Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

На правах рукопису

ГОРДІЙ ОКСАНА МИРОСЛАВІВНА

УДК 811.112.2’373.7

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

10.02.04 – германські мови

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник
Остапович Олег Ярославович
кандидат філологічних наук, доцент

Івано-Франківськ – 2016

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ 5
ВСТУП 6
РОЗДІЛ 1
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ ЯК ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН 15
1.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи у загальнолінгвістичних та фразеологічних дослідженнях 15
1.1.1. Термінологічні зауваження 17
1.1.2. Дослідження фразеологічних експресивів і комунікативів у вітчизняному мовознавстві 20
1.1.2.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в контексті досліджень вигукових фразеологічних одиниць 23
1.1.2.2. Комунікативи в теорії неподільного речення 26
1.1.3. Зарубіжні лінгвістичні студії фразеологічних експресивів і комунікативів 30
1.2. Функціонально-прагматичний підхід у вивченні фразеологічних експресивів і комунікативів 37
1.3. Відмежування та зони перетину фразеологічних експресивів і комунікативів та інших стійких фраз 45
1.4. Стійкість та відтворюваність фразеологічних експресивів і комунікативів 52
1.5. Семантико-прагматичні особливості та поняття ідіоматичності фразеологічних експресивів і комунікативів 58
Висновки до Розділу 1 65
РОЗДІЛ 2
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ В ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ 68
2.1. Лексикографічна фіксація фразеологічних експресивів і

комунікативів. Методика вибірки матеріалу дослідження 68
2.2. Функціональні групи фразеологічних експресивів і комунікативів 74
2.3. Національно-культурний компонент в семантичній структурі фразеологічних експресивів і комунікативів 90
2.4. Корпусні методики лінгвістичних досліджень і фразеологія 98
2.4.1. Інтернет як лінгвістичний корпус 101
2.4.1.1. Методика визначення частотності вживання фразеологічних експресивів і комунікативів німецької мови 105
2.4.1.2. Верифікація результатів пошуку на основі методу опитування..... 118
Висновки до Розділу 2 121
РОЗДІЛ 3
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ У КОНТЕКСТІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ..... 125
3.1. Основні характеристики Інтернет-дискурсу 125
3.1.1. Жанрова панорама Інтернет-дискурсу 130
3.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в асинхронній Інтернет-комунікації..... 134
3.2.1. Проблема усного характеру мовлення в Інтернеті 135
3.2.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в Інтернет-форумах 139
3.2.3. Фразеологічні експресиви і комунікативи у платформах питань-відповідей 148
3.3. Мультимедійність та інтерактивність Інтернет-комунікації. Прецедентний характер фразеологічних експресивів і комунікативів 152
3.3.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в онлайн-ЗМІ 156
3.3.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в соціальних мережах ... 171
3.3.2.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в структурі соціальної мережі Фейсбук 172
3.3.2.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи на фото- і відеохостингах 176

3.3.3. Фразеологічні експресиви і комунікативи у назвах веб-сайтів 182
Висновки до Розділу 3 184
ВИСНОВКИ 188
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 193
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ 226
ДОДАТКИ 249

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВФО	вигукова фразеологічна одиниця
КОК	комп’ютерно-опосередкована комунікація
МА	мовленнєвий акт
МК	міжособистісна комунікація
ПФ	прецедентний феномен
СФ	стійка фраза
СФЗ	стійкий фразовий зворот
ФЕ	фразеологічний експресив
ФЕіК	фразеологічні експресиви і комунікативи
ФК	фразеологічний комунікатив
ФО	фразеологічна одиниця

ВСТУП

Дослідження фразеологічних одиниць національних мов займають велику нішу у різних лінгвістичних парадигмах. Об'єктивні труднощі із формулюванням уніфікованого визначення фразеологізму та побудовою класифікаційних схем з чіткими межами, з якими зіткнулися представники системно-структурного підходу, значною мірою успішно долають науковці комунікативно-прагматичного напряму та когнітивної лінгвістики, враховуючи як інтерсуб'єктивні, так і індивідуальні позамовні фактори, релевантні для функціонування різних типів фразеологічних одиниць.

Актуальність нашої роботи зумовлюється дискусійним статусом в сучасній германістиці фразеологічних одиниць (тут і далі – ФО) у формі окремого висловлення, які передають інтенції, оцінки та емоції мовця. Структурні та функціональні особливості цих одиниць часто ставали причиною зарахування їх разом з прислів'ями до периферії фразеології. Якщо прислів'я широко розглядалися в рамках пареміологічних праць, то вищеназвані одиниці здебільшого випадали з поля зору науковців. В наш час на необхідності їхнього дослідження наголошують провідні фразеологи, зокрема, Г. Бургер [178] та А. М. Баранов і Д. О. Добровольський [14]. Аналіз існуючих підходів, в рамках яких ці одиниці розглядалися як комунікативні формули (В. Фляйшер [214]), комунікативи як «експресивні засоби мови» (О. К. Кожина [75]) чи назагал як вигукові фразеологічні одиниці – ФО з «повним експресивним переосмисленнням компонентів» (О. В. Кунін [96]; М. В. Гамзюк [35]), дозволяє нам аргументувати їхнє зображення як єдиного функціонально-семантичного поля фразеологічних експресивів і комунікативів.

Інтернет-лінгвістика сьогодні стрімко розвивається, про що свідчать численні праці у цій сфері вітчизняних та зарубіжних дослідників (Д. Крістал [188; 189; 190]; К. Дюршайд [204]; С. В. Заборовська [62]; С. А. Матвєєва [110]; Л. Ф. Компанцева [80]; О. В. Лутовінова [104]; Л. Ю. Щипіцина [160] та ін.). Значну увагу приділяють

питанню взаємодії усної і писемної форм мовлення в Інтернеті (В. М. Шевельов [159]; С. О. Лисенко [105]; Г. М. Трофімова [147]; К. Венц [297]; К. Дюршайд [205]; А. Шторер [285]).

З огляду на зазначені тенденції вважаємо актуальним дослідження проникнення і функціонування експресивної та комунікативно спрямованої фразеології у різних за своєю специфікою жанрах Інтернет-дискурсу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в рамках наукової теми кафедри німецької філології ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» «Структура і функції елементів різних рівнів системи німецької мови» (номер державної реєстрації 0113U005754). Тема дисертації затверджена Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» 27 травня 2008 р. (протокол№ 11) та уточнена 30 червня 2015 р. (протокол№ 7).

Метою дисертації є комплексний аналіз функціонально-семантичного поля фразеологічних експресивів і комунікативів сучасної німецької мови в Інтернет-комунікації та встановлення їхнього загальнолінгвістичного і когнітивно-дискурсивного статусу у німецькій лінгвокультурі.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

– проаналізувати та систематизувати існуючі підходи щодо розгляду статусу стійких фраз в системі німецької мови та обґрунтувати представлення фразеологізмів-висловлень, що передають інтенції, оцінки і емоції мовця, як функціонально-семантичного поля фразеологічних експресивів і комунікативів;

– відмежувати ФЕіК німецької мови від інших стійких одиниць в структурно-семантичному і функціональному плані, описати основні підходи до проблеми їхньої класифікації в сучасній лінгвістиці та виробити стратегії дослідження ФЕіК відповідно до релевантності їхніх категоріальних ознак;

– сформувати методологічне підґрунтя дослідження з опорою на теоретичні положення фразеології в лінгвокогнітивній парадигмі та Інтернет-лінгвістику;

– здійснити аналіз лексикографічної фіксації ФЕіК та визначити їхню тезаурусну класифікаційну модель;

– проаналізувати лінгвокультурні особливості ФЕіК німецької мови;

– на основі доступних в мережі Інтернет текстів провести кількісний аналіз вживання ФЕіК, перевірити відповідність лексикографічної фіксації цих одиниць та верифікувати отримані відомості за допомогою експерименту з опитування інформантів-носіїв мови;

– представити мовну та жанрову специфіку Інтернет-комунікації і визначити найрелевантніші жанри для аналізу ФЕіК;

– описати основні дискурсивні характеристики функціонування ФЕіК в Глобальній мережі.

Об'єктом дослідження є фразеологічні експресиви і комунікативи сучасної німецької мови – синтаксично оформлені у вигляді речень / еліптичних речень окремі висловлення, закріплені узуально для вираження інтенцій, оцінок і емоцій мовця. **Предмет** дослідження становлять їхні функціонально-семантичні і лінгвокультурні характеристики та когнітивно-дискурсивні особливості вживання в Інтернет-дискурсі.

Матеріалом дослідження слугував корпус фразеологічних експресивів і комунікативів, який сформовано на основі суцільної лексикографічної вибірки із фразеологічних словників та словників розмовної німецької мови і етимологічних довідників із загальною кількістю 2303 одиниці. Проаналізовано текстовий корпус, який представлений різножанровими матеріалами німецькомовного Інтернет-простору, отриманими за допомогою пошукової системи *Google*. Для аналізу ФЕіК в публіцистичних текстах використовувались матеріали сайтів онлайн-видань та онлайн-версій популярних німецьких національних і регіональних видань – *www.focus.de*, *www.welt.de*, *www.fr-online.de*, *www.kicker.de*, *www.morgenpost.de*, *www.badische-zeitung.de* та ін., а також їхніх інтерактивних додатків для зворотного зв'язку з читачами, передусім рубрики «читацький коментар» видання *FOCUS Online*. Аналіз функціонування ФЕіК в асинхронній комунікації здійснювався на матеріалах німецькомовних форумів різноманітного

тематичного спрямування. Взаємопов'язаність вживання ФЕіК з мультимедійними можливостями Інтернет-комунікації розглядається головним чином на матеріалах сайтів *www.youtube.com* (відеоінформація) та *www.fotocommunity.de* (фото та інші зображення). Дослідження функціонування ФЕіК в соціальних мережах анкетного типу проводилося на матеріалах сайту *www.facebook.de*.

В основі нашого дослідження лежить принцип антропоцентризму. Мовні явища, серед яких фразеологічний фонд загалом та ФЕіК зокрема, вивчаються з огляду на виконувану ними роль для лінгвокультури, їхнє призначення в мовленнєво-когнітивній діяльності людини. Загальна **методологічна база** дослідження сформувалась на основі лінгвофілософських ідей В. Гумбольдта, Г. Файльке, Ш. Штайна. В роботі використано основний методологічний інструментарій когнітивно-комунікативної лінгвістики, лінгвокультурології, корпусних досліджень та Інтернет-лінгвістики. Ми звернулись як до загальнонаукових, так і до власне лінгвістичних методів, головним чином, усталених методик дослідження ФО. Метод індуктивного аналізу й синтезу був застосований для узагальнення і уточнення теоретичних положень, формулювання висновків. Для інвентаризації та систематизації мовного матеріалу був використаний метод лінгвістичного опису, який включає в себе прийоми спостереження, інтерпретації, аналізу словникових статей, співставлення, класифікації. Нові тенденції фразеологічних досліджень виявляють зміну інвентарно-дистрибутивного підходу на функціонально-семантичну та комунікативно-прагматичну парадигму. Для вирішення поставлених завдань традиційне розуміння фразеосемантичного поля було інтерпретоване як функціонально-семантичне поле ФЕіК, що дозволило виявити їхню функціональну таксономічну організацію.

Для кількісних підрахунків було розроблено авторську методику застосування мережевого (автоматизованого) пошуку, яка полягала у використанні пошукової системи *Google* для з'ясування частотних характеристик вживаності ФЕіК. Верифікація отриманих результатів проводилась на основі методу анкетування. Елементи кількісного аналізу використовувались також для

інвентаризації лексикографічного та емпіричного текстового матеріалу. Контекстуально-ситуативний та комунікативно-прагматичний аналіз застосовувався для встановлення специфіки функціонування фразеологічних експресивів і комунікативів німецької мови в Інтернет-дискурсі, виявлення і опису їхньої дискурсивної «доданої вартості». Крім того, ми використовували в роботі мультимедійний аналіз – метод, обумовлений новизною та специфікою досліджуваного матеріалу, за допомогою якого визначалась роль невербальної інформації у функціонуванні ФЕіК в окремих жанрових форматах Інтернету. Отже, методологічною основою дослідження є поліпарадигмальний підхід до дослідження фразеологічних експресивів і комунікативів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що аналізовані ФО *вперше* представлені як єдине функціонально-семантичне поле фразеологічних експресивів та комунікативів. Це дозволило уточнити їхні семантико-прагматичні особливості з максимальною наближеністю до реального функціонування. На великому обсязі вибірки досліджено лінгвокультурну специфіку та описано особливості вживання ФЕіК з національно-культурним компонентом семантики у дискурсі. Експериментальна частина роботи виконана з використанням методики сучасних корпусних лінгвістичних студій. Представлена авторська методика кількісного та якісного аналізу ФЕіК за допомогою пошукових систем в Інтернет-корпусі. У підсумку виокремлено групи одиниць з різночастотною вживаністю. У дослідженні використано мовний матеріал, який досі рідко залучався до лінгвістичного обігу. В роботі комплексно розглядаються дискурсивні характеристики ФЕіК у новій, відносно малодослідженій сфері комунікації – Інтернет-дискурсі, формування якого обумовлене розвитком інформаційних технологій. Встановлено універсальний характер мовнокреативного вживання ФЕіК, їхньої розважальної та парольної функцій. Досліджувані одиниці вперше описано як прецедентні феномени інтенційної та емоційно-оцінної концептосфер в німецькій лінгвокультурі.

Теоретичне значення роботи полягає у внеску до теорії фразеології, корпусної лінгвістики, лінгвокультурології та Інтернет-лінгвістики.

Прагматично-функціональний аналіз Інтернет-дискурсу розширюється лінгвокультурним підходом, що дозволяє встановити особливості вживання ФЕіК в німецькомовному сегменті. Запропонована в дисертації методика використання фіксованої в Інтернеті текстової інформації як мовного корпусу може застосовуватися при дослідженні інших типів мовних одиниць.

Практична цінність дослідження полягає у тому, що отримані результати можуть використовуватися у викладанні дисциплін «Лексикологія німецької мови» (розділ «Фразеологія»), «Лінгвокраїнознавство», спецкурсів з лінгвокультурології та Інтернет-лінгвістики. Матеріали дослідження також можуть залучатися для розробки посібників з лексикології, укладання фразеографічних праць й написання наукових робіт з німецької філології.

Положення, які винесено на захист:

1. Фразеологічні експресиви і комунікативи сучасної німецької мови складають єдине функціонально-семантичне поле, що представлене у свідомості мовців фрагментом лексико-семантичної системи мови із тезаурусною таксонною структурою, гіперлінками та дифузними взаємопроникними ділянками.

2. Складність у проведенні дискретної межі між фразеологічними одиницями із експресивною семантичною домінантою та суто комунікативною функцією зумовлює необхідність виділення амбівалентної перехідної зони – ідіоматики експресивно-комунікативного спрямування, що складає значну кількісну частку досліджуваного емпіричного мовного матеріалу.

3. Фразеологічні експресиви і комунікативи у мережі Інтернет виступають чинниками особливого виду квазіусної, писемно-усної комунікації, що надає їй таких гібридних рис як спонтанність і водночас особливе орфографічне оформлення.

4. Ми вважаємо за доцільне розглядати мережу Інтернет як особливий текстовий макрокорпус. Кількісні підрахунки саме на його основі уможливлюють дослідження Інтернет-комунікації як такої, а також інтерсуб’єктивну актуалізацію лексикографічних відомостей та реалістичне наповнення ідіоматичного тезаурусу.

