

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.35>

Волина Светлана Александровна, Дойникова Марина Игоревна

Словообразование в лингвострановедении (на материале современного немецкого языка)

В статье раскрывается коммуникативный потенциал словообразования современного немецкого языка, проявляющийся в заполнении языковых лакун, что находит свое выражение в языковой креативности. Обращается внимание на то, что возникновение новых слов неизбежно связано с национально-культурным аспектом. Подчеркивается важная роль лингвострановедческого аспекта словообразования в обучении и изучении иностранного языка. Отмечается значение правильного декодирования словообразовательных структур, при котором необходимы не только языковые, но и фоновые знания, играющие особую роль в межкультурной коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/1/35.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 1. С. 175-181. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/1/

© 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

Quotations in Headlines of the English-Language Media-Texts (by the Material of the Online Editions “The Independent” and “The Telegraph”)

Varzapova Viktoriya Yur'evna
Pacific National University, Khabarovsk
victoria_matushi@mail.ru

The article examines functions of quotations in headlines of the English-language media-texts from the viewpoint of the structural-functional, communicative and linguo-culturological approaches. Verbal and non-verbal means to introduce a quotation in the headline are examined. After analysing word-for-word quotations (they are often graphically or verbally marked), allusions (direct or transformed) referring to precedent phenomena and reminiscences, the author concludes that a quotation in the headline mostly serves to realize the influencing function.

Key words and phrases: quotation; headline; allusion; media-text; reminiscence.

УДК 811.112.2

Дата поступления рукописи: 17.11.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.35>

В статье раскрывается коммуникативный потенциал словообразования современного немецкого языка, проявляющийся в заполнении языковых лагун, что находит свое выражение в языковой креативности. Обращается внимание на то, что возникновение новых слов неизбежно связано с национально-культурным аспектом. Подчеркивается важная роль лингвострановедческого аспекта словообразования в обучении и изучении иностранного языка. Отмечается значение правильного декодирования словообразовательных структур, при котором необходимы не только языковые, но и фоновые знания, играющие особую роль в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова и фразы: словообразовательные модели; мотивированность слов; заполнение языковых лагун – коммуникативная потребность; слова – источник национально-культурной информации; страноведческие (фоновые) знания.

Волина Светлана Александровна, к. филол. н., доцент
Дойникова Марина Игоревна, к. филол. н.
Московский государственный лингвистический университет
fotina-lana01@mail.ru; doynikovami@mail.ru

Словообразование в лингвострановедении (на материале современного немецкого языка)

Обогащение и расширение словарного состава немецкого языка (как и многих национальных языков) происходит тремя известными способами: за счет заимствований из других языков, изменения значения и главным образом с помощью словообразования. Основной функцией словообразования является удовлетворение в языковом отношении требований современного немецкоязычного социума: в соответствии с правилами словообразования и словообразовательными моделями возникают стабильные моно- или полиморфемные структуры на основе имеющегося языкового материала (*der Sturm (шторм) + reif (зрелый) = sturmreif (готовый к атаке)*; *auseinander (нопорознь) + setzen (сажать) = auseinandersetzen (объяснять)*; *das Soll (должное, норма) < sollen (быть должным)* и т.п.). В создании номинативных единиц проявляется одна из сущностей словообразования как части ономазиологии – номинативная функция.

Новые слова возникают в процессе коммуникации из потребности обозначения нового, необычного или с целью добиться какого-либо стилистического эффекта. Иными словами, потенциал словообразования служит коммуникативным целям. При помощи словообразования в языке отражаются изменения, происходящие в социуме, что свидетельствует о связи словообразования со страноведческим фоном, знание которого важно не только для носителей языка, но играет большую роль для изучающих иностранный язык. Вслед за Е. М. Верещагиным и В. Г. Костомаровым признаем, что изучение взаимодействия языка и культуры является одним из важнейших вопросов лингвистики [1].

Необходимость внести определенный вклад в изучение связи словообразования с культурологическим и страноведческим аспектами определяет **актуальность** нашего исследования. Языковое сообщество, являющееся носителем национального языка, нуждается в новых словах, ведь постоянное духовное и техническое развитие обуславливает коммуникативную потребность в обозначении всего нового. Представленный в данной статье выборочный анализ словообразовательных структур, возникших в немецком языке за последние десять лет, и выявление их связи с существенными событиями в немецкоязычных странах можно охарактеризовать как **научную новизну** нашего исследования. **Целью** данной статьи являются анализ некоторых примеров словообразовательных структур и желание вызвать интерес к нахождению и анализу новых фактов в данной области, свидетельствующих о связи культуры и языка.

В данной статье поставленная цель достигается за счет решения следующих **задач**:

- 1) отобрать словообразовательные структуры, обозначающие явления действительности, не фиксируемые другими языками и требующие описаний или объяснений;
- 2) продемонстрировать с помощью наглядных примеров, что словообразовательный потенциал языка служит коммуникативным целям;
- 3) подтвердить лингвострановедческий аспект словообразования.

