та маргарином, який почали виготовляти на заводах лише з 1875 р. і який з'явився на столах німецьких бюргерів після Першої світової війни.

Лише обізнаність та компетентність адресата дає змогу мовній грі досягти свого призначення → викликати в читача емоції, характерні для його сприйняття та способу мислення: *“Europa lässt nicht mit sich spaßen, auch wenn es nicht um die Wurst, sondern nur um die Banane geht. Das Wohl ihrer Schützlinge auf den Kanaren und in der Karibik im Visier, machten die zwölf europäischen Agrarminister einen unsäglichen Plan wahr”* [14]. ФО *es geht um die Wurst* уживається з доповненням, у якому автор ковбасі протиставляє банани. У контексті ситуації відбувається обігрування журналістом відомого німецькій спільноті лозунгу: *“Es geht nicht um Bananen, es geht um die Wurst”*. Ці слова разом з *“Wir sind das Volk”*, *“Wir sind ein Volk”* були маніфестами жителів НДР на грандіозній мільйонній демонстрації 4 листопада 1989 року на Александерплац у Берліні, що відбулася за 5 днів до падіння Берлінського муру. На той час банан став у цитованих джерелах символом 1989 року, вказував на дефіцит ринку НДР та “споживчий голод” жителів Східної Німеччини. Банан, як південний фрукт, був дефіцитом на Сході, і, коли відбулося падіння Берлінського муру, то жителі Західної Німеччини зустрічали своїх східних співвітчизників не лише пивом, шампанським і шоколадом, але й бананами.

У тексти німецьких періодичних видань, що містять мовну гру, німецький читач вносить своє “Я”, свою особистість, свої асоціації. Таким чином, завдяки мовній грі відбувається взаємобмін між адресатом та адресантом, кінцевою метою якого є досягнення конкретної прагматичної цілі автора статті. Реакція реципієнта можлива лише за умови комунікативної компетентності останнього, адже саме від адресата залежить, чи він візьме участь у грі чи ні, усвідомлює він ігрову ситуацію чи сприймає мовну гру лише як мовленнєву помилку: *“Gerade erst zwang der Kanzler seinem Finanzminister Pläne für Unternehmensteuervergünstigungen auf, die SPD-Chef Müntefering nun kurzerhand wieder von der Agenda strich. Der eiserne Hans ist zum Hanswurst geworden. In ihrer Not sinnen Sozialdemokraten und Grüne insgeheim längst darüber nach, wie sie mit Hilfe der Mehrwertsteuer den Etat sanieren und dies auch noch als wegweisende Reform verkaufen könnten”* [16]. Для розуміння описаної в наведеному прикладі ситуації читач має бути досить обізнаним стосовно багатьох аспектів, тобто володіти як лінгвальною, так і екстралінгвальною компетентністю. Адже мова йде про “залізного Ганса” – таке прізвисько отримав у народі міністр фінансів Німеччини Ганс Айхель за свою жорстоку політику стосовно бюджетних витрат. До того ж уведення автором у контекст ФО *zum Hanswurst werden* викликає в носія мови асоціацію *Hanswurst* з блазнем, дурнем, без якої неможливим було б розуміння того, що з міністра фінансів “зробили дурня”.

Залежно від того, яку позицію займає автор стосовно до певної ситуації або події, наскільки доброзичливим або ворожим є його ставлення, формується мотиваційна основа мовної гри. Передаючи своє бачення ситуації або просто ознайомлюючи читача з інформацією, автор політичного газетного тексту виступає в ролі критика, роблячи це з гумором, іронією або сарказмом: *“Er sagt der Kultur leise Servus und einer Szene, in der er nie heimisch wurde. Er lässt die Kulturpolitik fallen wie eine heiße Kartoffel, nachdem er ein paar Jahre lang mit dieser heißen Kartoffel jongliert hat”* [11]. Фразеологічна одиниця *jmdn. fallen lassen wie eine heiße Kartoffel* – “freundschaftliche Beziehungen plötzlich und ohne Skrupel abrechnen” [8, с. 813] була доповнена метафорою, яка є іронічним авторським коментарем до фразеологізму, що не могло не позначитися на трансформації значення останнього.