5. Поєднання діахронної та синхронної національно-культурної специфіки семантики фразеологічних експресивів і комунікативів в Інтернет-комунікації характеризується набуттям ними прецедентного характеру, включенням механізмів вторинної інтертекстуальної алюзії, навіть у виразах, де така семантична специфіка відсутня у референтній семантичній складовій та видається інтуїтивно непрогнозованою. Фразеологічні експресиви і комунікативи набувають в аналізованих жанрах Інтернет-комунікації ефекту «дискурсивної доданої вартості» й роблять свій внесок у творення когнітивно-світоглядної бази німецької лінгвокультури.

6. Особливістю Інтернет-комунікації назагал та функціонування у ній фразеологічних експресивів і комунікативів є значно активніше поєднання візуального та вербального каналів інформації, зумовлене технологічними особливостями мережі, та нерозривно пов'язана з цим феноменом подвійна актуалізація дослівного й ідіоматично-сигніфікативного прочитання фразеологічних одиниць, потенціал якої значно ширший, аніж у традиційних друкованих медіа.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним дослідженням. Практичні результати, теоретичні положення й висновки сформульовано безпосередньо автором. Статей, написаних у співавторстві, немає.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення та практичні результати дослідження висвітлено й обговорено на 6 міжнародних наукових та науково-практичних конференціях: «Мова і культура» (Київ, 2010); «Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість» (Острог, 2014); «Мови та світ: дослідження та викладання» (Кіровоград, 2014); «Лінгвістика. Комунікація. Освіта» (Луганськ, 2014); «Пріоритети германського та романського мовознавства» (Луцьк, 2014); «Лінгвокомунікативні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців в нафтогазовій галузі в контексті освітньої євроінтеграції» (Івано-Франківськ, 2015). Результати дослідження обговорювались на засіданнях кафедри німецької філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (2011-2015 рр.).

Публікації. Основні результати дослідження висвітлено у 9 наукових публікаціях автора, з них 7 – опубліковано у фахових виданнях ДАК України, 1 – в тезах доповіді на наукову конференцію та 1 – у фаховому зарубіжному виданні.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, переліку умовних скорочень, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (299 найменувань, з яких 137 – іноземними мовами), списку джерел ілюстративного матеріалу (163 Інтернет-посилання) та 7 додатків. Основний текст викладено на 192 сторінках. Повний обсяг роботи становить 270 сторінок.

У **Вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету і основні завдання, визначено об’єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну, теоретичне й практичне значення дисертації; описано матеріал та методи дослідження; сформульовано положення, що виносяться на захист; подано інформацію щодо апробації результатів дисертації та публікацій, описано структуру роботи.

У **Розділі 1 «Фразеологічні експресиви і комунікативи як лінгвістичний феномен»** проведено аналіз представлених у сучасній мовознавчій науці підходів щодо дослідження ФО зі структурою речення, які передають інтенції, оцінки та емоції мовця, і сформульовано авторську концепцію зображення досліджуваних одиниць як окремого функціонально-семантичного поля. Проводиться відмежування та зображуються зони перетину цих одиниць із суміжними явищами; визначаються стратегії дослідження питання стійкості і відтворюваності ФЕіК та їхніх семантико-прагматичних характеристик.

У **Розділі 2 «Фразеологічні експресиви і комунікативи в лексичній системі німецької мови»** розглянуто особливості лексикографічної кодифікації ФЕіК, описана методика лексикографічної вибірки. На основі їхніх ілокутивних функцій розроблено тезаурусну класифікаційну схему. Здійснена лінгвокультурна розвідка лексикографічно фіксованих одиниць. Проведено огляд корпусних фразеологічних досліджень та використано Інтернет як мовний корпус. Застосована методика допомогла визначити частоту вживання ФЕіК в німецькомовному Інтернет-дискурсі. Відображення у корпусі Інтернету

фактичного функціонування у мові досліджуваних ФО верифіковано за допомогою письмового опитування носіїв мови.

Розділ 3 «Фразеологічні експресиви і комунікативи в контексті Інтернет-комунікації» присвячено дослідженню когнітивно-дискурсивних особливостей функціонування ФЕіК у різних жанрах Інтернет-комунікації; розглядається правомірність зарахування частини фіксованих в мережі текстів як наближених до концептуально усного мовлення; визначається роль використання ФЕіК для конструювання лінгвокультурної специфіки німецькомовного Інтернет-дискурсу.

У **висновках** підсумовуються отримані результати, окреслюються можливості їхнього практичного використання, наводяться перспективи подальшого дослідження фразеологічних експресивів і комунікативів.

В **додатках** наведено тезаурусну схему функціонально-семантичного поля ФЕіК, анкету опитування респондентів та перелік досліджуваних в дисертації мовних одиниць у різних жанрах Інтернет-комунікації.

РОЗДІЛ 1
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ ЯК ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

1.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи у загальнолінгвістичних та фразеологічних дослідженнях

Давно відомим у науці фактом є те, що в мові існує велика кількість речень, які не будуються заново в процесі мовлення, а повторюються і відтворюються, зберігаючись в пам'яті носіїв мови. Їхній відтворюваності сприяє повне або часткове переосмислення компонентного складу, образність, функціональна фіксація, експресивність, почасти жартівливий та іронічний характер, різне стильове забарвлення, наявність культурно-конотативного компонента: *Ab nach Kassel! Das ist (doch) die Höhe! Da wird der Hund in der Pfanne verrückt! Du kannst mich am Abend besuchen! Das fängt ja gut an! So gewiss ich lebe*. Такі стійкі фрази відзначаються неоднорідністю та численністю в системі мови, що обумовлює об'єктивні труднощі щодо визначення їхнього статусу у фразеології, широкий спектр підходів до дослідження цих одиниць.

Тенденцію до збільшення кількості синтаксичних фразеологічних одиниць (неподільних речень) як свідчення прагнення мови до конвенціалізації, стійкості, системності і регулярності на прикладі російської мови відзначає В. Ю. Мелікян. Науковець характеризує неподільні речення як «один з найяскравіших засобів емоційно-експресивної експлікації комунікативного смислу» і зазначає, що особливості цих одиниць, тобто їхнє лексичне наповнення, моделі побудови, умови вживання і т. п., складають самобутність будь-якої мови, адже вони відображають специфіку мовного мислення комунікантів, стратегії спілкування між людьми, а також рівень емоційності носіїв тієї чи іншої мови [112, с. 88].

Н. В. Черемисіна відзначає зв'язок виникнення і функціонування ФО цього типу з мовною антиномією «мовець-слухач» та протиборчими принципами

економії і надлишковості, які визначають і регулюють процес спілкування. Ця антиномія, подібно до інших мовних антиномій, «слугує внутрішнім стимулом саморозвитку мови і взаємодіє при цьому з цілим рядом екстралінгвальних факторів» [153, с. 152].

У дослідженні ідіоматичних речень Р. Фінкбайнер для пояснення продуктивності цих фраз використовує новітню концепцію «оптимальної релевантності» (пор. D. Sperber, D. Wilson, R. Carston [182; 279]), яка визначається як відношення отриманих від певного висловлення когнітивних ефектів до зусиль / затрати часу, необхідних на його обробку [212, S. 199-211].

Сфера функціонування цих одиниць традиційно обмежується усним розмовним мовленням, оскільки вони вживаються для вираження різноманітних емоційно забарвлених оцінок і власне емоцій та в директивних мовленнєвих актах як експресивні реакції на певні ситуації. Найменш вивченим є їхнє функціонування в Інтернет-комунікації, багатство і специфіка жанрів якої відкривають перед дослідниками нові можливості. Навіть для пересічного користувача-нелінгвіста очевидно, що мова Інтернету є неформальною, гнучкою. Лінгвокомунікативний аналіз Інтернет-дискурсу підтверджує універсальний процес демократизації спілкування (див. Розділ 3).

Огляд наукової літератури як радянського періоду, так і сучасних вітчизняних та зарубіжних студій показує, що історія досліджень цих ФО налічує багато гетерогенних підходів. Вивчення *стійких фраз* (тут і далі – СФ) розпочалось з їхнього виділення в окремий клас, яке відбувалось, як правило, за структурно-синтаксичним критерієм, коли вони як фразеологізовані речення протиставлялись ФО зі структурою словосполучення. З прагматичним переворотом, який відбувся у лінгвістиці в другій половині минулого століття, у дослідженнях СФ переважає функціональний підхід.

Стійкі фрази, або фразеологізовані речення, розглядалися багатьма науковцями у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві на матеріалі різних мов. У німецькому мовознавстві комунікативні (прагматичні) фразеологізми досліджували В. Фляйшер [214], Ф. Кулмас (рутинні формули) [187], К. Д. Пільц

[265], Г.-Г. Люгер [255], Г. Бургер [174; 178], Я. Корхонен [244], Е. Гюліх (тривіальні речення) [221; 222], Р. Фінкбайнер [212] та у фразеографічному аспекті – Г. Кемпке [236], П. Кюн [247]. У вітчизняному мовознавстві СФ німецької мови вивчали О. Д. Райхштейн [132; 133; 269], С. Є. Ісабеков [66], Л. Ф. Козирєва [76; 77], М. В. Гамзюк [35; 36; 37; 38]; на матеріалі англійської мови – О. В. Кунін [95; 96], Д. І. Квеселевич [72], Н. В. Поліщук [127], О. Ю. Вікторова [25]; французької мови – А. Г. Назарян [119], В. Г. Гак [31]; української мови – Г. Т. Кузь [92], Л. В. Куценко [98]; в російському мовознавстві ще з радянського періоду бере початок теорія неподільного речення – Г. В. Валімова [21], В. Ф. Кіпріянов [73; 74], В. Ю. Мелікян [111; 112; 113], І. О. Шаронов [155; 156], О. К. Кожина [75], А. В. Чугуй [154].

1.1.1. Термінологічні зауваження

Поняття *стійка фраза* у вітчизняному мовознавстві з'явилось з виходом у 1964 році монографії В. Л. Архангельського «Устойчивые фразы в современном русском языке». Під стійкими фразами автор розуміє «ФО, які організовані за існуючими або такими, що існували раніше, моделями речень. Вони мають постійний кількісно і якісно визначений лексичний склад, стабільний набір граматичних форм, стійке комбінаторне значення, засновані на взаємній детермінації, детермінації або індетермінації членів і повторюються в певній ситуації і відомому контексті мовлення, де реалізують, нерідко з обмеженнями, потенційно властиві їм форми часу, модальності і особи, співвідносять з точки зору мовця своє значення з дійсністю і отримують ту чи іншу інтонацію повідомлення» [10, с. 177]. Автор розглядає їх як найпростіші цілісні комунікативні одиниці, що слугують засобом формування і повідомлення думок та вираження емоцій. Об'єм мовних явищ, які включені в це поняття В. Л. Архангельським, досить широкий: загальновживані прислів'я, приказки, стаціонарні фрази діалогічного мовлення експресивного і еліптичного характеру, вигукові СФ, модальні СФ, крилаті афоризми і загальнонаціональні літературні

цитати, ходові біблійні цитати, фразеологічні кальки СФ інших мов світу та фразеологічні шаблони різних стилів літературного мовлення.

Різні підходи та принципи класифікації спричинили появу багатьох паралельних термінів – стійкі фрази [10; 76; 133], стійкі речення (*festgeprägte Sätze*) [269], комунікативні формули [214], рутинні формули [187], мовленнєві формули [14], приказки [66], прагматичні фразеологізми [247], прагматичні формули [265], вигукові фразеологізми [35; 92; 127] / інтер'єктивні фраземи [5], комунікативи [25; 73; 75], комунікеми [111; 117; 154], релятиви [21; 72], неподільні речення [112], ідіоматичні речення [212], фразеологізми-речення (*satzwertige Phraseologismen*) [255], фразеологізми-висловлення [168; 274], фразеорефлекси [31]; зокрема навіть таких, що суперечать один одному – ***sprichwörtliche*** *Satzredensarten* у І. І. Чернишової [183] і ***sprichwörtliche*** *Formeln* у Л. Рьоріха [252, с. 24] та **приказки** – стійкі фрази **неприслівного** та нецитатного характеру у С. Є. Ісабекова [66]. Вони охоплюють часто лише певну частину цих негомогенних, проте функціонально споріднених одиниць.

Предмет нашого дослідження складають ФО німецької мови, які В. Фляйшер об'єднує у клас *комунікативних формул*; за термінологією О. Д. Райхштейна та С. Є. Ісабекова це *приказки* – всебічно стійкі фрази неприслівного і нецитатного характеру (тобто нами не розглядаються власне цитати. Щодо т. зв. крилатих фраз див. дискусію п. 1.3.). Термін *приказка* ми вважаємо невдалим для позначення цих мовних одиниць, оскільки складно знайти його однозначний німецький еквівалент. Неоднозначною є також калька з німецької *комунікативна формула* (*kommunikative Formel*) і охоплення цим терміном усіх релевантних для нашого дослідження фразеологізмів з огляду на виконувані ними функції. У німецькому мовознавстві термін *формула* (*die Formel*) закріпився в контексті досліджень шаблонної мови (*formelhafte Sprache* та *Formelhaftigkeit*) [282] і виступає родовим поняттям для усталених мовних сполучень, які виявляють особливу прагматичну стійкість, не обов'язково будучи фразеологізмами *stricto sensu* (пор. рутинні та мовленнєво-специфічні формули – *Die Sitzung ist eröffnet; Ich meine*, а також дослідження шаблонів певних текстів

(*formelhafte Texte*) [187; 222]). Оскільки досліджувані нами одиниці в більшості випадків виявляють повне або часткове ідіоматичне переосмислення компонентного складу та паралельно ситуативну чи прагматичну стійкість, то, на нашу думку, вони знаходяться на перетині фразеології у вузькому та широкому розумінні.

У вітчизняному мовознавстві ще з середини минулого століття за більшою частиною цих одиниць закріпився термін *вигукові фразеологічні одиниці*, який виник в результаті класифікації фразеологізмів за частинами мови. Слід зауважити, що статус вигуків в системі частин мови неоднозначний і до них часто зараховують різнопланові явища. Фразеологічні одиниці, які автори охоплюють цим терміном, свідчать про розуміння терміну *вигуковий* (рос. *междометный*) не в значенні вигуку як частини мови, а з огляду на інтонаційне оформлення фраз (пор.: *Rede nicht so ein Blech! Gut gebrüllt, Löwe!,* а також питальні за структурою речення – *Wie kommt Saul unter die Propheten? Woher nehmen und nicht stehlen?*) [35; 76; 77]. В. Фляйшер відмовляється від окремого розгляду вигукових фразеологізмів і зауважує, що мова йде про комунікативні фразеологізми зі структурою речення й неможливо класифікувати стійкі фрази за частинами мови як фразеолексеми [214, S. 130].

Терміни *стійкі фрази* та *стійкі речення* слід відхилити з огляду на дослідження останніх років, які показали, що стійкість ФО є досить відносною величиною [212; 298]. Крім того, ці терміни часто використовуються щодо ширшого об’єму одиниць. Щодо терміну *фразеологізми-висловлення* погоджуємось з Р. Фінкбайнер, яка, оперуючи категоріями логіки, зазначає, що він не може розглядатись як цілком адекватний, оскільки не кожне висловлення є реченням, а предметом цих досліджень були лише фразеологізми зі структурою речення. Зі свого боку, вони, звісно, можуть бути визначені як одиниці висловлення. Термін Р. Фінкбайнер *ідіоматичні речення*, на нашу думку, також не відображає функціонально-прагматичну стійкість цих одиниць, яку підтверджують новітні дослідження і сама Р. Фінкбайнер [212, S. 22-28]. В російській школі неподільного речення використовують терміни *релятиви*,

комунікеми чи *комунікативи*. Зокрема, О. К. Кожина розглядає ці фрази як «стійкі одиниці експресивно-реактивного характеру» і об'єднує їх терміном *комунікативи* та зазначає, що цей термін підкреслює основну функціональну спрямованість розглянутих мовних одиниць (*Ну ты даешь! Какие вопросы! Да где же это видано?*) [75, с. 24].

