

## ПЕРЕВОД ЭКСПРЕССИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ДИСКУРСЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕССЫ

## TRANSLATION OF EXPRESSIVE LEXICON IN THE DISCOURSE ON YOUTH PRESS

В статье актуализируется проблема экспрессивной лексики, так как она отражает все особенности современного общества. Выявлены факторы использования экспрессивной лексики, которые необходимо учитывать при переводе. Приводятся примеры наиболее распространенной экспрессивной лексики в молодежных изданиях и даются варианты их перевода.

**Ключевые слова:** экспрессивная лексика, эмоциональная окраска, сленг, молодежная пресса, перевод, контекст, жанровые особенности.

The article considers the problem of expressive lexicon because it reflects all the peculiarities of the modern society. The particular attention is paid to the factors of use the expressive lexicon, which should be considered when translating. Some examples of the most common expressive lexis in the youth publications are given together with their translation.

**Keywords:** expressive lexicon, emotive language, slang, youth press, translation, context, genre peculiarities.

Проблема экспрессивной лексики неоднократно становилась предметом исследования лингвистов и продолжает вызывать большой интерес, что обусловлено ее тесной связью с социокультурной спецификой современного общества. Фактически, экспрессивность есть интерпретация бытия конкретного субъекта, позиционированная чувственным восприятием мира. Мысль о том, что язык представляет собой «определенный уклад интеллектуального и чувственного восприятия», высказывал еще Вильгельм фон Гумбольдт [1, с. 41].

Следует отметить, что актуальность исследования проблем экспрессивных высказываний непосредственно связана с экстралингвистическими факторами, обусловленными общими тенденциями эволюции языка и его лексического состава, представляя определенную трудность с точки зрения их адекватного перевода. Как подметил Б.Л. Бойко, «сленговая лексика чрезвычайно подвижна и разнится от поколения к поколению <...> человек, даже имея социальный

опыт пребывания в нескольких социальных общностях, не может владеть социально-групповой лексикой каждой отдельной общности в одинаковой мере» [2, с. 64].

В молодежной прессе мы часто находим экспрессивную лексику, так как важной отличительной чертой молодежного стиля является воздействующий эффект. Чтобы воздействовать на своего читателя, высказать свое мнение о происходящем, автор использует выразительные средства экспрессии.

### Язык молодежной прессы

Экспрессивная лексика современного молодежного текста (*Wortschatz der Jugendlichen*) – явление очень сложное и многоплановое, поэтому мы ограничим поле нашего исследовательского интереса дискурсом молодежной прессы. Язык молодежи в целом отличается некоторой особенностью, стремлением вырваться из скучных правил взрослых. Специфика речи молодежи запечатлена в молодежных изданиях, предназначенных для возрастной группы от 14 до 30 лет.

Стремление молодежи к неординарному самовыражению активизирует процессы развития молодежной лексики. Громадную роль здесь играют

<sup>1</sup> Доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории и практики перевода факультета гуманитарных технологий АНО ВО «Российский новый университет».

© Рябова М.Э., 2017.

массмедиа, которые формируют тип современного человека, увлеченного музыкой, интересующегося модой, ведущего подвижный образ жизни, находящегося всегда в курсе всех новостей шоу-бизнеса. Именно поэтому мы можем найти так много неологизмов, модных слов, жаргонизмов, сленга, англицизмов, различных иноязычных вкраплений в молодежной прессе, и перевод их довольно затруднителен. Рассмотрим наиболее характерные черты молодежной лексики.

Современная молодежная пресса отличается языковой спецификой и представляет собой некоторый фильтр, ограничивающий проникновение устных выражений повседневности в книжный стиль. Универсальной чертой молодежного стиля является неустанный поиск неологизмов, акцентирующих неизбитые образы спонтанного воображения молодого человека. Безусловно, активное вторжение экспрессивных элементов в молодежную прессу неизбежно сопровождается снижением литературного стандарта. Перевод молодежной экспрессивной лексики затрудняется не только сложностью семантики, но и наличием субъективных компонентов.