В качестве анализируемых примеров были отобраны лексические единицы из материалов, публикуемых ежегодно с 1971 года Обществом немецкого языка в Висбадене под названием «Слово года» / “Wort des Jahres” [15], с 2008 года издательством Langenscheidt – «Молодежное слово года» / “Das Jugendwort des Jahres” [18], текстовые примеры из немецкоязычных газет и журналов *Der Spiegel* [16], *Die Welt* [22], *Die Deutsche Handwerks Zeitung* [6], *Die Presse* [7], *Die Frankfurter Allgemeine Zeitung* [13], а также из онлайн-словарей DUDEN [8].

В работе использовались следующие **методы исследования**: элементы компонентного анализа, лексико-семантического анализа, сопоставительного анализа, дискурсивного анализа, словообразовательный и лингвокультурологический анализ.

Практическая значимость исследования заключается в анализе эмпирического материала, что делает возможным его дальнейшее использование в преподавании лексикологии и лингвострановедения, при разработке различных типов учебных пособий по указанной тематике.

В современном немецком языке существуют и появляются словообразовательные структуры, обозначающие определенные явления действительности, не фиксируемые другими языками и зачастую требующие пространных описаний или объяснений. Социальные, политические или технические изменения и новшества ставят языковое сообщество перед коммуникативным вызовом, о чем говорит тот факт, что существующая лексическая система не всегда предусматривает соответствующие языковые средства. В таком случае речь идет об объективной необходимости заполнения так называемых языковых лагун, то есть отсутствующих в словарном составе языка наименований того или иного понятия. Каждый язык членит действительность, категоризирует реальность своим собственным способом, что проявляется в частичном сходстве и различиях картин мира у разных народов. Эти пустые места в лексической системе языка Ю. С. Степанов назвал «белыми пятнами» на семантической карте языка, незаметными изнутри, но проявляющимися при сопоставлении языков [3]. «Такое сопоставление, – пишет Ш. Р. Хакимова, – как правило, имеет место в условиях диалога, а точнее межкультурного общения» [5]. Не останавливаясь на дискуссиях лингвистов о том, что понимать под лагуной, подчеркнем, что, выполняя номинативную функцию, словообразование закрывает языковые лагуны, и причиной этого является коммуникативная потребность.

Каждый язык обладает разными способами восполнить дефицит. «Все языки располагают рядом методов, чтобы обойти узкие места в языке, – замечает Людвиг М. Айхингер, – и в зависимости от структуры языка и их носители выбирают свою собственную стратегию. Немецкий язык считается словообразующим языком (*die Wortbildungssprache*)». «Словообразование приходит нам на помощь, – пишет Людвиг М. Айхингер, – когда нам не хватает слов. Например, в случае, если нам необходимо выразить определенные взаимосвязи в тексте или если в языковом сообществе возникает чувство, что в лексиконе языка не заполнено какое-либо интересное место» [9, S. 28].

В способности языка обозначать новые и модифицировать старые понятия находит свое выражение языковая креативность, так как она всегда связана с возникновением чего-либо нового и даже необычного. Нагляднейшим образом языковая креативность проявляется в словообразовании. В словообразовательном процессе «создатель» новых слов опирается на лексические знания: имеющиеся языковые средства, словообразовательные модели, а также закономерности, определяющие возможность или невозможность образования новых слов. В этом процессе используются не только известные, но и менее употребительные образцы, если преследуется определенная коммуникативная цель, например, желание/потребность выразить нечто новое при помощи одного слова (в отличие от пространного описания), прибегнуть к более экспрессивному способу выражения, вызвать у читающего или слушающего интерес к высказыванию, используя необычное, но понятное выражение. Наряду с предсказуемыми словообразовательными структурами существуют новообразования, созданные в определенных контекстах спонтанно либо сознательно на почве отклонения от словообразовательных правил, в чем как раз ярко проявляется языковая креативность [Ibidem, S. 11].

Так, Й. Эрбен замечает, что, принимая во внимание синтаксический аспект словообразования, нельзя игнорировать его семантический аспект, имея в виду, что научное описание словообразования должно содержать не только формализованные основные правила образования слов [10, S. 80]. Например, слово *das Kleinkind* (*klein* (маленький) + *das Kind* (ребенок)) образовано по словообразовательной модели определительного словосложения A + S и обозначает *маленький ребенок, малолетний ребенок*, в немецком языке есть также слово *das Großkind*, образованное по той же модели (*groß* (большой) + *das Kind* (ребенок)), но оно не является антонимом к *das Kleinkind*, а обозначает *внук, внучка* (синонимы также обозначают *внук, внучка: der Enkel, die Enkelin, das Enkelkind, der Enkelsohn, die Enkeltochter, das Kindeskind*). *Das Großkind* – редко употребляющееся слово и имеет пометку в словарях *устар.* и *dual*. Ср., например, также: *das Hochhaus* (*высотное здание, многоэтажный дом*) и * *das Niedrighaus* дословно *невысокий дом* (значок «*» обозначает несуществующее слово или невозможность образования данной структуры), но *das Hochwasser* (*наводок, половодье, высокая [полая] вода; полная вода; (морской) прилив*) и *das Niedrigwasser* (*низкая [малая] вода (при отливе); отлив*).