Ми пропонуємо для функціонального аналізу стійких фраз неприслівного і нецитатного характеру термін *фразеологічні експресиви і комунікативи*, яким підкреслюється як одна з суттєвих характеристик цієї категорії фразеологізмів – функціонально-прагматична стійкість, так і повне чи часткове переосмислення компонентного складу та їхнє синтаксичне оформлення у вигляді речень як мінімальних одиниць комунікації. Перед тим, як дати повне визначення предмету дослідження на основі відмежування і встановлення зон перетину цих одиниць та інших стійких фраз, наведемо аналіз вивчення ФЕіК німецької мови та споріднених структур інших мов у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві.

1.1.2. Дослідження фразеологічних експресивів і комунікативів у вітчизняному мовознавстві

У мовознавстві радянського періоду ФЕіК німецької мови рідко були предметом системних досліджень. За винятком робіт О. Д. Райхштейна, Л. Ф. Козирєвої і С. Є. Ісабекова [132; 133; 269; 76; 77; 66], ці мовні феномени як такі, що традиційно розглядалися в межах фразеології у широкому розумінні, тобто як пограничні явища, лише оглядово згадувались в контексті власне фразеологічних досліджень. На нашу думку, зауваження О. Д. Райхштейна 1973 р. у статті «Zur Analyse der festgeprägten Sätze im Deutschen» про те, що СФ або принаймні їх частина випадали з поля зору більшості фразеологічних концепцій і ця група ФО належить до найменш досліджених [269, S. 212], залишається, з деякими застереженнями, актуальним і сьогодні не лише для вітчизняного, а, як буде показано далі, також і для німецького мовознавства.

Праці О. Д. Райхштейна з дослідження стійких фраз німецької мови зробили великий внесок у розвиток вітчизняної фразеології. Їхні основні положення розглядають у своїх роботах й багато зарубіжних вчених [175; 212; 214; 255]. О. Д. Райхштейн розрізняє в німецькій мові всебічно стійкі фрази (приказки, прислів'я і крилаті вирази) та фрази з аспектною стійкістю – стійкі фразові звороти (тут і далі – СФЗ), тобто фрази, ідіоматичні за лексичним аспектом, і стійкі фразові схеми – синтаксично ідіоматичні фрази. Стійкі фразові звороти мають в своїй структурі лексично стабільні підмет і присудок, а інколи ще й лексично стабільний другорядний член і / або «вільний» другорядний член (пор.*: Der Wind dreht sich; der Schornstein raucht* і *jmdn. stößt der Bock; die Haare stehen jmdm. zu Berge*). Проте як структурно незавершені, так і структурно завершені СФЗ можуть поширюватися факультативними другорядними членами у прямому значенні. В цілому О. Д. Райхштейн говорить про лексичну стабільність та відносну структурну свободу СФЗ і розглядає їх, на відміну від всебічно стійких фраз – готових, повністю відтворюваних висловлень, як «лексико-семантичні напівфабрикати, стійкі ядра фраз» [133, с. 13]. Стійкі фразові схеми ідіоматичні лише за синтаксичним аспектом і виявляють змінюваний лексичний склад, але стабільну синтаксичну структуру та інтонацію: *Sicher ist sicher; (Peter) und klug?*

Серед всебічно стійких фраз найбільш релевантним для нашого дослідження є розряд приказок, які О. Д. Райхштейн визначає як літературно-розмовні, побутово-розмовні і просторічні всебічно стійкі фрази, здатні виражати тільки «окремий» зміст, тобто які можуть застосовуватись лише щодо одиничних, конкретних ситуацій: *Mein Gott! Da lachen ja die Hühner!* Характеризуючі приказки виражають логічно розгорнуту думку, в них на передній план виступає предметно-логічне, об'єктивне начало. Їм протиставляються емоційно-модальні приказки, ядром яких є семантично неподільні вигукові і модальні фрази, котрі в цілому виражають суб'єктивне ставлення мовця до певної ситуації чи до слів співрозмовника – різні емоційні і суб'єктивно-модальні значення. Науковець зазначає, що між описаними основними групами приказок знаходиться багато

проміжних і змішаних випадків. Розмежування О. Д. Райхштейном характеризуючих і емоційно-модальних фраз видається нам не зовсім чітким. Вчений зараховує до перших серед іншого такі категорії: **знання, достовірність / недостовірність, позитивна / негативна оцінка осіб, предметів чи ситуацій**, а як емоційно-модальні протиставляє їм **протиріччя, несхвалення, недовіру** і підтверджує це такими прикладами: *Du musst es (ja) wissen; Wir sind geschiedene Leute; Alles in Butter! Vielen Dank für die Blumen!* (характеризуючі приказки) та *Hast du eine Ahnung! Dazu gehören zwei! Zustände wie im alten Rom! Danke für Backobst!* (емоційні і модальні приказки) [133, с. 73-90].

О. Д. Райхштейн розрізняє фрази з лексико-граматичною ідіоматичністю, коли «неможливо виділити самостійне лексичне значення компонентів» (*Jetzt schlägt es aber dreizehn! So siehst du aus!*), та фрази з глобальною ідіоматичністю, які «ідіоматичні в цілому, хоча жодних внутрішніх семантичних перетворень в них не відбувається» (*Wo haben wir denn zusammen Schweine gehütet? Das fängt ja heiter an! Das kannst du deiner Großmutter erzählen!*) [132, с. 10-14]. Стабільність форми глобальних СФ пояснюється в першу чергу не їхньою внутрішньою мовною організацією, а наявністю в свідомості членів лінгвоспільноти мовних стереотипів для стандартного позначення певних повторюваних ситуацій мовлення, тобто на передній план виходить власне мовленнєва узуальність.

С. Є. Ісабеков у дисертаційному дослідженні «Немецкие идиоматические устойчивые фразы непословичного и нецитатного характера (поговорки)» стверджує, що в сукупному змісті будь-якої приказки тією чи іншою мірою представлене суб’єктивне ставлення мовця до висловлення або ситуації мовлення, що об’єднує їх в єдиний розряд серед німецьких СФ. Вчений розрізняє фрази, в яких експресивно-емоційне або експресивно-модальне переосмислення є домінантним (*Da hört ja alles auf!*), і одиниці, в яких фактори ідіоматичності функціонально рівнозначні (*Dir juckt wohl das Fell?*), тобто предметно-логічний зміст поєднується з емоційністю та оцінкою [66, с. 4-12].

Крім описаних загальних підходів до досліджуваних одиниць, у вітчизняному мовознавстві важливе місце займав також їхній розгляд як вигукових фразеологізмів та як комунікативних одиниць.

1.1.2.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в контексті досліджень вигукових фразеологічних одиниць

Напрям досліджень, які вивчали ФЕіК як вигукові фразеологічні одиниці (тут і далі – ВФО), у радянському мовознавстві сформувався у другій половині минулого століття. В працях німецьких науковців цей підхід не знайшов поширення та зазнав критики (див. вище п. 1.1.1.).

В. Л. Архангельський у вищезгаданій праці «Устойчивые фразы в современном русском языке» розглядає ВФО як один з розрядів стійких фраз. Автор вважає, що ВФО позбавлені номінативної функції, вони виражають емоції, переживання, афекти, волевиявлення й відчуття. Вчений подає їхню розширену семантичну класифікацію, в якій виділяє: 1. ВФО, що виражають емоції; 2. ВФО, що виражають емоції і одночасно оцінюють ситуацію; 3. ВФО, які виражають волевиявлення; 4. ВФО, які виражають ставлення до мовлення співрозмовника (згоду; незгоду; афективні оцінки, викликані мовою співрозмовника; питальні репліки); 5. Етикетні ВФО; 6. Експресивно-вигукові ФО і стійкі фрази, що виражають ставлення мовця до різних ситуацій; 7. Лайливі ВФО [10, с. 173-176]. У цій класифікації не зовсім чіткими нам видаються, зокрема, розмежування ВФО п. 2 і п. 6. В окремі розряди СФ вчений виділяє модальні фрази та приказки і наголошує на складності відмежування багатьох приказок від прислів'їв.

О. В. Кунін у дослідженні фразеологізмів сучасної англійської мови, виділяє окремі класи на основі функції ФО в процесі спілкування, яка визначається їхніми структурно-семантичними особливостями:

1) Номінативні ФО – словосполучення (*gall and wormwood; a break in the clouds*);

2) Номінативно-комунікативні ФО – дієслівні словосполучення, які трансформуються в речення при вживанні дієслова в пасивному стані (*break the ice – the ice is broken*);

3) ФО ні номінативного, ні комунікативного характеру – вигукові і модальні ФО, які є виразниками емоцій, волевиявлень, а інколи одного й іншого водночас, але не мають предметно-логічних значень, які вони втратили в результаті «повного експресивного переосмислення компонентів» [95, с. 313], тобто значення таких вигукових утворень є невмотивованим (*Bless my soul! By the Lord Harry! Draw it mild! Sure as a gun*). Автор відзначає також дифузність емоцій, які передаються емоційними ВФО, та складність в окремих випадках провести чітку межу між власне емоційними та емоційно-оцінними вигуками;

4) Четвертий клас утворюють комунікативні ФО – фразеологізми зі структурою речення будь-якого типу, крім вигукового і номінативного. Серед них автор розрізняє приказки – комунікативні ФО неприслівного характеру (*Queen Anne is dead! Does your mother know you are out?*) та прислів'я – комунікативні одиниці, які є короткими висловленнями узагальненого і повчального характеру (*The proof of the pudding is in the eating*).

Визначаючи класи фразеологічних одиниць англійської мови за функціональним критерієм та стверджуючи водночас, що вигукові ФО, як і близькі до них ФО з модальним значенням, «не мають ні номінативного, ні комунікативного значення» [96, с. 230], автор, на нашу думку, недоцільно залишив поза увагою (принаймні щодо ВФО) їхню експресивну функцію.

У праці «Фразеология современного французского языка» А. Г. Назарян одним з перших визначає ВФО як такі, що виконують емотивну функцію, тобто слугують для вираження емоцій і вольових імпульсів мовця, сигналізують про його емоційну реакцію [119, с. 61]. Вчений розглядає семантичну структуру вигукових фразеологізмів і поділяє їх на одиниці, які виражають різні почуття, і фразеологізми, які мають спонукальне значення, та вирізняє в межах цих розрядів окремі групи за семантикою відображуваних почуттів. Зокрема, до перших автор зараховує серед іншого такі групи: **прохання**, **благання**, **незгода**, **відмова з**

відтінком іронії / обурення, які, на нашу думку, не можуть бути визначені лише на основі емотивної *vs* експресивної функції.

Різні види СФ німецької та російської мов розглядає у своїх роботах Л. Ф. Козирєва [76; 77]. Усі стійкі фрази, серед них і вигукові СФ, науковець визначає як номінативні одиниці, в яких «передається сутність складного явища, складного денотата – поняття ситуації» [76, с. 5]. Семантичною особливістю СФ вигукового типу дослідниця називає наявність переосмислення експресивного характеру та відзначає важливу роль інтонації, яка переводить регулярні речення в розряд вигукових СФ (*Будет и на нашей улице праздник! Ближе к делу! Чтобы духу не было!*). В роботі «Устойчивые фразы и контекст» Л. Ф. Козирєва однією з перших досліджує функціонування СФ німецької мови в контексті (на матеріалі художньої літератури), зокрема вплив контексту на парадигматичні зміни в їхній структурі та залежну від контексту актуалізацію значення багатозначних СФ. Автор відзначає також дифузність семантики вигукових СФ.

М. В. Гамзюк досліджує в діахронічному розрізі вигукові фразеологічні одиниці німецької мови, спираючись на семантичні класифікації ВФО російської мови О. І. Германовича та В. Л. Архангельського. Під ВФО науковець розуміє «фразеологічні одиниці в формі речення, які експресивно виражають емоції з різними відтінками, в тому числі і модальними, вольові імпульси, формули соціального етикету» [35, с. 16]. Пізніше у монографії «Емотивний компонент значення в процесі створення фразеологічних одиниць» М. В. Гамзюк розглядає як категоріальну ознаку усіх фразеологічних одиниць емотивний компонент їхнього значення та виділяє окремо ФО німецької мови, єдиним змістом яких є емотивність – емотивні стійкі словосполучення і фрази (*Ach, du grüne Neune!; Meine Fresse!*). Науковець також розмежовує емотивно-логічні (*Du merkst aber auch alles!*) і логічно-емотивні ФО (*Doppelt hält besser*), залежно від співвідношення між предметно-логічним і емотивним компонентами у їхній семантичній структурі [37]. У докторській дисертації «Емотивність фразеологічної системи німецької мови (досвід дослідження в синхронії та діахронії)» М. В. Гамзюк проводить детальний аналіз утворення емотивного

компонента ФО різних структурних типів в процесі первинного і вторинного фразотвору. Автор розглядає також актуалізацію СФ в контексті, зокрема на матеріалі німецької художньої літератури першої половини 20 століття [36; 38].

Г. Т. Кузь у кандидатській дисертації «Вигукові фразеологізми в українській мові: етнолінгвістичні та функціональні аспекти» [92], хоча і виділяє ВФО на основі класифікації фразеологізмів за принципом співвіднесення із частинами мови, проте відзначає, що специфічність ВФО виявляється в тому, що вони демонструють єдність не морфологічних, а функціонально-семантичних ознак. Дослідниця робить висновок про їхній комунікативний характер, тобто здатність передавати цілісне повідомлення, а не позначати окремі поняття, а також емоційно-експресивне забарвлення, яке визначає обмеженість використання цих одиниць в різних стилях літературної мови, і роль інтонації в трансформації змісту регулярних речень – прототипів ВФО.

1.1.2.2. Комунікативи в теорії неподільного речення

В середині минулого століття в радянському мовознавстві з'явилось багато досліджень розмовної мови, особливостей розмовних конструкцій, в т. ч. стійких одиниць «експресивно-реактивного типу» – різних *неподільних речень* (в оригіналі – «нечленимые предложения»), які часто розглядаються як комунікативно-синтаксичні одиниці.

Слід відзначити, що у деяких дослідженнях ці речення вивчалися з позицій морфології, а не синтаксису чи фразеології. Морфологічний підхід особливо чітко проявився у роботах В. Ф. Кіпріянова [73; 74]. Вчений зауважує, що до класу вигуків зараховують багато словоформ, які втратили поняттєве значення і вживаються як експресивні одиниці, і пропонує виділити їх в окрему частину мови – клас комунікативів, з якими за значенням і за функцією співвідноситься велика група фразеологізмів, напр.: *Если бы да кабы! Была не была! Вот так да!* [73, с. 86]. Проте ідея В. Ф. Кіпріянова розглядати комунікативи як одиниці морфологічного рівня не виявилась продуктивною і не знайшла продовження у

роботах інших дослідників. Історія вивчення *комунікативів / комунікем / релятивів* свідчить, що ці одиниці розглядались переважно з позицій синтаксису, а також мав місце функціональний підхід (за реактивною функцією).