Широко використовується в текстах німецької періодики і сарказм, як засіб комічності, в основі якого лежить гострий дошкульний глум, сповнений презирства. Недотримання постулатів принципу Кооперації Г. Грайса, їх свідоме порушення та експлуатація породжують розмовну імплікатуру. Непрямі мовленнєві акти, метафоричні висловлення, іронія та сарказм порушують постулат Якости: *“Zum einen haben die Wähler gemerkt, dass die CDU an Hartz IV nicht so unschuldig ist, wie sie lange glauben machte. Inzwischen dämmert den Bürgern, dass die Union nur eine Zeit lang Opposition nach allen Seiten spielte – in Berlin für Hartz IV in verschärfter Form, in den Bundesländern gegen Hartz IV, wie es ist. Und weil Angela Merkel zwar Wasser predigt, aber Wein fordert, hat sie in Brandenburg das Spiel noch ein kleines Stück weiter getrieben”* [10]. Фразеологічна одиниця *Wasser predigen und Wein trinken* – *“von anderen Enthaltbarkeit fordern und sie selbst nicht üben”* [8, с. 1701] зазнала трансформації внаслідок авторської індивідуальної заміни *trinken* на *fordern*. На передній план виступає емотивне ставлення автора, його оцінка діяльності політика. На відміну від іронії, сарказм нічим не прикритий. Автор прямо вказує на подвійну гру Ангели Меркель та партії, яку вона очолює.

Таким чином, мовна гра, створена ФО, спрямована на комічний ефект, суттєва інформація подається тут під новим кутом зору. Вона є засобом підсилення експресивності в мовленні та надає адресанту можливість передавати свої емоції, виражати суб'єктивне ставлення до ситуації та впливати на емоції адресата. Мовна гра, створена ФО, відзначається національною специфікою, якою характеризується ціннісно-концептуальна парадигма мовного мислення німецького народу.

Література

1. Болдарева Е. Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Елена Федоровна Болдарева. – Волгоград : ВГПУ, 2002. – 160 с.
2. Витгенштейн Л. Философские работы / Л. Витгенштейн / пер. с нем. М. С. Козловой и Ю. А. Асеева. – Ч. I. – М. : Гнозис, 1994. – 605 с.
3. Мокиенко В. М. Фразеология и языковая игра: динамика формы и смысла / В. М. Мокиенко // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. – Симферополь : Інформаційно-изд. отд. ТНУ, 2012. – Т. 25. – № 2. – С. 100–109.
4. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М. : “Языки русской культуры”, 1999. – 544 с.
5. Язык средств массовой информации : Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический Проект Альма Матер, 2008. – 760 с.
6. Leech G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – London : Longman, 1983. – 367 p.

Довідкова література

7. Гавриш В. І. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. [уклад. В. І. Гавриш, О. П. Пророченко]. – К. : Радянська школа, 1981. – Том 2. – 382 с.
8. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. In 5 Bänden [Electronic resource] / L. Röhrich. – Electronic data. – Berlin : Directmedia, 2000. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

Джерела ілюстративного матеріалу

9. Alles ist in Butter? [Electronic resource] // Der Tagesspiegel. – Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. – 13.12.2004. – Mode of access : [http://www.dwds.de/?view=3&qu="](http://www.dwds.de/?view=3&qu=) "alles+in+Butter+ist (viewed on Februar 21, 2017).
10. Appenzeller G. Böser Onkel, liebe Tante [Electronic resource] / G. Appenzeller // Der Tagesspiegel. – Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. – 24.08.2004. – Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/boeser-onkel-liebe-tante/541744.html> (viewed on Februar 21, 2017).

11. Er lässt die Kulturpolitik fallen wie eine heiße Kartoffel [Electronic resource] // Der Tagesspiegel. – Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 1999]. – 11.10.1999. – Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=fallen+wie+eine+heiße+Kartoffel> viewed on Februar 21, 2017).
12. Henneke M. Eiskalt durchgezogen [Electronic resource] / M. Henneke // Berliner Zeitung. – Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. – 26.01.2000. – Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/eiskalt-durchgezogen,10810590,9762068.html> (viewed on Februar 21, 2017).
13. Keiner klagt [Electronic resource] // Berliner Zeitung. – Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. – 29.11.1997. – Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/keiner-klagt--15978576> (viewed on Februar 21, 2017).
14. Krummes Ding [Electronic resource] // ZEIT ONLINE. – Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. – № 53. – Mode of access : <http://www.zeit.de/1992/53/krummes-ding> (viewed on Februar 11, 2017).
15. Lemke-Matwey C. Mehr Recht als Geschlecht [Electronic resource] / C. Lemke-Matwey // ZEIT ONLINE. – Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2009]. – 06.03.2011. – Mode of access : <http://www.zeit.de/kultur/2011-03/internationaler-frauentag-100> (viewed on Februar 21, 2017).
16. Munsberg H. Lauter Katastrophen [Electronic resource] / H. Munsberg // Berliner Zeitung. – Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. – 13.05.2005. – Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/lauter-katastrophen-15905428> (viewed on Februar 21, 2017).
17. Per SMS [Electronic resource] // Berliner Zeitung. – Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. – 12.11.2007. – Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/per-sms-15925682> (viewed on Februar 21, 2017).
18. Sommer T. Ausgerechnet Bananen [Electronic resource] / T. Sommer // ZEIT ONLINE. – Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2013]. – № 10. – Mode of access : http://www.zeit.de/1999/10/Ausgerechnet_Bananen (viewed on Februar 21, 2017).