Контекстуально зависимые словообразовательные структуры могут свидетельствовать о «продуктивности» и предпочтении соответствующих типов в стандартном языке, в языке различных специальностей либо в определенных типах текстов.

Кристиан Леманн подчеркивает, что «языковая креативность лежит в основе таких понятий, как языковая компетентность и перформанс. При этом все научные дисциплины (психология, философия, лингвистика) едины в том, что “креативность – не случайное, божественное наитие. Она подвержена определенным влияниям и поддается тренировке, основывается на солидных специальных знаниях, являющихся следствием традиционного обучения”» [19, S. 10-11].

Согласно О. К. Ирисхановой, стимулом этой одной из зон лингвокреативности являются изменения в мире и социуме, ведущие к возникновению неологизмов и окказионализмов. О. К. Ирисханова утверждает, что в результате проявления лингвокреативности происходит «не только создание нового продукта – текста или слова, которых “никогда не было”, но и нетривиальный выбор одного из уже имеющихся и известных говорящему средств конструирования образа объекта», что, в свою очередь, обусловлено пониманием тонкости механизмов создания нового в языке, а также творческими особенностями человеческого мышления [2].

Едва ли какая-либо другая социальная группа населения так креативна, как молодежная, когда речь идет об изобретении новых слов или переосмыслении значений существующих слов. Так, А. Зоммерсберг подчеркивает: «Молодежь – неиссякаемый источник новых слов. <...> Если какое-либо слово из молодежного языка входит в общее употребление, оно перестает использоваться в молодежных кругах, и тогда ведутся поиски по созданию новых, еще никем не придуманных и не использованных средств выражения» [21]. Например, слово *der Smombie*, избранное в 2015 году издательством Langenscheidt [18] в качестве «молодежного слова» года, образовано по словообразовательной модели немецкого языка контаминация – слияние слов *das Smartphone* (смартфон) и *der Zombie* (зомби) – и обозначает человека, который весь день, уткнувшись в смартфон, живет телефоном и в телефоне, а то, что происходит вокруг, не имеет для него ни малейшего значения. Существует ли в русском языке единичное слово, адекватное немецкому? Может быть, *фанатик смартфона*? В связи с этим интересно замечание о том, что книжка карманного формата «Лексикон: 698 слов на все случаи жизни» (*Die Taschenbuch-Version Wortschatz: 698 Worte für alle Lebenslagen*), состоящая из 190 страниц забавных слов, имеет шанс в будущем превратиться в малый DUDEN.

Итак, слова в немецком языке возникают, прежде всего, при помощи развитой системы словообразования. Изменения в словарном составе немецкого языка происходят, как отмечают многие исследователи, прежде всего за счет именных частей речи: на первом месте здесь стоят имена существительные, затем следуют прилагательные и в меньшем количестве – глаголы. Из 111 окказионализмов 77 (69,37%) существительных, 24 (21,62%) прилагательных, 9 глаголов (8,11%) и один окказионализм, который рассматривается как вопросительное местоимение (0,90%) [10].

По мнению некоторых исследователей, это имеет свои причины. Они считают, что глаголы, как правило, используются в целом ряде сходных ситуаций в комбинации с семантически различными именными дополнениями. Поэтому глагольное словообразование имеет, с одной стороны, синтаксический характер, а, с другой – морфологический. Глагольные новообразования, считает, например, Людвиг М. Айхингер [9], в плане содержания не очень интересны.

Однако, на наш взгляд, в различных письменных источниках находится немалое количество глаголов (может быть, не в таком количестве, как существительных), представляющих интерес с точки зрения выражения и содержания.