Одним з перших у цьому напрямку є дослідження Г. В. Валімової, представлене у книзі «Функциональные типы предложений в современном русском языке». Реченням як комунікативним одиницям, значення яких складається з номінативних значень, науковець протиставляє *релятиви* як мовленнєві комунікативні одиниці ситуативного характеру, які слугують реакцією на сприйняття якихось явищ, значення таких одиниць формуються на основі експресивно-емоційних, а не номінативних значень [21, с. 132-133]. Терміном *релятиви* оперують і автори «Русско-английского словаря междометий и релятивов» Д. І. Квеселевич і В. П. Сасіна, які визначають їх як клас слів, що вживаються у мовленні із загальним значенням реакції на слова співрозмовника чи ситуацію. Іншою категоріальною ознакою цих одиниць науковці вважають їхню специфічну синтаксичну функцію в ролі самостійних інтонаційно оформлених неподільних фраз і зараховують до їхнього складу емоційні і імперативні одиниці та формули соціального етикету. В центр функціонального поля релятивів автори ставлять вигуки, до нього прилягають однослівні релятиви, утворені з інших частин мови, а третій рівень утворюють понадслівні релятиви (*Ведь надо же такое! Где наша не пропадала! Разрази меня гром! Да какая разница! Так я тебе и поверил*). Крім англійських еквівалентів, у словнику подається прагматичний коментар, описуються типові ситуації, в яких вживається та чи інша одиниця [72]. Слід погодитись з О. Ю. Вікторовою, яка критикує визначення цього поля як функціонального, оскільки автори, по-суті, розкривають особливості форми цих одиниць [25, с. 38-39].

Прагмалінгвістичний підхід у дослідженні комунікативів використовує І. О. Шаронов. Автор визначає комунікативи як «асемантичні або десемантизовані репліки-реакції, які стереотипно використовуються в мові як одиниці вираження інтенцій або емоцій реагуючого суб’єкта» [156, с. 48], та виділяє ментальні, етикетні, емоційні і спонукальні комунікативи. Комунікатив

як лаконічна одиниця мовленнєвої ідіоматики виражає мовленнєву інтенцію мовця і його ментально-емоційне ставлення до предмету мовлення або ситуації. Основними ознаками комунікативів є їхня самостійна позиція в мовленні і стійкість, фіксованість ментально-емоційного забарвлення [155]. З останньою ознакою можна погодитись лише із застереженням щодо дифузності емоцій, часто залежного виключно від контексту відтінку емоційного забарвлення фразеологічних експресивів і комунікативів.

Важливим етапом в історії становлення теорії неподільного речення стали роботи В. Ю. Мелікяна [111; 112; 113]. Вчений виділяє синтаксичну фразеологію як окремий розділ синтаксису, представлений різними типами неподільних речень – «синтаксичними одиницями, які володіють стійкістю, відтворюваністю, цілісністю, ідіоматичністю, специфічним характером відношень між компонентами, а також виконують в мові комунікативну і часто естетичну функції» [112, с. 88]; неподільні речення з непоняттєвою семантикою автор об'єднує терміном *комунікеми*. В. Ю. Мелікян вважає функціональний аспект основним критерієм класифікації одиниць мови, щодо комунікем він є домінуючим. Вчений визначає комунікативну функцію як їхню головну функцію, оскільки комунікема, як і речення, виступає в ролі повідомлення, та зазначає, що значення комунікем пов'язане з експресивно-емоційною сферою поведінки людини, безпосереднім виразником якої вони є; комунікеми відображають певні почуття, часто без їхньої чіткої диференціації. Автор поділяє комунікеми за характером значення, що виражається ними, на декілька функціонально-семантичних підгруп: ствердження / заперечення, волевиявлення, емоційно-оцінні, контактовстановлюючі, питальні, етикетні та текстотвірні комунікеми.

О. К. Кожина в кандидатській дисертації «Коммуникативы: структурно-семантический, лингвопрагматический и эстетико-изобразительный аспекты» визначає комунікативи як «семантично і структурно фразеологізовані одиниці синтаксису комунікативного характеру, що мають нульову або дефектну граматичну парадигму і виражають емоційну реакцію мовця на факти мовного та позамовного плану» [75, с. 24]. Автор вважає, що при вживанні комунікативів в

мовленні спрацьовує асоціативний механізм, який пов'язує якусь часто повторювану ситуацію і закріплені у готовому вигляді в свідомості людини певні стійкі конструкції, які не вимагають активізації когнітивних основ свідомості, тобто вся конструкція загалом розуміється неподільно. З-поміж одиниць мовного етикету О. К. Кожина зараховує до комунікативів лише ті висловлення, які призначені для вираження емоційної реакції мовця. При такому підході видається дещо нелогічним те, що автор не включає до предмету дослідження власне вигукові речення та лайливі висловлення.

С. С. Мусаелян досліджує етикетні комунікеми російської мови як один з видів неподільних речень, аналізує існуючі підходи до їхнього вивчення і робить справедливий висновок, що неподільні речення доцільно описувати з врахуванням термінологічного і методологічного апарату теорії загальної фразеології, адже вони характеризуються наявністю таких фразеологічних ознак як відтворюваність, стійкість, структурно-семантична цілісність, ідіоматичність та експресивність [117, с. 10].

Представник російської школи теорії неподільного речення О. Л. Кукса у кандидатській дисертації «Коммуникемы немецкого и русского языков с семантикой «утверждения» / «отрицания» и «оценки» розглядає як однослівні структури (*Stimmt! Einverstanden! Keinesfalls!*), так і фразеологічні комунікеми. Автор включає до порівняльного аналізу неідіоматичні (*Was fällt dir ein? Das geht nicht*) й ідіоматичні – утворені за логіко-семантичними моделями комунікеми (*Schlag dir das aus dem Kopf! Bleibe mir drei Schritte vom Leibe!*). Вчений розглядає дві семантичні групи комунікем – ствердження / заперечення та оцінки, проте критерії поділу, за якими він до першої зараховує вирази *Wo denkst du hin? Was fällt dir ein?*, а до другої – *Bist du von Sinnen? Das fällt mir nicht im Schlafe ein!*, не видаються нам чіткими і вкотре підкреслюють складність «втиснути» ці одиниці як «згорнуті репрезентанти комунікативного смислу» [94, с. 111] у рамки класифікації.

1.1.3. Зарубіжні лінгвістичні студії фразеологічних експресивів і комунікативів

Фразеологізми зі структурою речення традиційно розглядаються лінгвістами як периферія фразеології (ядром виступають фразеолексеми) і їхньому дослідженню у німецькому мовознавстві довший час приділялось значно менше уваги. Однак початком вивчення фразеологічного фонду німецької мови можна вважати саме зібрання прислів'їв минулих століть, зокрема їхню систематизацію у працях К. Вандера [191; 294] та Ф. Зайлера [277]. Проте ці дослідження мали більшою мірою етнографічне та культурно-історичне, а не лінгвістичне спрямування. Ф. Зайлер диференціює «короткі вигуки» (*Ja, Kuchen! Schwamm drüber! Hat sich was!*) від «великої маси» зворотів, «які при вживанні потребують доповнення іншими членами речення» [277, S. 12].

Слід відзначити також вплив радянського мовознавства на становлення фразеології як окремого напрямку в німецькій лінгвістиці, зокрема на території колишньої НДР, про що красномовно свідчить назва монографії Ю. Гойзермана «Phraseologie. Hauptprobleme der deutschen Phraseologie auf der Basis sowjetischer Forschungsergebnisse» [230] (див. також роботи В. Фляйшера, Р. Клапенбах [214; 238]). Перші детальні праці з фразеології у німецькому мовознавстві були присвячені головним чином визначенню предмету дослідження і класифікації ФО, при цьому фразеологізми зі структурою речення часто залишались поза увагою мовознавців [213; 270]. К. Д. Пільц подає каталог функціональних класів фразеологічних формул і одним з перших звертає увагу на прагматичні характеристики цих одиниць. Про це свідчать такі виділені ним класи: формули заспокоєння, формули здивування, лайливі формули та ін. Вчений відзначає ситуативну обумовленість цих ФО, мова йде про «конвенціоналізовані речення, які використовуються у найрізноманітніших повторюваних життєвих ситуаціях» [265, S. 632]. Класифікація К. Д. Пільца зазнала критики через її несистемний характер. Автор у довгому списку застільних та інших формул подає майже виключно закріплені в народному повір'ї тлумачення різних буденних ситуацій

(пор.: *Das Essbesteck fällt – Da freut sich der Totengräber; Das Schuhband reißt – Der Schatz denkt an mich*).

В. Фляйшер у одній із перших фундаментальних робіт з німецької фразеології «Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache» [214] (див. також [215; 239]) поділяє усі фразеологізми за синтаксичною структурою на номінативні фразеологізми – непредикативні стійкі словосполучення, фразеолексеми, для яких спільною є номінативна функція (сюди ж зараховує стійкі предикативні конструкції), і комунікативні формули – фразеологізовані речення, тобто власне стійкі речення / фрази, які розглядає як периферію фразеології. Із посиланням на В. Зандерса автор визначає комунікативні формули як «стійкі формули, зауваження, вигуки (*Ausrufe*), які мова надає нам у розпорядження в готовому вигляді для певних ситуацій» [214, S. 131], і розглядає їх як фразеологізми, оскільки вони відповідають критеріям (відносної) стійкості, лексикалізації і відтворюваності. Вчений приділяє також велику увагу структурно-синтаксичним характеристикам комунікативних формул. Щодо їхніх семантичних особливостей, то В. Фляйшер не визначає ідіоматичність як обов'язковий критерій. Вчений відзначає роль прагматичних параметрів в структурі ідіоматичності цих одиниць, розглядаючи прагматичну спеціалізацію (за О. Д. Райхштейном) як звуження загального значення, коли відмінність від регулярного значення речення полягає в тому, що цей фразеологізм вживається не у всіх ситуаціях, яким відповідає регулярна семантика, а спеціалізується на специфічних **прагматичних ситуаціях** (пор.: *Ich weiß, was ich weiß – формула, за допомогою якої виказують свою проінформованість та водночас неготовність чи небажання детальніше висловлюватись з якогось питання*). Ці формули не можна достатньо вичерпно описати з погляду семантики, вони потребують прагматичного коментаря, який вказує на їхнє «рутинне» використання у певних комунікативних ситуаціях або подає емоційно-оцінний чи модальний ефект [239, S. 115].

З опорою на класифікацію К. Д. Пільца, В. Фляйшер виділяє такі функціональні групи комунікативних формул:

1. Формули ввічливості (контактні формули), серед них:
   - формули привітання (*Guten Tag! Hals- und Beinbruch! Frohes Fest!*);
   - розмовні формули (*Wenn ich fragen darf; Bitte mal herhören!*);
   - застільні формули (*Wohl bekomm's!*);
2. Лайливі формули (*Da soll doch gleich ein Donnerwetter dreinschlagen! Verflixt und zugenäht!*);
3. Формули-коментарі (виступають реакцією на поведінку партнера чи інші обставини в комунікативній ситуації), серед них:
   - формули сумніву, заперечення, критики (*Wer's glaubt, wird selig! Das fehlte gerade noch!*);
   - формули здивування (*Das haut den stärksten Seemann um!*);
   - формули згоди, підтвердження (*Das will ich meinen! Ich bin dabei!*);

4. Спонукальні формули, серед них також погроза, застереження (*Na, dann wollen wir mal! Wie oft soll ich das noch sagen!?*) [214, S. 135]. Отже, використовуючи у класифікації комунікативних формул функціональний підхід, В. Фляйшер намічає у своїй роботі зв'язок фразеології та прагматики.

Друга половина минулого століття характеризується поворотом до прагматики в лінгвістичній науці. І хоча на цей період припадає також становлення фразеології як науки, на початках, як зауважують вчені, між обома дисциплінами існувала очевидна прірва. Н. Філаткіна пояснює такий стан справ недостатньою теоретичною розробкою фразеологічних досліджень, яка спостерігалась донедавна у зарубіжному мовознавстві [211, S. 142]. Проте якщо більшість сучасних робіт та довідників з прагматики і сьогодні обмежуються випадковим наведенням фразеологізмів як прикладів до теорії імплікатур Грайса та ін., не зосереджуючись на описі їхніх особливостей (див. L. R. Horn; J. Meibauer [290; 259]), то в працях з фразеології прагматичний підхід пронизує багато досліджень, передусім тих, в яких предметом аналізу були фразеологізми зі структурою речення. Втім, здійснювалися спроби прагматичного опису також і фразеологізмів зі структурою словосполучення – у цьому взаємозв'язку часто згадується робота В. Коллера [242]. (У вітчизняному мовознавстві з кінця

минулого століття спостерігається схожа тенденція, див. праці щодо прагматичних характеристик паремій [1; 69; 83; 129]).

Погляди науковців фокусувались переважно на ядрі прагматичних ФО – «типах фразеологізмів, які можна адекватно описати лише за допомогою прагматичних категорій» [175, S. 105], тобто т. зв. *рутинних формулах*, визначальними особливостями яких є ситуативна залежність, а не семантично-синтаксичні характеристики [187]. Хоча на початку їхнього вивчення вчені висловлювали сумнів, чи слід включати до розгляду серед інших також прагматичні фразеологізми. Г. Бургер припускав, що таким чином значно розшириться семантично визначене поняття ідіоми: «Можливо, доцільніше розглядати прагматичні «ідіоми» ... в окремій теорії прагматики, аніж в рамках семантично орієнтованої ідіоматики» [174, S. 59]. А. Саббан бачить причину зосередження уваги прагматично спрямованих фразеологічних досліджень саме на рутинних формулах у тому, що аспект прагматичної фіксації для цієї групи «є конститутивним і особливо впадає у вічі» [271, S. 528]. Власне ФЕіК німецької мови, які, крім прагматичної спеціалізації, виявляють відносну синтаксичну стійкість та часто зазнають повного чи часткового семантичного переосмислення, тобто є ідіомами у вузькому розумінні, якщо і попадали у поле зору науковців, то згадувались «між іншим» як пограничні явища, і при їхньому розгляді науковці обмежувалися декількома загальними зауваженнями, а спеціальні дослідження тут практично відсутні (див. далі роботи Г. Бургера, А. Г. Бугофер, А. Сіалма, Я. Коргонена, Р. Фінкбайнер [175; 212; 244]).

Ф. Кулмас у книзі «Routine im Gespräch» у дослідженні фразеологізмів (*вербальних стереотипів*) використовує функціонально-семантичний підхід. Коло аналізованих в його роботі мовних явищ досить широке і охоплює також прислів’я і тривіальності (*Gemeinplätze*), проте основне місце відводиться саме рутинним формулам, які автор визначає як «мовне вбрання» колективних стратегій цілеспрямованих дій і реакцій» [187, S. 68]. Слід відзначити, що класифікації у цій роботі часто не підтверджуються фактичним матеріалом. Ф. Кулмас розрізняє інституційну, ситуативну та функціональну специфіку

використання рутинних формул. Науковець концентрує увагу на перших двох групах і виділяє ситуативну обумовленість як основну ознаку рутинних формул. Вони «прив'язані до повторюваних ситуацій соціальної взаємодії», «є організаційно закріпленими в мові реакціями на соціальні ситуації» [187, S. 13]. Також існують формули, використання яких визначається головним чином певними функціями чи цілями, в той час як ситуативні обмеження їхнього вживання є досить неспецифічними. Проте ці одиниці згадуються переважно у загальному контексті. Автор виділяє ФО на зразок *Das ist doch nicht zu fassen! Das ist ja allerhand!* як дейктичні і об'єднує їх терміном *психоостенсивні формули* Дж. Метісоффа, який детальніше не тлумачиться.

Г. Бургер, А. Сіалм та А. Г. Бугофер у «Handbuch der Phraseologie» прагматично нейтральним фразеологізмам протиставляють прагматично марковані, які охоплюють синтаксично визначений клас стійких фраз та частково фразеологізми зі структурою словосполучення. Автори полемізують із представниками радянської школи, зазначають, що вони часто робили спроби описати такі комунікативні одиниці за допомогою набору характеристик, який сформувався у результаті досліджень фразеологізмів зі структурою словосполучення, і накреслюють перспективи дослідження прагматично маркованих ФО з позицій теорій мовленнєвих актів (тут і далі – МА), мовленнєвих ситуацій та мовних функцій [175].