Среди словообразовательных средств выражения эмоционально-оценочного отношения наиболее продуктивным и распространенным в оценочных высказываниях интервью является суффикс *-chen*. Существительные с таким суффиксом приобретают различные эмоциональные оттенки, от шутивно-ласкательных до ироничных: *Heimchen am Herd; Doofchen; Spässchen; Dummmchen; Muckelchen*.

Носителями эмоционально-оценочного значения выступают существительные, прилагательные, глаголы, выполняющие в предложении различные синтаксические функции. Наиболее часто оценочная информация содержится в общеоценочных прилагательных: *toll; süß; super; scheisse; schön; cool; schick* и т.п.:

(1) *Ich habe eine tolle Idee!* [Stern, 27/2000, с. 172]. – У меня есть **великолепная** идея!

(2) *Rosen finde ich auch süß* [Stern, 5/2001, с. 66]. – Розы я тоже считаю **красивыми**.

Характерным для лексики в молодежной прессе является преобладание фамильярно-сниженных стилистических окрасок – иронических, насмешливых, шутивных, выражающих симпатию и нежность. Например:

(3) *Du armes Mausi!* [Joy, 8/2007, с. 61]. – Ах ты **бедняжка!**

(4) *Als blonde junge Frau ist man ja heute das Doofchen* [Stern, 26/2010, 157]. – Сегодня молодые блондинки у всех ассоциируются с **надутыми дуручками**.

Из грамматических средств выражения эмоциональной оценки можно выделить местоимения и артикль. В определенном контексте они могут сигнализировать о положительном либо отрицательном отношении говорящего к высказыванию. Так, определенный артикль перед именами собственными придает репликам оттенок откровенного пренебрежения к данному лицу.

(5) *So ein kleiner Spiesser, der Herr Dietl, verschliesst von den Geliebten das Drehbuch* [Stern, 5/2007, с. 40]. – **Этот господин Думл**, еще тот приколост, создает сценарий по истории влюбленных.

(6) *Die Vroni ist ja allen Männern überlegen* [Joy, 5/2007, с. 14]. – **Эма Врони** высокомерно ведет себя со всеми мужчинами.

Использование указательных местоимений вместо личных может придавать высказыванию непринужденный характер, вносить оттенок пренебрежения, выражать отрицательное отношение к лицу, обозначаемому этим местоимением. Например:

(7) *Kate Moss finde ich schrecklich, die ist so abgemagert. Die hat nichts Weibliches* [Joy, 5/2007, с. 32]. – **Эма** Кейт Мосс, на мой взгляд, просто ужасна, она такая тощая. В ней вообще нет ничего женственного.

Экспрессивные лексические средства маркированы субъективной окраской, передавая нюансы эмоций и настроений человека. К этой палитре языковых средств относятся:

1) вненормативная лексика, в том числе и относящаяся к социальным вариантам языка (просторечие, ругательства, табуированная лексика, жаргонизмы): *Scheiße; Verflucht; Mist; der absolute Horror; Müll, Schrott* плохой, не имеющий положительных качеств; *Keim, Proll, Stino, Gesichtseimer* невзрачный человек; *Nullpeiler; Däm-mel; Dämlack, Idiot, Hirni, Gipskopf, Dusseltier* идиот, придурок; *Saftsack, der letzter Heuler, Sauhund, Flaps* полное ничтожество; *Problemiker* человек, создающий много проблем; *Trudchen, Spinatwachtel, Bratze, Eule, Besen, Schrulle* некрасивая девушка; *rasseln, Crap labern, Scheiße quatschen, Müll erzählen, rumopern* говорить ерунду; *Talbahn* полоса неудач; *schnurzippegal* всё равно, безразлично; *Gierlappen* жадный человек; *Pampe* пища, еда; *nudeln* наесться; *Braut, Schnecke, Schnitte, Mieze* симпатичная девушка).

(8) *Manno, das ist ja voll Kacke immer Single zu sein, das macht mich fertig!* [Bravo, 4/2007, с. 49]. – Блин, это **полная фигня** постоянно быть одному, меня это уже достало!