В качестве примеров приведем глаголы *krankfeiern* (бюллетенить, не работать, выдавая себя за больного) и *krankfeuern* (вышвырнуть с работы симулянта). Оба глагола образованы, согласно терминологии М. Д. Степановой и И. И. Чернышёва [4, с. 111], по варианту словообразовательной модели глагольного словосложения – сдвиг (*Zusammenrückung*) и слияние прилагательного и глагола. Это словообразовательные конструкции, в которых порядок следования компонентов идентичен порядку следования лексем в синтаксической структуре (ср.: *lahmlegen* (парализовать) < *lahm* (парализованный) + *legen* (класть); *totschweigen* (замалчивать) < *tot* (мертвый) + *schweigen* (молчать) и т.п.). Семантическое своеобразие подобных словообразовательных структур заключается в том, что одни из них подвержены переосмыслению (переносу значения), а другие проявляют лишь некоторое различие по отношению к синтаксическому целому. Ср.: *blautachen* (= *nicht arbeiten*) (прогуливать, не выходить на работу) – *blau machen* (= *mit blauer Farbe versehen*) (окрасить в синий цвет); *freimachen* (= *frankieren*) (оплачивать почтовым сбором / пошлиной) – *frei machen* (= *räumen; befreien*) (освободить); *falschspielen* (= *beim Spielen, besonders beim Kartenspiel, betrügen*) (заниматься шулерством, мошенничать): *beim Poker falschspielen* (мошенничать при игре в покер) – *falsch spielen* (= *unrein spielen*) (фальшиво играть на музыкальных инструментах): *eine Melodie falsch spielen* (фальшиво играть мелодию) и др.

В слове *krankfeiern* < *krank* + *feiern* однозначно понятен первый компонент. Второй компонент *feiern* является многозначным глаголом, и в сложном слове используется одно из его значений, употребляющееся в разговорном языке и обозначающее не работать, быть без работы; бездействовать, например: *Viele Arbeiter müssen feiern*. / Многие рабочие лишены возможности работать. Глагол *krankfeiern* приобрел между тем далеко не безобидное значение и означает симулировать болезнь с целью прогулять школу или работу. Например: *Was gilt beim Krankfeiern bei Kater?* Erst feiern, dann **krankfeiern**? *Wenn an Karneval oder nach der Betriebsfeier die Büros und Werkstätten leerer sind als sonst, beschleicht viele Chefs das unguete Gefühl, dass hier so mancher Mitarbeiter gar nicht ernsthaft erkrankt ist, sondern lediglich krankfeiert* [14]... / Как получить бюллетень, если у тебя похмелье? Сначала праздновать, а потом бюллетенить? Если во время карнавала

или после корпоратива в офисах и мастерских меньше работников, чем обычно, у шефов закрадывается нехорошее чувство, что, пожалуй, и не каждый работник серьезно болен, а просто **симулирует болезнь**...

Частое употребление глагола *krankfeiern* (*бюллетенить*) в СМИ, а также в газетных публикациях свидетельствует о том, что слово отражает определенную реальность и что это явление приобрело в Германии распространение. Ср.:

- *Krankfeiern ist in Deutschland keine Seltenheit* [22]. / **Симуляция болезни в Германии не редкость.**
- *Wenn Mitarbeiter krankmachen: Was Arbeitgeber rechtlich wissen müssen? Krankmachen, Krankfeiern, Blaumachen – der Arbeitgeber-Schreck trägt viele Namen. Wenn sich Mitarbeiter ohne tatsächliche Beschwerden krank melden, leidet der Betrieb. Gleichzeitig tun sich Arbeitgeber schwer, rechtlich gegen krankfeiernde Mitarbeiter vorzugehen* [6]. / **Если работники не выходят на работу под предлогом болезни: что должны знать работодатели с юридической точки зрения? Ужас работодателей имеет много названий – бюллетенить, симулировать болезнь, прозуливать. Если работник сообщает об отсутствии по болезни, не имея реальных жалоб на здоровье, то это наносит ущерб предприятию. Но в то же время у работодателя нет достаточных юридических прав на какие-либо действия по отношению к симулирующему болезнь работнику.**

Глагол *krankfeiern* включен в словарь DUDEN и имеет два значения: 1. разг., шутил. *бюллетенить* (часто не будучи фактически больным); 2. диал. *быть нетрудоспособным* [8].

Глагол *krankfeuern* нельзя найти в словарях, но его можно понять, если он появляется в контексте, например: *Krankfeuern ist, was der Chef macht, wenn er einen beim Krankfeiern erwischt.* / **Вышвырнуть с работы – это то, что делает шеф, если он поймает работника на симулировании болезни.**

Глагол *krankfeuern* можно понять и перевести на русский язык, исходя из употребления глагола *feuern* в разговорном языке как *werfen, schleudern – швырять*: в разговорном варианте *вышвырнуть с работы*, в стилистически нейтральном – *бессрочно уволить с работы*. Оба глагола, на наш взгляд, имеют лингвострановедческую значимость, так как связаны с реальной ситуацией в стране/обществе.

Прежде чем новые слова, возникающие в языковом сообществе в определенный отрезок времени развития языка, (неологизмы) будут включены в словарный состав языка, они должны пройти определенный путь: активно употребляться, быть признанными большинством носителей данного языка в качестве нормы. Конечной фазой существования слова в качестве неологизма является включение его в словари литературного языка.