У плані теорії мовленнєвих актів Г. Бургер та інші автори виділяють «ймовірно досить велику групу фразеологізмів», які можуть бути описані з позицій прагматики, оскільки вони є «конвенціалізованими формулюваннями певних мовленнєвих актів», напр., наказу, обіцянки, запевнення, перестороги, погрози (*Ich fresse einen Besen, wenn... ; Reiß dich am Riemen*) [175, S. 110].

Стосовно теорії мовленнєвої ситуації автори зазначають, що деякі фразеологізми прив'язані до певних комунікативних ситуацій і лише тоді мають смисл: *Bitte einsteigen und Türen schließen; Ist hier noch frei?* (пор. також приклад рутинної формули Ф. Кулмаса *Seid ihr alle daaa?*, яка вживається перед початком вистави в ляльковому театрі [187, S. 89]).

Щодо теорії мовних функцій автори виділяють в основному лише мовленнєво специфічні фразеологізми (*ich würde sagen; nicht wahr?*) – типовим для них є вживання у розмовах, а саме повторюване вживання, що визначає їх як фразеологічні у широкому розумінні. Вони характеризуються також тим, що їхнє власне значення поступається функції, яку в дуже широкому розумінні можна визначити як метакомунікативну, і, таким чином, є фразеологічними у вузькому розумінні [175, S. 42].

Також і в одній з останніх праць «Phraseologie. Eine Einführung» Г. Бургер з прагматичної перспективи, тобто з погляду на типові (усні і письмові) комунікативні ситуації чи типові завдання у комунікативних ситуаціях, виділяє два основні типи комунікативних фразеологізмів – рутинні формули, які прив'язані до певного типу ситуацій (включає до них як одиниці соціального етикету, так і інституційно закріплені ситуативні формули, напр.: *Ich eröffne die Verhandlung*), та мовленнєво специфічні фразеологізми, які мають ситуативно незалежні комунікативні функції в писемних і усних текстах, основна з яких – регулювання розмови (*ich meine; hör mal; nicht wahr? siehst du?*). Їхня стійкість, на думку автора, визначається передусім тим, що вони перебувають у розпорядженні мовців як готові одиниці, які можуть бути активовані (*abrufbar*) для подолання повторюваних комунікативних завдань [178]. СФ як висловлення про об'єкти і процеси Г. Бургер зараховує до пропозиційних референційних ФО (сюди ж належать прислів'я і тривіальності) і розглядає їх як оцінки або коментарі типових ситуацій чи поведінки співрозмовника. Вчений зазначає, що у словниках часто подається не їхнє значення, а прагматичний коментар і вони частково пов'язані з ілокуцією (погроза, спонукання та ін.), наголошуючи, таким чином, на складності відмежування їх за функціональним аспектом від рутинних формул. Г. Бургер визначає такий стан справ як перспективний малодосліджений напрямок і намічає широку зону перетину між СФ і рутинними формулами, передусім щодо ситуативних фраз, які можна функціонально визначити (на зразок *Das ist die Höhe! Du kannst dir die Knochen nummerieren lassen; Dreimal darfst du raten*) [178, S. 39-41].

Невизначеність статусу СФ у структурі фразеології німецької мови особливо чітко виявляється у монографії Г.-Г. Люгера «Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmalinguistische Untersuchung». Автор визначає прислів'я і тривіальності як ядро фразеологізмів зі структурою речення, а вирази на зразок *Da liegt der Hund begraben; Das schlägt dem Fass den Boden aus* характеризує як такі, що «наближаються до одиниць зі структурою речення» [255, S. 50], і зараховує їх до пограничних явищ та не включає до текстуально-прагматичного аналізу. Основним критерієм відмежування вчений називає наявність у їхній граматичній структурі елементів зв'язку з контекстом (*das; da* тощо) і зовсім не торкається у роботі ідіоматичних речень на зразок *Aus der Traum! Ran an den Feind!* та ін., які не мають у своїй структурі експліцитних елементів зв'язку з контекстом.

Р. Фінкбайнер в дисертаційному дослідженні «Idiomatische Sätze im Deutschen» визначає ідіоматичні речення як складний комплекс взаємодетермінації синтаксичних, семантичних та прагматичних факторів. Ці ФО не слід розглядати окремо як ідіоматичні чи як непрямі мовленнєві акти, вони «на основі як семантичних, так і прагматичних факторів виявляють комплексну структуру значення» [212, S. 254]. Слід зазначити, що свої теоретичні положення та практичні висновки Р. Фінкбайнер формулює, розглядаючи лише частину ідіоматичних речень – 10 ідіоматичних конструкційних шаблонів (**[*Ich glaub / denk* + Objektsatz]**: *Ich glaub / denk, mein Hamster bohnert!;* **[*Da* V (*ja / doch*) + Ergänzung]**: *Da wird (ja / doch) der Hund in der Pfanne verrückt!* та ін.) як «інваріантів низки аналогічних ідіоматичних речень, які можна визначити за допомогою синтаксично-категорійних, семантичних та прагматичних ознак та зобразити як квазіформальну репрезентацію» [212, S. 71], а конвенціалізовані речення на зразок *Ach, du ahnst es nicht! Ich bin (restlos) bedient! Das begreife, wer will* та багато інших ФЕіК німецької мови, які не вписуються у рамки десяти наведених конструкційних шаблонів, не потрапляють у поле зору автора.

1.2. Функціонально-прагматичний підхід у вивченні фразеологічних експресивів і комунікативів

Проведений аналіз робіт вітчизняної та зарубіжних лінгвістичних шкіл засвідчує, що стосовно досліджуваних мовних одиниць в сучасному мовознавстві існують різнопланові підходи – бачимо окремі спроби розглянути їх як одиниці номінативного рівня, ширше представлені концепції розгляду цих мовних явищ як комунікативних одиниць та як вторинних вигуків; їм також нерідко відводиться статус залишкової категорії [251, S. 422].

З прагматичним поворотом у зарубіжній і вітчизняній лінгвістиці увага дослідників вже не акцентується на розмежуванні між мовою і мовленням, кут зору зміщується на функціональні аспекти і постулюється врахування людського фактору, зв'язок мови з культурою народу; представники соціально-прагматичного напрямку розглядають мову як «соціальний гештальт» (Г. Файльке). По-іншому тлумачиться і значення знаків – центральне місце відводиться контексту і вживанню знаків як суттєвому прагматичному компоненту, що власне формує їхнє значення. Також наголошують на складності провести чіткі межі між мовним значенням і знанням людини, оскільки значення функціонує в мовленнєво-мисленнєвій діяльності людини як «недискретна складова цілісного індивідуального (пі)знання» [131, с. 23].

Дослідження прагматичних фразеологізмів передбачає широкий підхід до розуміння фразеології, який мав місце у вітчизняному мовознавстві ще на початках становлення фразеології як науки про стійкі сполучення слів (див. праці М. М. Шанського, О. І. Єфимова та ін.). Лінгвісти виділяють, як правило, ряд властивостей, які відображають специфіку ФО – це понадслівність, смислова цілісність, стійкість, відтворюваність, вживаність, ідіоматичність як непрозорість структури чи значення, національно-культурний компонент семантики, експресивно-емоційна виразність чи емотивність. Робиться висновок, що багатоаспектність фразеологізмів як мовного феномену зумовлює необхідність при визначенні лінгвістичного статусу ФО брати за основу не одну чи декілька

властивих фразеологічним одиницям усіх типів релевантних ознак, які відмежовують їх від нефразеологізмів, а враховувати сукупність різних ознак [161, с. 10]. О. В. Кунін використовує поняття «коефіцієнта фразеологічної стійкості не нижче мінімальної» [95, с. 205]. Спроби знайти універсальне визначення для всіх об'єктів, що входять до фразеологічного складу, приречені на невдачу, оскільки «сукупність об'єктів фразеології в її традиційному об'ємі – це конгломерат, який складається з різнорідних в структурно-семантичному відношенні відтворюваних сполучень» [142, с. 187]. Серед сучасних дослідників І. М. Кукліна аналізує в мові преси явища фразеологізації та дефразеологізації і розглядає фразеологізм як одиницю, що характеризується передусім взаємодетермінованими відтворюваністю і стійкістю, іншими категоріальними ознаками може бути переносне значення, смислова цілісність [93, с. 16].

Теоретичну розробку широкого розуміння фразеології подають Г. Файльке [207; 208; 209] та Ш. Штайн [282; 283]. З концепції **ідіоматичного карбування мови** (*idiomatische Prägung*) Г. Файльке випливає, що як розуміння, так і продукування мовних виразів великою мірою визначаються конвенційними преференціями. З когнітивної перспективи вчений пояснює семасіологічні конвенції соціальною та культурною обумовленістю мовної компетенції. Соціолінгвістичні дослідження комунікації однією з найважливіших функцій шаблонного мовного стилю (*formelhafter Sprachstil*) визначають функцію контекстуалізації. Ідіоматичне карбування таких знаків відбувається у вжитку та в результаті вжитку, вони прив'язуються до типових комунікативних контекстів, ситуацій і функцій. Розуміння ідіоматично карбованих виразів передбачає знання конвенцій їхнього вживання, тобто на передній план виноситься контекстуалізація виразу, а не його структурно-семантичне декодування. В прагматичному плані це забезпечує комунікацію ресурсами «даного наперед в готовому вигляді розуміння (*Vorverständigtsein*)» [207, S. 15]. М. О. Пузиков відзначає, що взаєморозуміння в процесі комунікації досягається не лише і не стільки в результаті існування певного стійкого, закріпленого системного значення, але і завдяки спільності – але нетотожності – досвіду комунікантів

[131, с. 23]. На основі процесу ідіоматичного карбування формується «важлива площина мовного вміння», «лінгвістична площина виражальних одиниць», яка виступає ніби посередником між чітко структурованим системним аспектом мови і мовно-комунікативною практикою, тобто індивідуальними умовами мовлення та текстотворення. Це мовне вміння не структуроване за системно-категорійним аспектом, але все ж прагматично впорядковане.

Щодо широкого розуміння фразеології, яке стирає чіткі контури, висловлювались також і критичні думки. Г. Штьокль справедливо зауважує, що складно визначити відношення «відтворюваного» до «вільно компонованого», проте його категоричне твердження, що наслідком широкої концепції відтворюваності буде «вибух і втрата традиційної фразеології» [284, S. 181], мабуть, не знайде належної підтримки. Слід погодитись із Ш. Штайном, який робить висновок, що чітко окреслене визначення предмету дослідження було б можливим лише за умов повернення і концентрації уваги на виразах, які утворюють ядро фразеологічного матеріалу, але «оскільки, говорячи мовою фразеології, цей поїзд все ж таки вже поїхав, то в майбутньому і далі звертатимуться до периферійних та перехідних феноменів, а фразеологія буде усвідомлена також як сфера перетину, наприклад, з лінгвістикою тексту чи дослідженнями рутинного розмовного усного мовлення» [281, S. 178].

З широким розумінням фразеології корелює широка концепція значення, згідно з якою мовне значення є надто комплексним, щоб усі його види можна було б описати за допомогою одних й тих самих теоретичних понять. Ф. Кулмас розглядає значення рутинних формул і, посилаючись на Ч. Філмора, який у своїх новітніх роботах відмовляється від редукціоністських семантичних моделей, стверджує, що мова йде не лише про класичний поділ на денотативні і конотативні компоненти, а також й про те, що на сукупне значення виражальних одиниць (*Ausdruckseinheiten*) впливають **частотність вживання, стандартизованість, функціональна специфіка та ситуативна прив'язка** (виділено мною – *О. Г.*) і всі ці характеристики мають градуальний характер [187, S. 72]. Таким чином, сукупне значення складається з декількох аспектів, які

мають різну питому вагу щодо різних видів одиниць. Схоже тлумачення значення ідіоматичних речень ми бачили у роботі Р. Фінкбайнер [212] (див. вище п. 1.1.3.).

У рамках концепцій ідіоматичного карбування мови (Г. Файльке) та шаблонної мови (Ш. Штайн) можна виокремити рівень дискурсивних одиниць – синтаксично оформлених у вигляді речень стійких одиниць, які в прагматичному плані є окремими висловленнями. Ці «мовні заготовки» використовуються для досягнення комунікативної мети у різних типах мовленнєвих ситуацій – наприклад, в ситуаціях, коли індивідуальне формулювання непередбачене чи недопустиме (інституційні рамки), чи в ситуаціях, в яких індивідуальні формулювання принаймні частково обмежені (подолання стандартних комунікативних завдань на початку чи у завершенні розмови та ін., коли достатнім є обмін рутинними фразами), та в інтенційному мовному вживанні, коли СФ використовуються з метою досягнення певного комунікативного і риторично-стилістичного ефекту. Серед інструментів останнього вважаємо можливим виділити функціональний клас **фразеологічних експресивів і комунікативів**. *Фразеологічні експресиви і комунікативи – це окремі висловлення, синтаксично оформлені у вигляді речень / еліптичних речень, закріплені узуально в мовній спільноті для вираження інтенцій, оцінок і емоцій мовця, які характеризуються вживаністю, відтворюваністю, відносною стійкістю, комплексним значенням і виконують комунікативну та часто експресивну функцію*. Функціональний підхід до вивчення цих одиниць, на нашу думку, є перспективнішим і відповідає тенденціям та потребам сучасної лінгвістики.

Детальний критичний аналіз лінгвістичних концепцій, які розглядали ці одиниці окремо як **комунікативні** – комунікативи як «експресивні засоби мови» (О. К. Кожина) [75], «один з найяскравіших засобів емоційно-експресивної експлікації комунікативного смислу» (В. Ю. Мелікян) [112], чи як **вигукові ФО** – ФО з «повним експресивним переосмисленнням компонентів» (О. В. Кунін) [95], фразеологічні єдності зі «спеціалізацією експресивного значення» (В. В. Виноградов; В. І. Гаврись) [26; 122], ФО з «високим ступенем

експресивності» (М. В. Гамзюк) [35], робить очевидною доцільність зображення їх як єдиного функціонально-семантичного поля фразеологічних експресивів і комунікативів, де в широкому діапазоні розміщені групи ФО, які за функціонально-семантичними характеристиками наближаються до власне фразеологічних комунікативів чи власне фразеологічних експресивів. Такий відносно вільний принцип класифікації дає змогу найвідповідніше, «без наруги» (пор. висловлення Г. Бургера – «що суворішою є схема класифікації, то більшою є небезпека «вчинити наругу» над мовними явищами, або: найдеталізованіша класифікація має найобмеженіше застосування» [175, S. 20]), проаналізувати ці мовні феномени, які, власне, є «застиглими актуалізованими фрагментами мовленнєвої діяльності» [129, с. 53], передусім розмовного мовлення, яке практично не реалізується без менш чи більш яскраво вираженої експресії.

Зображення цих одиниць як єдиного поля ФЕіК, в рамках якого можна виділити численні функціонально-семантичні групи, є, по суті, індуктивним синтезом окремих концепцій у дослідженні стійких фраз, тому доцільно дати такому підходу і науково-теоретичне обґрунтування із використанням арсеналу загальнолінгвістичних категорій. Проте вже стала тривіальністю теза, що як у питанні про функції мови, так і щодо категорії експресивності в сучасному мовознавстві не існує загальноприйнятих положень; у працях з фразеології теж бачимо різні тлумачення категоріальних ознак як ФО в цілому, так і стійких фраз неприслівного і нецитатного характеру (ФЕіК) зокрема. Багато дослідників називають характерною рисою усіх фразеологізмів чи їх частини експресивність. Так, В. М. Мокієнко розглядає експресивність як категоріальну ознаку усіх фразеологічних одиниць [116]. Г. Бургер серед семантичних аспектів ФО виділяє експресивність як конотативну додану вартість [178, S. 82]. Н. І. Бойко вважає, що фразеологізми майже завжди містять і виявляють потужний національно-культурний експресивний заряд [17, с. 55]. Як загальнокатегоріальні характеристики інші вчені визначають емотивність ФО [37], оцінний компонент значення [212, S. 163], сему ставлення (як ключовий семантичний компонент

комунікем) [117, с. 13], суб'єктивні значення (у змістовій структурі приказок) [66, с. 30].