(9) *Dein Freund hat gestern schon wieder eine fette Schnitte gezogen und du bist wie immer al-*

*lein geblieben... Komm, du schaffst es auch!* [Bravo, 5/2007, с. 23]. – Твой друг уже снова подцепил вчера **отпадную девчонку**, а ты как всегда остался не у дел? Ты тоже так сможешь, вперед!

2) территориальные варианты лексики: диалектизмы; **Laschi** (norddt.)/**Luschi** (ostdt.) глупый, наивный; **knille sein** (norddt./ostdt.) быть очень пьяным; **Preßlufthütt**n (österr.) дискотека; **plomben** (ostdt.) вести пустые разговоры, врать; **Fischkopf** (norddt.) болван; **Ischen abschleppen** (ruhr.) знакомиться с девушками; **Klops** (norddt.) толстый парень; **rumrotzen** (sächs.) простудиться; **eine Fleppe ziehen** (norddt.) обидеться на кого-либо; **Tussi** (ruhr.) глупая девушка.

(10) *Mann, warum mag doch mich niemand? Braucht jetzt niemand eine Plunze?*(süddt.) [Joy, 11/2007 с.48]. – Боже, ну почему меня никто не любит! Что, никому не нужна **толстуха**?

(11) *Wenn du also nicht willst für immer und ewig Single bleiben, dann los: geh mal schon Ischen abschleppen, sobald du bei einer Disco bist!* [Popcorn, 3/2005, с. 32]. – Итак, если ты все же не хочешь навеки остаться без подружки, то вперед, уже в самом начале дискотеки начинай **кадрить девчонок!**

3) диахронические варианты: неологизмы, модные слова, англицизмы; (**krass** чумовой, офигенный; **keinen/zero/minus Bock haben** не иметь желания делать что-либо; **Abhängen** вечеринка; **pullen, kapiieren, schnallen, hirnen** понимать; **up to date sein** знать, разбираться в чем-либо; **alles locker, alles Roger, alles Safe** идти «пучком»; **abfetzmässig, trendig/trendy** высший класс; **Action** оживленная атмосфера; **strange** странный; **searchen** думать, размышлять; **rumcoolen** бездельничать; **Date** свидание, встреча; **anpowern** приводить кого-либо в восторг; **Lucky** человек, которому всегда везет; **symreal** прекрасный; **snacken gehen** перекусить; **relaxen** отдыхать; **fix und foxi sein** быть замученным; **Typ, Freak** молодой человек; **Feeling, Kick** кайф; **ötzend sein** нравиться; **Knacker, Alter, Chummer, Kumpan, Pello, Zupfer** приятель; **switchen** обмануть кого-либо, бросить кого-либо; **bomb, phat, endgei, catchy, doppelplus, endcool, kultig, Luxe, Killer, Dope, geil, mega-astrein sein** клёвый, суперский, отличный; **Look** дорогая одежда).

(12) *Schulzeit vorbei? Jetzt Party burnen!!!* [Joy, 2/2006, с. 52]. – Учеба позади? Тогда **зажжем по полной!**

(13) *Der Kerl powert jedes Mädels an...Möchtest du mal auch so aussehen?* [Joy, 2/2006, с. 31]. – Такой парень **приведет в восторг** любую девушку... Хочешь выглядеть так же?

4) фразеологизмы (**in die Kiste springen** умереть; **auf den Geist gehen, auf den Senkel gehen** надоедать; **jmdn in die Wüste schicken** разорвать отношения с кем-либо; **am Sand sein** полное отсутствие чего-либо; **Gas geben** поспешить что-либо сделать (дословно: дать газу); **sich nach Mekka putzen** предложение удалиться; **auf zwei Hochzeiten tanzen** пытаться успеть сделать сразу два дела; **eine volle Niete sein** не оправдать возложенного доверия, **die Brille aufhaben** находиться в безвыходной ситуации; **einen Abgang machen** умереть; **die beleidigte Leberwurst spielen** обидеться на кого-либо; **eine Laus über die Nase laufen lassen** впасть в панику).