В качестве примера приведем слово *der Wutbürger* (*разъяренный гражданин*), признанное в 2010 году Обществом немецкого языка (Gesellschaft für deutsche Sprache, GfdS) [15] «словом года» (Wort des Jahres). Заметим, что языковая креативность проявляется не только в создании новых слов, но и в способности толковать или декодировать их. Именно этот аспект языковой креативности в области словообразования очень важен для изучающих иностранный язык. Создание же новых слов – это, прежде всего, задача носителей языка, владеющих не только определенными правилами, но и так называемым развитым чувством языка, которым в высшей степени обладают, например, писатели, в чьих произведениях мы встречаемся с интересными неологизмами, а точнее с окказионализмами. К этому процессу имеют также непосредственное отношение журналисты и менеджеры по рекламе.

Напомним, что одним из основных понятий в теории словообразования является мотивированность слов, связанная с лексико-категориальным значением словообразовательной модели и значением непосредственно составляющих производных и сложных слов. Это означает потенциальную возможность вывести семантическую обусловленность значения сложного или производного слова из совокупности значений их составляющих и значения модели. В отличие от словотворчества (например, *Igittigitt!* (*ах, боже мой!*); *der/das Wirrwar* (*путаница*) и т.п.) и заимствований только словообразовательные структуры позволяют в опоре на знание языковых элементов и определенные правила структурирования вычислить с той или иной степенью достоверности значение словообразовательных конструкций. Их контекстуальные и интертекстуальные связи также помогают установить смысл словообразований [9, S. 41–42]. Рассмотрим следующий пример: по степени мотивированности слово *der Wutbürger* < *die Wut* (*ярость*) + *der Bürger* (*гражданин*) следует отнести к частично мотивированным, так как, несмотря на существование в немецком языке составляющих его компонентов *die Wut* (*ярость*) и *der Bürger* (*гражданин*) в качестве самостоятельных слов, невозможно правильно определить, что за социальное явление обозначает сложное слово *der Wutbürger* (*разъяренный гражданин*), опираясь на формулу *сумма значений компонентов + значение словообразовательной модели = значение сложного/производного слова*.

В рамках небольшого эксперимента студентам было предложено авторами данной статьи либо перевести это слово на русский язык, либо объяснить, как они понимают его значение. Результаты перевода были такие: *der Wutbürger* – *разъяренный гражданин; гражданин в ярости; гражданин, испытывающий ярость*. Однако никто из студентов, не обладая соответствующей фактической информацией, не ассоциировал слово *der Wutbürger* с внутрисполитическими событиями в Германии, поэтому не смог объяснить правильно его значение. Это, несомненно, свидетельствует о том, что правильное декодирование значения подобных слов, в первую очередь, не носителями соответствующего языка требует не только языковых, но и фоновых знаний, являющихся основой национально-культурного уровня владения языком и играющих особую роль в межкультурной коммуникации.

На самом деле в данном случае речь идет о проекте *Штутгарт 21* (Stuttgart 21 / auch kurz S21), предусматривающем перестройку главного тупикового вокзала Штутгарта (административный центр федеральной земли Баден-Вюртемберг) в подземный сквозной вокзал. Стоимость проекта оценивалась в 4,1 миллиардов евро, и это вызвало волны протестных демонстраций.

Жюри объяснило свой выбор следующим образом. Данный неологизм использовался в многочисленных газетных публикациях и телепередачах с целью выразить *возмущение населения тем, что политические решения принимаются без учета мнения граждан*. По мнению жюри, слово документирует желание и право граждан участвовать в решении государственных вопросов. Правда, сам неологизм интерпретировался журналистами по-разному и в некоторых случаях подвергался жесткой критике. Так, например, высказывалось мнение, что данное слово имеет отрицательную коннотацию, прежде всего, из-за значения первого компонента и умаляет важность действий граждан, потому что движущей силой здесь выступает гражданская активность, а не ярость. Было даже выдвинуто предложение назвать слово *der Wutbürger* «неприемлемым словом года» (Unwort des Jahres).

Слово *der Wutbürger* DUDEN включил в словарь с пометой «газетный жаргон» (Zeitungsjargon) и дал следующее определение: *aus Enttäuschung über bestimmte politische Entscheidungen sehr heftig öffentlich protestierender und demonstrierender Bürger* [8] (*гражданин, разочарованный определенными политическими решениями, резко протестующий против них и публично демонстрирующий свой протест*). В дальнейшем это слово также не раз использовалось в немецкоязычной прессе. Приведем несколько примеров и оговоримся при этом, что при переводе на русский язык можно было бы воспользоваться целым рядом синонимов, обозначающих разную степень возмущения и несущих разную стилистическую окраску, например: *разъяренный, взбешенный, возмущенный, негодующий, разгневанный, яростный* и др. Здесь мы остановимся на варианте «*разгневанный гражданин*».

1. **Wutbürger**: “Beklagen ist sinnlos – handle”

Der erste “Stammtisch für **Wutbürger**” in Wien war gut besucht und emotionsgeladen.