Вчені часто вказують на багатозначність категорії експресивності, вважають це поняття розпливчатим [158, с. 21], зауважують, що проблема експресивності є дискусійним явищем [17, с. 21]. Дійсно, огляд праць щодо категорії експресивності виявляє, що експресивність часто тлумачиться через вираження емоцій (такий підхід бере початок ще з праць Ш. Баллі) і ототожнюється з категорією емоційності / емотивності [123; 157]. Ця категорія також інколи розширюється і зливається з поняттям виразності та кваліфікується як стилістичне явище. У працях дослідників знаходимо також формулювання емоційно-оцінний, експресивно-емоційний, експресивно-емотивний, емоційно-вольовий, експресивно-модальний, суб'єктивно-модальний, емоційно-експресивний, емоційно-модальний тощо. В одному ряду з ними вживаються і такі поняття як образність, інтенсивність та афективність. Вчені здійснюють безліч спроб розмежувати категорії експресивності, емоційності *vs* емотивності, оцінки, суб'єктивної модальності чи встановити їхню ієрархію при дослідженні як лексичних, так і фразеологічних одиниць [32; 34; 158]. Ці поняття також часто синтезуються – основною функцією ідіом загалом і «прислівних висловлень» зокрема визначається вираження «суб'єктивного емоційно-оцінного погляду на світ» [129, с. 128]. Експресивність визначається як «здатність мовної одиниці збільшувати прагматичний потенціал висловлення, його комунікативну значущість за рахунок вираження суб'єктивної модальності, емоційної реакції на ситуацію, актуалізації висловлення» [65, с. 6]. Поняття експресивності виступає сумарним також в концепції В. М. Телії, яка розглядає як семантичну основу експресивності конотацію – семантичну сутність, що «узуально або оказіонально входить до семантики мовних одиниць і виражає емотивно-оцінне і стилістично марковане ставлення суб'єкта мовлення до дійсності у її позначенні у висловленні, яке отримує на основі цієї інформації експресивний ефект» [143, с. 5]. На нашу думку, таке різнопланове тлумачення поняття експресивності власне й робить можливим визначення його як родового чи сумарного до

перелічених вище категорій у розгляді ФО, зокрема предмету нашого дослідження – фразеологічних експресивів і комунікативів. Схожої думки дотримується також С. Льобнер, який вважає, що висловлення має експресивне значення, якщо воно безпосередньо виражає суб'єктивні відчуття, почуття, оцінки і ставлення. Автор використовує для таких виразів поняття **експресиви** (*Expressive*) і охоплює ним як власне вигуки *au, oh*, так і ФО *Ach, du liebe Zeit! Sag bloß; Ich glaub', ich spinne* [253, S. 43-44]. Здатність виражати емоційний стан мовця, його суб'єктивне ставлення до позначуваних ним предметів і явищ дійсності як прояв експресивної функції мови розглядає О. В. Александрова [4, с. 7]. Лінгвістичний енциклопедичний словник також тлумачить експресивність як сумарну категорію, визначає її як «сукупність семантико-стилістичних ознак одиниці мови, які забезпечують її здатність виступати у комунікативному акті як засіб суб'єктивного вираження ставлення мовця до змісту та до адресата мовлення», експресія розглядається як «здатність вираження психічного стану мовця» [100, с. 591].

Експресивній функції мови у працях вчених відводиться важливе значення. Науковці розглядають експресивну функцію як одну з базових [4; 11; 108; 152], таку, що реалізується в будь-якому висловленні поряд з комунікативною, виражає емоції і почуття мовця та передає у поєднанні з комунікативною безпосередню дійсність думки [78, с. 8; 17, с. 18]. В. Г. Гак вважає, що мова не могла б виконувати своєї інструментальної комунікативної функції, якби не володіла експресивною функцією [30, с. 75]. Як дві основні функції висловлення розглядає експресивну та комунікативну функції І. Г. Торсуєва, і якщо одиниця має функціональну домінанту, тоді ця функція стає функцією самої одиниці, власне формує цю одиницю [146, с. 61-62]. Експресивна функція може реалізовуватися і не у взаємозв'язку із комунікативною. А. Мартіне вважає, що експресивна функція може здійснюватися за відсутності співрозмовника, адже мова часто використовується для екстеріоризації особистості, для зняття внутрішнього напруження, для самоствердження індивідуальності [108].

Фразеологічні експресиви і комунікативи німецької мови являють собою барвисту палітру конвенціалізованих мовленнєвих одиниць, в яких як у «мовних заготовках» імпліковані складні комунікативні та експресивні смисли – у різних пропорціях переплітаються емоції, відчуття, оцінки, ставлення суб'єкта до позамовної ситуації, поведінки чи слів співрозмовника і різноманітні комунікативні інтенції (погрози, відмови, протесту, запевнення, заспокоєння, спонукання тощо). В кожній окремій мовленнєвій ситуації відбувається експлікація цих значень, виявляється уся багатогранність цих одиниць. ФЕіК, по суті, відображають суб'єктивну сторону мовної свідомості. Але суб'єктивність тут є інтерсуб'єктивною, надбанням мовної спільноти і виступає соціальним феноменом. Слід зауважити, що склад ФЕіК у мові постійно оновлюється, частина одиниць виходять з ужитку, їхнє місце займають нові одиниці, які утворюються внаслідок процесів креативності та продуктивності. М. О. Пузиков відзначає, що швидкість цих змін і частота оновлень значно вищі від середніх мовних показників [131, с. 79]. Велика кількість ФЕіК у мові, зокрема власне фразеологічних експресивів – одиниць, які служать головним чином для вираження емоцій (*Ach du liebe Zeit! Da schlag' einer lang hin! Ich glaube, mein Hamster bohnert!*), зумовлюється тим, що у повсякденній мовленнєвій практиці фрази, які виражають безпосередню живу, інтенсивну емоцію рідко формулюються таким чином, щоб усі поняття і логічні відношення між ними були експліцитно виражені. Емоції виражаються здебільшого непрямо, «емоція, названа прямим словом, є емоція усвідомлена, а не така, що безпосередньо переживається; коли вона стає предметом думки, то попадає під контроль свідомості і, як правило, втрачає частину інтенсивності» [60, с. 234]. Вираження емоцій, оцінні ставлення накладаються також на значення тієї частини ФЕіК, що виступають інструментом регулятивного аспекту комунікативної функції, тобто одиниць, які вживаються для вираження погрози, перестороги (*Ich werde dich Mores lehren; Sieh zu, dass du Land gewinnst!*), відмови (*Nur über meine Leiche! Lieber bohre ich mir ein Loch ins Knie*), неприйняття / зауваження (*Du machst mir Laune!*), різнопланових спонукань (*Haut den Lukas! Ab nach Kassel!*) тощо.

Конвенціалізація великої маси регулятивних висловлювань має, мабуть, давню традицію. Регулятивна функція мала вирішальне значення на ранніх стадіях глоттогенезу, адже архаїчною функцією мовлення більшою мірою було програмування поведінки, аніж повідомлення інформації [цит. за 1].

Для підведення підсумку у розгляді питання щодо зображення досліджуваних одиниць як єдиного функціонально-семантичного поля ФЕіК варто також зазначити, що автори сучасного довідника «Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung» наголошують на поліфункціональності цих одиниць, адже багато ФО, які виражають згоду, схвалення, відмову чи неприйняття, вживаються не лише у когнітивному смислі, але і як вирази в експресивній функції. Практично неможливо утворити чіткі класи, оскільки багато одиниць належатимуть до декількох груп [263, S. 450]. У вживанні ФЕіК мовець виступає у комунікативному процесі «неподільним суб'єктом, що пізнає, відчуває, оцінює і діє» [217, S. 130]. Тому перспективу для подальших досліджень ми бачимо передусім у розгляді актуалізації ФЕіК в дискурсі, емпіричною базою може слугувати німецькомовний Інтернет-корпус.

1.3. Відмежування та зони перетину фразеологічних експресивів і комунікативів та інших стійких фраз

Вчені вже давно зауважили, що існують області, які погано піддаються системному підходу, і фразеологія як окрема лінгвістична дисципліна, мабуть, також належить до них. Не можна стверджувати, що ФО не підлягають жодному класифікаційному опису, проте спроби провести чіткі розмежування і утворити окремі «закриті» класи неодмінно наштовхуються на труднощі. Для цієї сфери характерні «зони перетину і плавні переходи» [255, S. VII]. Головним чином аналіз багатого емпіричного матеріалу, коли ФО розглядаються у їхньому реальному, мовно-креативному вживанні в дискурсі, спонукає дослідників не проводити занадто чітко окреслених розмежувань та залишати достатньо простору для перехідних феноменів.

Фразеологічні експресиви і комунікативи як одиниці інтенційного мовленнєвого вжитку слід розглядати окремо від рутинних формул, які є важливими, а інколи й обов'язковими складовими інституційних чи ритуалізованих соціальних ситуацій. Інституційна ситуативна закріпленість багатьох рутинних формул (*Werden Sie schon bedient? Bitte einsteigen und Türen schließen*) дозволяє досить чітко відмежувати їх від ФЕіК, вживання яких хоча і не є цілком випадковим, проте для їхнього опису та аналізу концепція ситуативних рамок не виявляється операційною. Слід, втім, відзначити, що невелике число інституційно закріплених ситуативних фраз, відриваючись від свого первинного контексту вжитку, може поповнювати склад ФЕіК. Напр., фраза *Haben / Hätten Sie es nicht eine Nummer kleiner?*, яка використовується у фреймі покупки в магазині одягу / взуття, в інших ситуаціях набуває жартівливого значення *Чи не могли б Ви говорити простою мовою, щоб і я міг Вас зрозуміти?* [250, S. 577]. Походження виразу *Ab durch die Mitte! – Геть! Відійти! Марш!* упорядники фразеологічних словників подають як запозичення із режисерських зауважень у книгах-сценаріях [201, S. 27; 250, S. 72].

Формули соціального мовленнєвого етикету – одиниці привітання, прощання, побажання та ін. (*Grüß Gott! Herzliches Beileid! Einen guten Rutsch ins Neue Jahr!*), які слугують передусім для координації соціальної поведінки, виконують у мовленні функції ввічливості, впливу, а також контактну, регулятивну та частково емоційно-експресивну функції [150, с. 12-15], і, таким чином, між ними та ФЕіК теж можна намітити певну зону перетину у функціональному аспекті. У дослідженнях минулих десятиліть формули соціального етикету розглядались здебільшого поруч із вигуковими ФО. М. О. Пузиков справедливо зауважує, що таке об'єднання можна вважати досить умовним, воно пояснюється насамперед прагненням до простоти класифікації. У розмежуванні слід звернути увагу на їхню різну обумовленість з боку комунікативної ситуації – етикетні слова і вирази набагато тісніше з нею пов'язані і повинні їй відповідати [131, с. 42]. Досить однозначно намагається розділити вирази із соціальним та з експресивним значенням С. Льобнер. На його

думку, вживання форм мовленнєвого етикету визначається правилами, що діють у сфері соціальної взаємодії, а використання експресивів підлягає іншим правилам, які стосуються лише суб'єктивної, а не соціальної доцільності їхнього вживання. Багато фраз, які служать для висловлення подяки, вибачення, привітання, побажання, співчуття, є ритуалізованими засобами вираження почуттів та оцінок і мають соціальне значення (виконують соціальну функцію), напр.: *Tut mir leid; Es freut mich, Sie kennenzulernen.* Ці вирази вживаються як конвенційні засоби соціальної взаємодії у визначених ситуаціях, соціально релевантними є не фактичні почуття і емоції, а їхнє проголошення у передбаченій формі та відповідна поведінка [253, S. 47-48]. Проте існують також підходи, які визначають зони перетину етикетних формул і ФЕіК. О. К. Кожина зараховує до комунікативів (за визначенням автора – «стійких експресивно-реактивних мовленнєвих одиниць») ті форми мовленнєвого етикету, які «призначені для вираження емоційної реакції мовця» [75, с. 32]. Дійсно, в межах основних груп етикетних формул (привітання, прощання, висловлення подяки, побажання) можна виділити жартівливі та іронічні вирази, щодо яких складно однозначно визначити пріоритетність соціальної чи експресивної функцій, напр.: *Herein, wenn's kein Schneider ist! Welcher Glanz in meiner Hütte! Angenehmes Flohbeißen!* Вони, таким чином, утворюють зону перетину між етикетними формулами та ФЕіК. Інколи етикетні формули отримують додаткові елементи і в результаті семантичного переосмислення функціонують вже як ФЕіК, напр.: *(Na), dann gute Nacht! (Marie)!* – розм. фам. *1. От тобі й маєш! (вигук розчарування); 2. ≈ Пиши пропало! Спускайся на дно!* [122, с. 67]. Іншу групу рутинних формул, які мають ситуативно незалежні комунікативні функції в писемних і усних текстах – мовленнєво специфічні фразеологізми (*wie schon gesagt wurde; hör mal*), ми також відмежовуємо від ФЕіК. Їхнє власне значення, як зазначено вище, поступається функції, яка в широкому розумінні визначається як метакомунікативна [175, S. 42]. Проте і в цій групі можна виділити окремі експресивні одиниці, напр.: *wenn ich mal so dumm fragen darf.*

До фразеологізмів зі структурою речення більшість науковців зараховують також прислів'я як короткі висловлення узагальненого дидактичного змісту. Лінгвістичний енциклопедичний словник визначає прислів'я як «коротке, стійке у мовленнєвому вжитку, ритмічно організоване висловлення повчального характеру, в якому зафіксований багатовіковий досвід народу; має форму завершеного речення» [100, с. 389]. У класифікації О. Д. Райхштейна [133] прислів'я розглядаються як окремий розряд серед всебічно стійких фраз поряд із ФЕіК (приказками). Вони виражають загальний зміст, характеризують цілий клас предметів та явищ і формулюють загальні закономірності: *Wer die Wahl hat, hat die Qual; Viele Köche verderben den Brei.* ФЕіК, натомість, виражають окремий зміст і використовуються лише для характеристики одиничних, конкретних ситуацій та більшою мірою залежні від контексту: *Das sagst du! Dazu gehören zwei; Da liegt also der Hund begraben!*

Вивчення прислів'їв має давню традицію і за цією областю науки закріпилась назва пареміологія. Завдяки своєму дидактичному змісту вони виступають формулюваннями загальних правил і можуть виконувати у мовленні соціально-виховну функцію та функцію аргументації. У дослідженні С. М. Авєріної прислів'я розглядаються як одиниці аргументного поля [1]. Вони стисло і стилістично виражено передають мораль, яка в певних контекстах завдяки імпліцитному посиланню на загальний досвід може слугувати для підсилення якогось аргументу, підтвердження поради, заборони чи вказівки до дії. Як підкреслює Г. Бургер, прислів'я переступає семантичну та прагматичну площину певного діалогу і несподівано починає розглядати актуальну ситуацію на фоні загального досвіду [174, S. 56]. Таке прислівне висловлення завдяки посиланню на колективний досвід деперсоналізується, і проти представленої позиції складніше висунути якесь заперечення. ФЕіК, в свою чергу, є суб'єктивними знаками, вони передають особисті оцінки, емоції, наміри, запевнення, згоду чи незгоду, тобто імплікують складні комунікативно-експресивні особистісні смисли. Їхній конвенційний характер, у цьому випадку – «інтерсуб'єктивна суб'єктивність», забезпечує міжпоколінну трансляцію

взаєморозуміння мовної спільноти. Основною формальною відмінністю ФЕіК та прислів'їв більшість вчених називають наявність у структурі перших дейктичних прономінальних елементів для зв'язку з контекстом [174, S. 53; 214, S. 81]. Дійсно, більшість фраз з окремим змістом містить елемент, який пов'язує цю фразу з визначеними обставинами мовленнєвого акту, тобто вказує на конкретний предмет, явище, його учасників, час чи місце дії: ***Nun*** *wird's (aber) Tag!* ***Das*** *wird ja immer schöner!* ***Hier*** *steppt der Bär!* Проте розглядати наявність вказівних прономінальних та інших компонентів як абсолютну диференційну ознаку ФЕіК неправомірно, адже фрази з імпліцитною структурою речення часто не виявляють формальних елементів зв'язку з контекстом, пор.: *Ab nach Kassel! Abwarten und Tee trinken! Operation gelungen, Patient tot!*

Названі вище відмінності в більшості випадків дозволяють зарахувати кожну окрему фразу до ФЕіК чи прислів'їв, проте і між цими двома розрядами дискурсивних одиниць складно провести абсолютно чіткі межі. В середині минулого століття В. Л. Архангельський із посиланням на С. Г. Гаврина наголошував, що в науці ще не знайдені однозначні лінгвістичні критерії, на основі яких можна було б відділити прислів'я від приказки [10, с. 166]. В одній із найновіших праць з фразеології німецької мови Г. Бургер і далі зазначає, що між стійкими фразами та прислів'ями існують плавні переходи і їхнє розмежування у словниках часто довільне [178, S. 40-41]. Невелике число СФ з експліцитною структурою речення, що не виявляють формальних елементів для зв'язку з контекстом, є жартівливими ситуативними одиницями, які складно розглядати як фрази з узагальнюючим дидактичним змістом: *Schief ist englisch, und englisch ist modern; Man hat schon Pferde kotzen sehen, (und das direkt vor der Apotheke).* О. Д. Райхштейн зауважує, що прислів'я часто вживаються не у власне абстрактному узагальнено-переносному значенні, а лише в певному вузькому смислі. Фраза *Aller guten Dinge sind drei* означає, що щось слід зробити три рази чи мати в трьох екземплярах [133, с. 48]. Тому у функціональному аспекті її слід розглядати скоріше як наближену до ФЕіК на зразок *Dreimal darfst du raten!*, ніж як прислів'я.