(14) *Wenn er irgendwo mit seinen Freunden abhängt, musst Du keine Leberwurst spielen und schweigen, das bringt ja nichts, versuch lieber ihm das anders zu erklären* [Joy, 5/2007, с. 33]. – Если он снова где-нибудь **зависает** со своими друзьями, не стоит **корчить обиженное лицо** и молчать, попробуй объяснить ему это другим способом.

(15) *Benimmst Du dich weiter so – bist Du bald am Sand!* [Joy, 9/2007, с. 21]. – Будешь себя и дальше так вести – **скоро окажешься в дураках.**

#### Специфика экспрессивной лексики

Существуют наблюдения, что именно чувственные ощущения декодируют смысл переводимого текста. По мнению Д.О. Добровольского, одна из основных сложностей при попытках определения границ отдельных групп эмоционально-оценочных лексем заключается в том, что понятие употребительности не универсально для всех носителей языка, а зависит, по крайней мере, от временных, локальных, социальных и ситуативных факторов [3], на которые следует ориентироваться при выборе стратегии перевода. Рассмотрим их несколько подробнее.

**Специфика временного фактора** заключается в том, что у каждого поколения есть свой набор употребительных идиом.

(16) *Mach dir mal'nen Kopf, Schatzy, wie du dich weiter benimmst sollst, um mich nicht zu verlieren!* [Bravo, 4/2007, с. 31]. – **Тебе бы, дорогой, стоило задуматься над тем, как себя вести дальше, чтобы не потерять меня.**

(17) *Die Musik von der Gruppe «Ich + Ich» finden viele heute abfetzmässig* [Joy, 9/07, с. 2]. – Музыку группы «Ich+Ich» сегодня многие считают просто **чумовой.**

Не секрет, что молодежь часто считает лексику взрослых устаревшей, например: **auf dem Kriegsfuß mit j-m stehen** «враждовать, быть не в ладах с кем-либо/стоять с кем-либо **на троне войны.**»

Эта идиома имеет возвышенную стилистическую окраску, и ее употребление в публицистическом тексте может нести оттенок иронии, как, например, в этом случае:

(18) *In Mathe war sie nicht gut und mit der deutschen Rechtschreibung stand sie auch «auf dem Kriegsfuß»*. – С математикой у нее не особо ладилось, да и с немецким правописанием она тоже *стояла «на троне войны»*.

Несмотря на то что лексический состав проанализированных молодежных изданий охватывает одну возрастную группу, можно заметить некоторые различия употребления фразеологизмов внутри этой группы. Отметим, что чем моложе человек, тем более простые по структуре идиомы он употребляет.

(19) *Christine macht die Arbeit Spaß* [JUMA, 4/2003, с. 31]. – Работа Кристине *доставляет удовольствие*.

Но, анализируя статьи, предназначенные для более взрослой аудитории из обозначенной возрастной группы, находим:

(20) *Mir schmeckte das Leben in seiner Familie gar nicht* [Joy, 11/2007, с. 51]. – Жизнь в его семье *не приносила мне никакого удовольствия*.

Идиомы, употребляемые тинейджерами, сложнее и более экспрессивно окрашены. Например:

(21) *Bei seiner Arbeit an der Schule braucht er ein dickes Fell, denn viele können nicht zuhören oder andere ausreden lassen* [JUMA, 4/2003, с. 24]. – Работая в школе, *он должен быть непробиваемым*, так как многие не хотят слушать, а другие просто не дают договорить до конца.

**Локальный фактор.** В различных областях Германии, тем более в различных немецкоязычных странах, наблюдаются существенные различия в степени употребительности тех или иных идиом, например: *auf der Schippe nehmen* потешаться над кем-либо, выставлять кого-либо дураком.

Один из компонентов идиомы «*auf der Schippe nehmen*» – «*die Schippe*» стоит в словаре с пометой «*niederdeutsch*». По всей вероятности, и вся идиома употребляется преимущественно на севере Германии. Кроме того, данная идиома имеет стилистическую помету «*salopp*» – *фам.*, это дает нам право утверждать, что эта идиома употребляется преимущественно в разговорной речи и несет в себе экспрессивность.