Die Ansage beim ersten Stammtisch für **Wutbürger** war klar: Es sollte über jene Dinge gesprochen werden, die Bürger wütend machen, es sollten aber auch konstruktive Lösungen dafür gefunden werden. Schon nach den ersten Wortmeldungen wurde klar: **Die Wutbürger** sind eine sehr heterogene Gruppe... <...>

...Und so begannen die im Kaffeehaus versammelten **Wutbürger**, über Möglichkeiten nachzudenken, tatsächlich etwas zu bewegen [6]... /

Разгневанный гражданин: «Жаловаться бесполезно – действуй»

На первой встрече «Завсегдагаев **разгневанных граждан**» в Вене было много посетителей. Заседание проходило на повышенных эмоциях.

Тема первой встречи была понятной: речь должна была идти о тех вещах, которые приводят граждан в ярость, необходимо было найти конструктивные решения. Уже после первых выступлений стало ясно: **разгневанные граждане** представляют собой гетерогенную группу... <...>

...поэтому собравшиеся в кафе **разгневанные граждане** начали взвешивать возможности, в самом деле, каким-либо образом повлиять на ситуацию...

2. **Der Wutbürger** macht Pause

Dass aus der **Wutbürgerbewegung** vor vier Jahren – gemessen an damaligen Verhältnissen – eine Truppe von Einzelkämpfern wurde, ist der Volksabstimmung zu verdanken. Sie war die Grundlage für Kompromiss und Befriedung. <...> Mit dem hartleibigen Widerstand von **Wutbürgern** müssen aber die Politiker leben [13]. /

Разгневанный гражданин делает перерыв

Тем, что движение **разгневанных граждан** четыре года тому назад – в соответствии с тогдашними обстоятельствами – превратилось в отряд борцов-одиночек, мы обязаны народному референдуму, полужившему основе компромиссу и примирению. <...> Политики должны, однако, считаться с упорным сопротивлением **разгневанных граждан**.

Необходимо заметить, что ежегодные публикации Общества немецкого языка, связанные с выбором «слов года», отражающих в языковом отношении особым образом политическую, экономическую и социальную стороны жизни немецкого общества, целесообразно использовать в преподавании немецкого языка, так как они представляют интерес как с лингвистической, так и с лингвострановедческой точки зрения. Такие слова часто отражают не только существующую реальность в данном социуме, но и выходящие за рамки этого социума явления. Например, первое место в списке «слов года 2018» заняло существительное *die Heißzeit*, образованное по аналогии со сложным словом *Eiszeit* (*ледниковый период*) – *длительные этапы глобального похолодания в геологической истории Земли*, но *Heißzeit* обозначает, по мнению Общества немецкого языка, не отрезок времени (с апреля по ноябрь) с аномальной жаркой погодой, а эпохальный климатический феномен начала XXI века, способный привести к изменению климата на всей планете [15]. Правда, как пишет Spiegel Online, другие эксперты считают данное мнение, высказанное в ходе дебатов по этому поводу, «перегретым» (*überhitzt*), а саму дискуссию «подогретой высокими летними температурами» (*durch die hohen Sommertemperaturen zusätzlich angeheizt*) [16].

На наш взгляд, факт декодирования этого слова, а также реакция на него в прессе могли бы дать повод к обсуждению данного понятия с лингвистической точки зрения (например: Можно ли считать *die Heißzeit* неологизмом/окказионализмом? Какую стилистическую нагрузку несут в данном контексте слова *überhitzt* и *anheizen*? и т.п.), а также с точки зрения страноведческого и межкультурного аспекта (Насколько это понятие связано с охраной окружающей среды? Обсуждается ли эта проблема в Вашей стране / семье / среди Ваших друзей и знакомых? и т.п.).

Языковая креативность находит свое выражение не только в следовании словообразовательным правилам, но и в нарушении их – так, в частности, появляются окказионализмы. Й. Эрбен [11] отмечает, что в большой степени именно зависимые от контекста окказиональные образования, не получившие лексикографический статус, то есть не занявшие свое место в лексической системе немецкого языка вследствие пока еще не частой употребительности и непризнанности в качестве нормы в языковом сообществе, могут свидетельствовать