Поряд із прислів'ями часто розглядають тривіальні речення (*Gemeinplätze*) як вирази з банальним змістом, які констатують загальновідомі речі; вони можуть бути тавтологічними, тобто друга частина фактично дублює першу: *Was man hat, das hat man; Was sein muss, muss sein; Man lebt nur einmal* [221]. Коло одиниць, які охоплює це поняття, залежить від використаного підходу. Г.-Г. Люгер розглядає велику частину «класичних» прислів'їв як тривіальності, а саме прислів'я без образного переосмислення: *Ende gut, alles gut; Aller Anfang ist schwer* [255, S. 125-136]. Ця позиція, проте, не знайшла належної підтримки серед науковців. Тривіальності інколи також можуть поповнювати склад ФЕіК. Так, тавтологічне речення *Wer hat, der hat* часто вживається із препозитивним розширенням *Nur kein Neid, wer hat, der hat* і функціонує як експресивна комунікативна одиниця. Жартівливий коментар *So jung kommen wir nicht wieder zusammen*, який вживають як заклик залишитися (і продовжити святкувати) у ситуаціях, коли хтось із товариства хоче його покинути, яскраво демонструє плавні переходи між різними розрядами СФ. За його очевидним змістом це речення інколи розглядають як тривіальність. Певна ситуативна прив'язка робить можливим зарахування цієї фрази до ядра рутинних формул, проте експресивний характер і вказівний елемент *so* наближають її до ФЕіК, а задокументоване літературне походження дозволяє розглядати цю стійку одиницю як крилатий вираз, адже вона стала відомою як рядок із хорової пісні Хр. А. Вульпіуса («Dem Gott der Raben», близько 1790 р.) «*Wir kommen doch morgen so jung nicht zusammen*» [252, S. 1781].

Термін *крилаті слова* у науковий обіг ввів Г. Бюхман, автор відомого збірника «Geflügelte Worte, der Zitatenschatz des deutschen Volkes» [216], зараховуючи до них загальновідомі вживані вирази, які мають літературне походження. Серед вчених-фразеологів розряд крилатих слів традиційно розглядається як один з найсуперечливіших. Літературне походження, яке сьогодні поширюється і на інші сфери, зокрема рекламу, ЗМІ, кіноіндустрію, мають різні за структурою та змістом і функціями стійкі сполучення слів: фразеолексеми (*Kastanien aus dem Feuer holen*), фразеологічні експресиви і комунікативи (*Mein lieber Scholli! Verflixt und zugenäht! Volldampf voraus!*),

прислів'я і тривіальності (*Kleider machen Leute; Von nichts kommt nichts*) і навіть фразеошаблони (*Futsch ist futsch, hin ist hin*) та мовленнєво специфічні фразеологізми (*Verzeihen Sie das harte Wort!*). Велику частку серед крилатих слів складають саме одиниці зі структурою речення, оскільки з психолінгвістичної точки зору вони більше вражають увагу читача чи слухача і краще запам'ятовуються. Спочатку ці фрази функціонують як короткі афористичні вислови з вузьким конкретним змістом, які асоціюються у вживанні з певним автором чи літературним джерелом. Проте з часом частина виразів відривається від первинного джерела і втрачає своє конкретно-буквальне значення: «Для більшості носіїв німецької мови їхнє походження залишається невідомим, авторські, контекстуальні і ситуативні асоціації, а також початкова жанрово-стилістична належність фраз втрачені, і вони поповнюють склад загальновживаних приказок» [133, с. 121]. Значення фрази набуває «універсального» характеру і такі вирази фіксуються фразеологічними словниками, тобто крилаті фрази перетворюються у загальновідомі розмовні стійкі фрази: *Hannemann, geh du voran! Wie sage ich es meinem Kinde? Tu, was du nicht lassen kannst.* М. В. Гамзюк розглядає утворення ВФО і також відзначає можливість поповнення їхнього складу за рахунок крилатих фраз, зокрема тих одиниць, які є виразниками емоцій і володіють високою експресивністю: *Gut gebrüllt, Löwe! Und da verließen sie ihn* [35, с. 63]. Г. Бургер ставить під сумнів невиправданий оптимізм щодо рівня освіченості більшості членів мовної спільноти; автори частини крилатих слів для нелінгвістів невідомі, і в синхронному плані цю групу нераціонально зараховувати до їхнього складу, вони перейшли у значно більшу групу фразеологізмів без авторства. На підтвердження цієї думки вчений наводить приклад, який пізніше цитували у своїх працях багато фразеологів: «Хто сьогодні ще пам'ятає, що *Friß Vogel oder stirb* є заголовком памфлету на М. Лютера, написаного в 1722 р. Страсбурзьким пастором Йоганном Ніколаусом Вейслінгером» [175, S. 44]. Те ж можна сказати про багато інших виразів. Стійка фраза *Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern*, яка вживається для вираження непохитного оптимізму, є приспівом зі шлягеру, що

звучав у знятому в 1939 р. фільмі «Рай холостяків». Навіть тривіальне за своїм змістом речення *Der Ball ist rund*, яке вживається із ситуативною спеціалізацією як коментар про хід футбольного поєдинку, належить авторству відомого німецького тренера З. Гербергера. Г. Бургер та його співавтори підтверджують свої спостереження за допомогою експерименту, учасники якого, отримавши спеціально розроблені завдання, що містили крилаті слова, у переважній більшості випадків не змогли назвати джерело і позначали їх як фразеологічні звороти (*Redensarten*). Автори прийшли до висновку, що цей клас фразеологізмів має осцилюючий характер, адже, з одного боку, їх складно однозначно відмежувати від цитат, а з іншого – від решти фразеологізмів [175, S. 43-56]. Ми також дотримуємося точки зору, що одиниці, які мають документально зафіксоване літературне в широкому розумінні походження, але володіють такими ознаками фразеологізмів як відтворюваність, стійкість і вживаність, можуть розглядатися поруч з іншими фразеологізмами певного класу, в нашій роботі – фразеологічними експресивами та комунікативами.

Визначення місця ФЕіК в структурі німецької фразеології передбачає не лише їхнє виділення як окремого класу серед інших дискурсивних одиниць, але і проведення відмежування від фразеологізмів, які в структурно-синтаксичному плані не є завершеними реченнями, у зв’язку з чим набирає ваги питання стійкості цих мовних одиниць.

1.4. Поняття стійкості та відтворюваності фразеологічних експресивів і комунікативів

Аналіз наукової літератури щодо предмету нашого дослідження показав, що ці ФО, попри різнобій у термінології, повсюдно описуються як стійкі відтворювані одиниці зі структурою речення і лише в спеціальних дослідженнях висловлюються певні застереження.

Поняття стійкості, яке й стосовно ФО загалом розглядається як одне з категоріальних, в останні десятиліття релятивується багатьма провідними

науковцями. Системні структурні трансформації ідіом були предметом дослідження як в англо-американських працях з ідіоматики [256; 273], так і в німецькому мовознавстві [178; 197; 198]. Г. Бургер аналізує варіативність та оказіональні модифікації ФО і говорить про відносність їхньої структурної стійкості. Вчений приходить до висновку про необхідність «гнучкішої концепції фразеології, яка б толерувала думку про наявність у ФО більш чи менш стабільних компонентів, що не впливає на її статус як лінгвістичної чи психолінгвістичної одиниці» [178, S. 25-31]. Зокрема, існують як граматичні варіанти одного з компонентів ФО, напр., числа (*seine Hand / seine Hände im Spiel haben*) чи зовнішньої валентності (*jmdm. / für jmdn. eine Extrawurst braten*), так і лексичні варіанти (*ein schiefes Gesicht machen / ziehen*), ФО, поширені додатковим компонентом (*sich etwas (rot) im Kalender anstreichen*) та ФО з різним порядком компонентів, яких багато серед стійких фраз (*Nach jmdm. / etw. kräht kein Hahn mehr* і *Kein Hahn kräht nach jmdm. / etw.*). Факт існування для багатьох фразеологізмів не лише однієї обов'язкової, фіксованої у словнику форми, на думку також і Г.-Г. Люгера, говорить на користь релятивації критерія стійкості – «стійкість ФО виявляється досить складним у користуванні критерієм» [255, S. 11]. Ці спостереження повною мірою стосуються і фразеологізмів зі структурою речення. Твердження В. Фляйшера про те, що ідіоматичні речення з синтаксичної точки зору або взагалі не виявляють жодної варіативності, або лише дуже низьку [214, S. 81], найповніше піддає сумніву в одній зі своїх статей Я. Коргонен [244]. Багато ФЕіК лексикографічно фіксовані з відмінностями в кількості компонентів (*Au Backe, (mein Zahn)! Du bist mir ein (schöner) Held!*). Найчастіше квантитативні варіанти виявляють наявність у структурі фрази однієї чи декількох факультативних часток (*Das ist (doch / ja) der Gipfel! (Nun) halt (aber) (mal) die Luft an!*). Також зустрічаються випадки різного вираження заперечення (*Da beißt die Maus keinen Faden ab / Da beißt keine Maus einen Faden ab*). Включення у контекст може змінювати порядок компонентів ФЕіК; крім того, деякі ідіоми допускають зміни часової форми (*Da liegt / lag der Hund begraben!*), різні займенникові варіанти (*Gnade dir / uns Gott! Das könnte dir / ihm*

usw. so passen!). Досить широко представлені власне лексичні субституції компонентів ФЕіК (*Das macht der Liebe / Sache keinen Abbruch; Das macht den Kohl / die Suppe auch nicht fett; Da hört (sich) (doch) alles / Verschiedenes / die Gemütlichkeit auf!*).

Ці, на перший погляд, лише формальні зміни демонструють, що поділ фразеологізмів на одиниці зі структурою словосполучення та на фразеологізми-речення, який традиційно постулюється з часів виникнення фразеології як науки, при уважнішому розгляді виявляється не зовсім однозначним. Втім, ще В. Л. Архангельський наголошував на неабсолютній відмінності СФ і фразем, адже деякі фраземи залежно від їхнього **функціонального використання** (виділено мною – *О. Г.*) можуть ставати стійкими фразами, напр.: *ставить / поставить вопрос ребром* і *Вопрос стоит ребром*; *перейти Рубикон* і *Рубикон перейден* [10, с. 145] (пор. також клас номінативно-комунікативних ФО у О. В. Куніна). Я. Коргонен, аналізуючи лексикографічну фіксацію ідіом, звертає увагу на те, що одна й та сама ідіома у різних словниках може бути представлена як ідіома-речення (*Da geht einem ja der Hut hoch!* [173, S. 679]) чи як стійка предикативна конструкція (*jmdm. geht der Hut hoch* [227, S. 592]). Фіксована в багатьох словниках номінальна форма *Das schlägt dem Fass den Boden aus!* та корпусний приклад *«Das hat natürlich dem Fass noch den Boden ausgeschlagen…»* наводять автора на думку, «чи не маємо ми тут справи з дієслівною ідіомою *dem Fass den Boden ausschlagen*» [244, S. 981].

Г.-Г. Люгер у дослідженні фразеологізмів зі структурою речення виділяє стійкі предикативні конструкції (*jmdm. platzt der Kragen; jmdm. drückt der Schuh*), які внаслідок їхнього відносно вільного комунікативно-граматичного варіювання (*da wird ihm sicher der Kragen platzen; ist ihm deswegen nicht der Kragen geplatzt?*) правомірно зараховувати до номінативних одиниць на противагу власне стійким реченням на зразок *Da liegt der Hund begraben! Das schlägt dem Fass den Boden aus!* – одиницям з експліцитною структурою речення з обмеженішими можливостями інтегрування у контекст. Як бачимо, вчений розглядає згадану вище одиницю як стійку фразу. Проте автор робить наголос на складності

виокремлення класів з чіткими контурами: «Практично не існує меж, які можна було б однозначно визначити, характерними є плавні переходи» [255, S. 40].

В. Фляйшер також виділяє стійкі предикативні конструкції – ФО з мінімальною синтаксичною структурою [підмет (іменник в Nom.) + присудок (змінюване дієслово)], напр.: *Die Saat geht auf; Der Ofen ist aus; Der Hut geht jmdm. hoch*, які варіативні за комунікативно-граматичними категоріями, можуть комбінуватися в інфінітиві з дієсловом, якому вони підпорядковані, і за своєю функцією відповідають дієслівним фразеологізмам, а не комунікативним формулам зі структурою речення. Стабільність цих одиниць, як і інших груп ФО, є неабсолютною. Вони можуть вживатися як регулярні предикативні конструкції, проте також існують їхні переважаючі реалізації у реченні, що наближає ці одиниці до стійких фраз [214, S. 104-106; 215, S. 119].