(22) *Ihm geht der Knopf auf* [JUMA, 1/2003, с. 14]. – До него (наконец) *дошло*, он (наконец) *понял*.

Лексема «*der Knopf*» – австрийского происхождения («*österreichisch*»), то есть ареалом бытования идиомы будет территория Австрии.

**Социальный фактор.** Не требует специальных доказательств, что употребление и выбор идиом зависит от социальной принадлежности носителя языка. Существенным является при этом общий уровень образованности и интеллекта. В литературе отмечается, что глубокий смысл лексики современного человека «заклучается в том, что он превращается в особый интенсивный фокус накопления границ между слоями языка» [4, с. 137]. В молодежной прессе употребление социолектно окрашенных фразеологических единиц обуславливается адресной направленностью сообщения. Например, текст статьи о сети Интернет может содержать фразеологические единицы, относящиеся к жаргону пользователей Интернета: *Zugang zum Web haben* иметь доступ к Сети; *Absturz, Crash erleben* зависание операционной системы; *Wallpaper* фоновые рисунки (обои) в Windows.

**Ситуативный фактор.** Ситуативная обусловленность означает, что один и тот же человек по-разному пользуется языком в разных условиях. Ситуативная обусловленность речевого поведения в целом влияет и на выбор фразеологических единиц, например: (23) *Ich ziehe vor allen Schülerinnen und Schülern aus Polen den Hut, die diesen Weg wählen und durchstehen* [JUMA, 11/2002, с. 31]. – *Я уважаю* всех учениц и учеников из Польши, которые выбрали и выдержали этот путь.

Эта идиома имеет возвышенную стилистическую окраску. В данной ситуации автор, употребляя ее, высказывает свое уважение. В повседневном же разговоре между ровесниками эта идиома неуместна и будет нести ироническую окраску, благодаря чему присущая ей возвышенная стилистическая окраска трансформируется в сниженную.

Кроме перечисленных факторов существует и **личностный**, в известной степени определяющий идиоматичность речи каждого носителя языка. В предисловии к «Немецко-русскому словарю живых идиом» отмечается, что индивидуальные характеристики говорящего проявляются достаточно ярко. Практически у каждого человека есть свои излюбленные идиомы, и поскольку индивидуальные параметры речи не поддаются учету, привести примеры будет достаточно сложно, тем более что язык прессы нам такой возможности не дает.

Резюмируя вышесказанное, подчеркнем, что очень важно точно выявить и передать семантические особенности экспрессивной лексики в молодежной прессе. Каждый человек индивидуален, соответственно он по-своему понимает

то или иное выражение, поэтому при переводе данной лексики большое внимание стоит уделять таким факторам, как личность говорящего и конкретная ситуация, в которой данная фраза была употреблена.

### Литература

1. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем.; общ. ред. Г.В. Рамишвили. – М. : Прогресс, 2000. – 400 с.

2. Бойко Б.Л. Самодеятельный онлайн-словарь современной лексики, жаргона и сленга «Словоново» как форма общения в Интернете // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 64–70.

3. Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии. Вопросы

языкознания / Д.О. Добровольский. – М. : Мета-текст, 1997. – 201 с.

4. Рябова М.Э. Иноязычие как психологический фактор формирования субъекта усложняющегося общества (дуальная оппозиция и ситуация конфликта) // Мир психологии. – 2005. – № 2. – С. 136–141.

### Источники примеров

1. Bravo (1/2007, 2/2007, 3/2007, 4/2007, 5/2007, 7/2007, 9/2007).

2. Joy (2/2006, 3/2006, 10/2006, 11/2006, 2/2007, 3/2007, 4/2007, 5/2007, 7/2007, 8/2007, 10/2007, 11/2007).

3. JUMA. Das Jugendmagazin (№ 4/2002, 11/2002, 4/2003).

4. Popcorn (3/2005).

5. Stern (2/1997, 5/2000, 26/2010, 27/2010).