о продуктивности некоторых типов словообразования и предпочтительности словообразовательных средств и структур в определенных типах текстов, прежде всего, в таких сферах, как художественная литература, публицистика, повседневная коммуникация и реклама. Интересной представляется гипотеза Р. Фельнер [12], высказанная в исследовании, посвященном окказионализмам в рекламных слоганах, где речь идет о зависимости степени оригинальности новообразования от употребительности определенных моделей словообразования. Окказионализмы, образованные при помощи продуктивных моделей словосложения, были сочтены менее оригинальными, чем те, которые были образованы по менее продуктивной модели словообразования – контаминации. Ср., например:

die Migräne-Bremse (словосложение) < *die Migräne* (мигрень) + *die Bremse* (дословно: тормоз; здесь следует понимать в переносном смысле как нечто, оказывающее тормозящее/сдерживающее воздействие) = средство от мигрени / предупреждающее мигрень;

tchibofonieren (контаминация) < *Tchibo* (немецкая компания, известная благодаря производству одноименного растворимого кофе, а также фирменной одежды, бытовой техники и предметов домашнего быта) + часть от глагола *telefonieren* (звонить по телефону). *Tchibofonieren* = звонить по телефону из кафе Tchibo, например: *Tchibofonieren* wird deutlich billiger. *Tchibo*-Kunden telefonieren untereinander für nur noch 5 Cent pro Minute. Ansonsten gilt ein Minutenpreis von 25 Cent [Ibidem]. / Звонить по телефону из кафе Tchibo намного дешевле. Клиенты кафе Tchibo потратят на телефонный разговор друг с другом только 5 центов. Телефонный разговор из других источников обойдется в 25 центов за минуту.

Как видно из приведенных выше примеров, в словах языка как социального явления находит своё отражение жизнь общества с его материальной и духовной культурой. Это является подтверждением того, что язык является носителем и источником национально-культурной информации. В двоякой функции языковых единиц сказывается связь между словообразовательной системой и ее лингвострановедческой направленностью.

Проведенное нами исследование позволило сделать следующие **ВЫВОДЫ**:

1. Словообразовательный потенциал языка служит коммуникативным целям.
2. Словообразовательные структуры отражают изменения, происходящие в духовной, социальной, экономической и политической сферах языкового сообщества, создавая страноведческий фон, так необходимый, в частности, при изучении иностранного языка.
3. С точки зрения словообразования в смысле декодирования наибольший интерес представляют для нас «непрозрачные» сложные и производные слова, в том числе и с иноязычными компонентами. Этот аспект, на наш взгляд, может быть предметом последующих исследований, так как в языке постоянно возникают новые словообразовательные структуры.

Список источников

1. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы: монография. М. – Берлин: Директ-Медиа, 2014. 509 с.
2. Ирисханова О. К. О понятии лингвокреативности и ее роли в метаязыке лингвистических описаний // Когнитивные исследования языка. М. – Тамбов: Ин-т языкознания РАН; Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2009. Вып. 5. Исследование познавательных процессов в языке. С. 158-171.
3. Степанов Ю. С. Французская стилистика (в сравнении с русской) [Электронный ресурс]. URL: <https://elit-knigi.ru/details.php?id=187325> (дата обращения: 15.11.2019).
4. Степанова М. Д., Чернышёва И. И. Лексикология современного немецкого языка: учеб. пособие для студ. лингв. и пед. фак. высш. учеб. заведений. Изд-е 2-е, испр. М.: Изд. центр «Академия», 2005. 256 с.
5. Хакимова Ш. Р. Лакуны как лингвистическое явление [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2015. № 1 (81). URL: <https://moluch.ru/archive/81/14614/> (дата обращения: 26.10.2019).
6. *Deutsche Handwerks Zeitung* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.holzmann-medien.de/media-sales/print/deutsche-handwerks-zeitung/> (дата обращения: 26.10.2019).
7. *Die Presse* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.diepresse.com/> (дата обращения: 02.10.2019).
8. *Duden Onlinewörterbuch* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.duden.de/woerterbuch> (дата обращения: 02.10.2019).
9. Eichinger L. M. Deutsche Wortbildung: eine Einführung. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000. 269 S.
10. Erben J. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. Berlin: Schmidt 4, 2000. 191 S.
11. Erben J. Zur deutschen Wortbildung [Электронный ресурс]. URL: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/1344/file/Erben_Zur_deutschen_Wortbildung_1976.pdf (дата обращения: 14.09.2019).
12. Fellner R. Okkasionismen in Werbeslogans zwischen 2003 und 2008 unter besonderer Berücksichtigung der Branchen Kosmetik, Ernährung, Getränke und Pharmazie [Электронный ресурс]: Diplomarbeit. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11587509.pdf> (дата обращения: 26.10.2019).
13. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.faz.net/aktuell/> (дата обращения: 26.10.2019).
14. Gerlach F. Neue Wörter. Die Welt der Neologismen [Электронный ресурс]. URL: <https://www.goethe.de/de/spr/mag/20364473.html> (дата обращения: 14.10.2019).
15. *Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gfds.de> (дата обращения: 26.10.2019).
16. “Heißzeit” ist Wort des Jahres 2018 [Электронный ресурс] // Spiegel Online. Gesellschaft für deutsche Sprache. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/heisszeit-ist-das-wort-des-jahres-2018-a-1243688.html> (дата обращения: 14.09.2019).
17. Jaax L. Verdacht auf Blaumachen: Das können Chefs tun [Электронный ресурс]. URL: <https://www.impulse.de/recht-steuern/was-chefs-bei-verdacht-auf-krankfeiern-tun-koennen/2024707.html> (дата обращения: 26.10.2019).
18. Langenscheidt [Электронный ресурс]. URL: <https://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres> (дата обращения: 26.10.2019).
19. Lehmann Ch. Sprachliche Kreativität [Электронный ресурс]. URL: https://www.christianlehmann.eu/lehr/method/hausarbeit_kreativitaet.pdf (дата обращения: 26.10.2019).

20. Pittner R. J. Der Wortbildungstyp Kopulativkomposition im heutigen Deutsch // Neue Fragen der Linguistik. Akten des 25. Linguistischen Kolloquiums. Paderborn, 1990 / hrsg. von E. Feldbusch, R. Pogarell und C. Weiß. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1991. Bd. 1. Bestand und Entwicklung. S. 267-272.
21. Sommersberg A. Die Top 30 der Jugendwörter (und ihre Erklärung) [Электронный ресурс] // Sommersberg A. Ist das nice, oder was? URL: <https://www.duda.news/welt/jugendwort-2017-top-30-das-sagen-kinder> (дата обращения: 13.11.2019).
22. Welt [Электронный ресурс]. URL: <https://www.welt.de/> (дата обращения: 02.10.2019).

Neologisms Formation through the Prism of Culture-Oriented Linguistics (by the Material of the Modern German Language)

Volina Svetlana Aleksandrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Doinikova Marina Igorevna, Ph. D. in Philology
Moscow State Linguistic University
fotina-lana01@mail.ru; doynikovami@mail.ru

The article reveals the communicative potential of word-formation in the modern German language. Word-formation process is determined by the necessity to fill linguistic lacunas and is associated with linguistic creativity. The authors point out that neologisms always contain a national and cultural component. Importance of the national and cultural aspect when teaching foreign-language neologisms is emphasized. The paper reveals importance of adequate decoding of word-formative structures, which requires both linguistic and background knowledge that plays a special role in cross-cultural communication.

Key words and phrases: word-formative models; motivation of words; filling linguistic lacunas – communicative need; nationally and culturally marked words; cultural (background) knowledge.

УДК 8; 81:81-2; 81-25

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.36>

Дата поступления рукописи: 20.10.2019

Статья посвящена тематической классификации фразеологизмов, функционирующих в немецком молодежном языке. Классификация разработана на основе лингвистического исследования свыше 200 фразеологических единиц. Семантико-тематический анализ фразеологизмов основан на выявлении их фразеосемантических групп. Основанием для разделения по группам служит концептуальная соотнесенность фразеологических единиц. Полученные результаты могут быть использованы для создания тематических (идеографических) словарей, в частности молодежного жаргона.

Ключевые слова и фразы: молодежный сленг; фразеология; классификация фразеологизмов; концепт; фразеосемантическая группа; семантико-тематический анализ.

Гусева Алла Ефимовна, д. филол. н., профессор
Манукян Кристина Михайловна
Московский государственный областной университет
angst51@rambler.ru; kmanysik@mail.ru

Тематическая классификация фразеологических единиц в молодежном языке (на материале современного немецкого языка)

Общеизвестно, что язык – мощное средство регуляции деятельности людей в различных сферах. Значимую часть разговорной лексики составляет сленг, или жаргон, который играет огромную роль в изучении языка. Наибольший интерес вызывает молодежный жаргон (далее – МЖ). Он заслуживает глубокого исследования и подробного описания как наиболее динамичная часть лексической системы языка, которая непосредственно отражает социокультурно значимые изменения в обществе. Изучение молодежного языка приобретает возрастающую активность в условиях расширяющихся международных контактов (стажировки, турпоездки, преподавание ряда предметов немецкими специалистами, просмотр фильмов, прослушивание современных песен на немецком языке и т.д.). Кроме того, соперничество, которое всегда существует между отдельными молодежными группами, наиболее ярко отражает характер общественного развития.

Соперничество между представителями разных социальных групп сопровождается конкуренцией языковых форм и стилей общения. Поэтому групповое и межгрупповое общение представителей разных социальных групп является средой, в которой рождается новый стиль жизни и новый язык.

Несмотря на то, что к классификации фразеологических единиц (далее – ФЕ) на протяжении нескольких десятилетий было приковано пристальное внимание лингвистов, данная проблема продолжает оставаться актуальной и по-прежнему является одной из основных в современной фразеологии. Актуальность темы данной статьи связана с довольно частым использованием ФЕ в МЖ современного немецкого языка и обуславливается отсутствием идеографического словаря немецкого МЖ, построенного по принципу «от понятия к ФЕ». Научная новизна исследования состоит в том, что в статье предпринята попытка составления тематической классификации ФЕ в молодежном языке на материале современного немецкого языка, которая может послужить основой для составления идеографического фразеологического словаря МЖ современного немецкого языка.