Свої положення щодо розгляду стійких предикативних конструкцій, як і використання цього терміну, В. Фляйшер формулює із посиланням на роботи О. Д. Райхштейна. Слід відзначити, що О. Д. Райхштейн, хоч і окреслив відмінності між цими одиницями (інший варіант терміну – стійкі фразові звороти [133]) і всебічно стійкими фразами (прислів'ями, приказками, крилатими фразами), розглядає їх у контексті досліджень СФ німецької мови (див. вище п. 1.1.2.). Для СФЗ характерним є вільне розширення неідіоматичними компонентами, відсутність граматичної та інтонаційної стабільності, вони в загальному індиферентні до категорії часу і стану дієслова, до порядку слів, інтонації і комунікативного типу висловлення, наявності чи відсутності фразового заперечення. Проте вчений неодноразово наголошував у своїх роботах на тому, що між різними розрядами стійких фраз існують плавні переходи і ті СФЗ, які виявляють якусь найуживанішу комунікативно-граматичну форму (напр.: *Das Maß ist voll; Das Eis ist gebrochen*), наближаються до приказок. Також і серед приказок О. Д. Райхштейн виділяє як абсолютно стійкі одиниці на зразок *Das kommt in den besten Familien vor* чи фраз з імпліцитною структурою речення (*Ab nach Kassel! Rin ins Vergnügen! Kopf hoch!*), так і приказки з відносною стабільністю, яка ґрунтується лише на кількісному переважанні цієї форми фрази

в мовленні. Відносно низька стабільність характерна для більшості розгорнутих стійких фраз з відносним займенником *das* у ролі підмета. Наприклад, вирази *Das macht den Kohl auch nicht fett; Das kommt nicht in Frage* є лише переважаючими формами вживання в мовленні дієслівних ФО *den Kohl nicht fett machen; (nicht) in Frage kommen*. Також і серед спонукальних приказок є багато приказок-кліше, тобто дієслівних фразеологічних сполучень, які вживаються переважно в наказовій формі і утворюють таким чином окрему фразу: *Mach dir nichts daraus! Lass die Finger davon! Fass dich an deine eigene Nase!* (їхня стабільність не є абсолютною, пор.: *er machte sich nichts daraus*). Попри неабсолютний характер стабільності приказок О. Д. Райхштейн вважає її ознакою, що дозволяє досить чітко відмежувати приказки від близьких до них СФЗ на зразок *jmdm. Läuft die Galle über; jmdm. fiel ein Stein vom Herzen* [133].

Спроба чітко розмежувати ці два типи СФ Д. О. Добровольським в комунікативно-функціональній типології ідіом, де він соматизми як ідіоми із «сентенціональною структурою» та кваліфікуючою функцією відмежовує від власне ідіоматичних речень – «ідіом у функції висловлень» (напр. *Du kannst mich mal!*) [195, S. 61], дещо релятивується при розгляді питання про лінгвістичний статус *мовленнєвих формул* – ідіом (переважно завершених висловлень) з фіксованим ілокутивним потенціалом. На прикладах контекстів фрази *Каким ветром занесло?* вчений аргументує, що одній і тій самій ідіомі можуть бути властиві два типи вживання – формульні і неформульні [14, с. 80-81].

Р. Фінкбайнер [212] за допомогою репрезентативного корпусу писемної мови досліджує десять виділених нею структурно-синтаксичних «зразків-інваріантів» ідіоматичних речень німецької мови щодо ступеня їхньої прив'язки до певного типу речення. В діапазоні від «досить сильно» до «відносно сильно» прив'язаних виявляються зразок 1 [*Das kannst du* + Infinitiv] (*Das kannst du dir an den Hut stecken; Das kannst du deiner Großmutter erzählen*), зразок 4 [*Das ist* (*ja / doch*) *zum* + Konversion] (*Das ist (ja / doch) zum Wändehochgehen!*), зразок 5 [*Ich glaub / denk* + Objektsatz] (*Ich glaub / denk, mich laust der Affe!*) та зразок 8 [*Jetzt* V (*aber*) + Nominalphrase] (*Jetzt schlägt's (aber) dreizehn! Jetzt ist (aber) Sense!*). Для

решти зразків характерні середній та низький ступені стійкості реченнєвої структури, зокрема для зразка 6 [Pronomen *werden* (*schon*) + Infinitiv] (*Wir werden das Kind (schon) schaukeln! Es wird (schon) nicht gleich den Hals kosten!*). Автор розміщує досліджувані зразки назагал посередині шкали (*im mittleren Bereich der Skala*). Провівши вибіркове дослідження інших ФО, як одиниці із відсутньою прив'язкою до типу речення (на шкалі: 0) Р. Фінкбайнер визначає класичні дієслівні фразеологізми *aufs falsche Pferd setzen; mit der Tür ins Haus fallen* та ін. На другому полюсі шкали (+) знаходяться синтаксично майже абсолютно незмінні одиниці на зразок *Schwamm drüber! Sei kein Frosch!* Як фрази з високою стійкістю, які через наявність у корпусних текстах їхнього вжитку в підрядних реченнях розміщені на шкалі дещо лівіше від плюсової позначки, визначені ідіоми *Das schlägt dem Fass den Boden aus! Das geht auf keine Kuhhaut!* Автор обмежує свої спостереження лише названими декількома прикладами одиниць з абсолютною та дуже високою стійкістю, і з незрозумілих причин ці та багато інших ФЕіК не потрапляють до аналізу семантичних і прагматичних особливостей ідіоматичних речень. Власне концентрація уваги Р. Фінкбайнер на одиницях лише середини шкали, а не на ядрі цього класу стійких фраз, не применшує її внесок у розгляд питання відносної стійкості фразеологізмів зі структурою речення. Проте цей факт, а також прийняття вихідними в роботі структурних особливостей (хоч автор і вказує на умовність такого поділу, застосованого з метою наочності та чіткої структурованості) не передає, на нашу думку, повною мірою картину функціонування фразеологічних експресивів і комунікативів у мовно-когнітивній структурі тезаурусу носіїв німецької мови.

Проаналізовані дослідження ФЕіК показують, що критерій функціональної фіксації, прагматичної стійкості щодо них є релевантнішим, ніж власне структурно-синтаксична стійкість, хоча очевидно, що ці критерії є взаємодетермінованими. Тому доречнішим видається визначення в першу чергу окремих функціональних груп ФЕіК (комплекс питань, пов'язаних з цим аспектом, див. далі п. 1.5.). Стосовно поняття стійкості досліджуваних одиниць варто зазначити, що автори згаданого довідника «Phraseologie: Ein internationales

Handbuch zeitgenössischer Forschung» бачать своєрідність вжитку прагматичних фразеологізмів у тому, що ці вирази відомі як формульні (*formelhaft*). Тобто у визначенні цього класу ФО набуває ваги новий важливий компонент: «щоб називатися фразеологічними, одиниці повинні у конвенціалізованій формі належати до ментального лексикону більшості мовців» [211, S. 142]. Принцип врахування загальної відомості лексичних чи фразеологічних одиниць та частотності їхнього вживання не є новим, за цим критерієм укладено низку частотних словників.

Для того, щоб визначити стійкість ФО через її вживаність, необхідні емпіричні дослідження, які давали б змогу інтерсуб'єктивно встановити вживаність. В Розділі 2 ми розглянемо можливості сучасної корпусної лінгвістики у цій сфері, зокрема використання текстового масиву Інтернету в ролі корпусу, та питання розробки методики дослідження фразеологічних експресивів і комунікативів.

1.5. Семантико-прагматичні особливості та поняття ідіоматичності фразеологічних експресивів і комунікативів

Дослідження ФО різних типів і досі залишають невирішеними багато питань щодо самого предмету вивчення і його базових характеристик. Спроби вчених чітко розмежувати ядро і периферію фразеології не приносять бажаних результатів. І мова тут йде не лише про різний статус фразеологізмів зі структурою словосполучення чи фразеологізованих речень. Мовознавцями розроблені численні шкали ідіоматичності, які, з одного боку, свідчать про безсумнівне існування різних ступенів і видів ідіоматичності, проте водночас демонструють складність розмежування і розподілу ФО за такою шкалою. В одному з останніх видань Г. Бургер до фразеології в широкому значенні слова зараховує одиниці, яким притаманні дві наступні властивості – нарізнооформленість і стійкість, а фразеологізми у вузькому розумінні володіють також й ідіоматичністю. Проте автор не робить наголосу на розмежуванні цих

двох груп, посилаючись на Г. Файльке, який показує, що провести чітку межу між ними небажано і неможливо [178, S. 14-15].

Для цілої палітри фразеологізмів велику роль відіграють прагматичні аспекти, які визначають коректне використання фразеологізму в контексті. Зокрема, серед парних формул є багато синтаксично і семантично регулярних одиниць, які відзначаються передусім стійкістю, тобто не є власне ідіоматичними: *groß und stark; Kaffee und Kuchen*. Г. Бургер зазначає, що багато таких виразів можна вважати принаймні слабо ідіоматичними, оскільки вони прив'язані до певних умов вжитку. Так, словосполучення *groß und stark* вживатиметься переважно в контекстах, де дітей підбадьорюють більше їсти: «*damit du* ***groß und stark*** *wirst*» [178, S. 55]. Отже, ми бачимо, що і стосовно ФО зі структурою словосполучення одним з чинників ідіоматичності визначаються *прагматичні рестрикції* [126], а також все частіше звертаються до таких характеристик як стійкість і вживаність. Ідіоматичність тлумачиться як лінгвокогнітивна універсалія, явище дискретне і дифузне водночас. Адже пов'язані з ідіоматичністю базові поняття непрозорості та вмотивованості теж виявляються певною мірою відносними. Властивість непрозорості прямо пов'язана зі знаннями адресата, як індивідуальними, так і спільними для мовного соціуму [14, с. 32]. Етимологія у суб'єктивному сприйнятті може відрізнятися від діахронічно доведеного походження. Цікавою є, наприклад, довідка у словнику Л. Рьоріха щодо фразеологізму *(Das) geht einem / mir über die Hutschnur! – Це вже занадто!* Раніше походження цього виразу розглядали як комічний варіант *Es geht bis an den Hals* (пор.: *die Hutschnur* – стрічка / мотузок, що носиться на підборідді і «тримає» капелюх на голові). Про таке сприйняття мотивації свідчить також новий варіант *Das geht über den Hutrand.* Однак автор наводить писемну знахідку (щоправда, одиничну), датовану 1396 р., де *Hutschnur* використовується як одиниця міри (товщини струменя води для користувачів спільного водоводу) [252, S. 776-777]. Водночас, Г. Кюппер подає походження *Hutschnur* від *Hütung* (як синонімічне до *Weide* – пасовище), тобто *über die Hutschnur gehen* тлумачиться як *Grenzverletzung* [250, S. 371].

З панхронічної позиції зміна значення фразеологізмів, на відміну від актуальних метафор, є конвенційною. Вирішальним чинником для їхнього розуміння є не обробка всіх складових одиниць, а той «поріг» інформації, якого достатньо, щоб розпізнати цей вираз як стереотипний. Щойно у процесі декодування досягнуто цієї точки, решту можна певною мірою «перестрибнути», оскільки семантична одиниця, що лежить в основі, доступна для розшифрування завдяки знанню цього сталого сполучення слів. Слушним бачиться зауваження Г. Файльке, що з переходом із площини слів у площину виразу ми водночас залишаємо сферу опису дослівного значення та, проте, не переходимо у сферу т. зв. переносного значення, а, навпаки, в синхронно-семасіологічному плані потрапляємо на власне площину опису цього виразу. Поширене протиставлення з одного боку дослівного, а з іншого – переносного значення, базується на логічній помилці, в основі якої лежить змішання категорій, адже дослівне значення використовує синхронно-семасіологічний, а переносне значення – діахронно-ономасіологічний критерій диференціації. З діахронічного погляду ці вирази були колись дослівно мотивовані, але, як уже зазначалось вище, психолінгвістичні експерименти виявляють, що синхронно в їхній контекстуалізації вони не прив'язані до дослівного розуміння і утворюють «виражальний гештальт» та індексуючим чином вказують на сформовану у вжитку схему інтерпретації виразу [207, S. 14-15].

Стосовно стійких речень, зокрема ФЕіК, які розглядаються як «супервіртуальні знаки мови» [13, с. 92], «застиглі актуалізовані мовленнєві фрагменти» [129, с. 53], категорія ідіоматичності виявляється ще менш операційною. Спроби перенести спостереження щодо ідіоматичності і цілісності значення також і на стійкі речення одразу ж виявляють фундаментальні відмінності. В той час як словосполучення на зразок *das Handtuch werfen; mit Mann und Maus; ins Gras beißen* та ін. як номінативні одиниці зазвичай включаються у речення і, відповідно, у реалізоване ним висловлення, ФЕіК *Da kennst du mich aber schlecht; So siehst du aus; Wir werden das Kind schon schaukeln* використовуються у комунікації на вищому рівні, і питання цілісного значення

постає щодо них іншою мірою. Як одиниці з високим ступенем ідіоматичності та цілісністю значення можна розглядати передусім власне фразеологічні експресиви, напр.: *Da gehst du / gehste am Stock!; (Ach) heiliger Strohsack!; Du kriegst die Tür nicht zu!* За класичним визначенням В. В. Виноградова, афективність домінує тут над логічним вираженням думки і майже повністю руйнує первісне інтелектуально-логічне судження [27]. Наступний розподіл комунікативних формул В. Фляйшером, де вирази *(Ach), du kriegst die Motten! Das durfte nicht kommen* розглядаються як повністю ідіоматичні; *Abwarten und Tee trinken! Erst können vor Lachen!* як частково ідіоматичні, а фрази *Das kannst du mir glauben! Tu, was du nicht lassen kannst* як неідіоматичні [214, S. 132], виявляє передусім суб'єктивний авторський смак. Г. –У. Дітц справедливо зауважує, що ознаку ідіоматичності стосовно цих речень не можна надто тісно пов'язувати з образністю або з затемненням значення [194, S. 159]. Г. Кемпке при укладенні навчального словника для іноземців [236] теж не розглядає ідіоматичність як критерій відбору матеріалу і включає поряд з *Wir werden das Kind schon schaukeln; Schwamm drüber! Das macht den Kohl nicht fett* багато семантично транспарентних, але стосовно їхньої комунікативної функції незрозумілих для немовців виразів: *Daraus wird nichts; Das kostet eine Kleinigkeit; Faß mich nicht an!* Так, *Das kostet eine Kleinigkeit* є реакцією особи, яку попросили про послугу, і тому не вживається у ситуаціях купівлі-продажу речей.

Отже, семантична ознака ідіоматичності, незважаючи на те, що нею володіє велика частина ФЕіК, частково втрачає свою первісну вагу як одна з суттєвих характеристик фразеологізмів. Семантичний підхід до опису цих одиниць розширюється прагматичною перспективою.

З виникненням прагматики як галузі лінгвістики прагматичні дослідження базувались на поясненні різноманітних риторичних фігур, таких (актуальних) як метафора чи іронія, а ФО дуже рідко брались до уваги в ролі описового матеріалу, і навіть новітні довідники з прагматики наводять лише окремі приклади вживання фразеологізмів (див. вище п. 1.1.3.). Роботи з ідіоматики розглядають переважно одиниці нижче рівня речення чи висловлення, а

дослідження імплікатур, непрямих мовленнєвих актів та інших типів непрямого мовлення орієнтовані на одиниці рівня висловлення. Тобто ідіоматичність розглядається, як правило, як семантичний феномен, в той час як непряме мовлення описується переважно з позицій прагматики. Д. О. Добровольський та Е. Піраінен основним фактором недослівної інтерпретації ідіом – центральної категорії фігуративних одиниць, визначають наявність образного компонента, а щодо одиниць непрямого мовлення, наприклад, непрямих МА недослівність спричинена формою висловлення, а не семантикою його складових лексичних одиниць. Тому їх слід розглядати «головним чином у сфері лінгвістичної прагматики, а не семантики» [199, S. 20]. Фразеологізми у формі висловлення і передусім ФЕіК, вочевидь, не цілком вписуються у цю модель. Щодо такого розмежування ідіоматичності та непрямого мовлення Р. Фінкбайнер слушно зауважує, що ідіоми завжди використовуються як частини висловлень і, як і інший мовний матеріал, можуть імплікувати асоціативне чи нове значення [212, S. 119]. Наприклад, у фрагменті інтерв'ю:

A: Werden Sie wegen Ihrer Verletzung an der nächsten Weltmeisterschaft nicht teilnehmen?

B: Doch, ich wiederhole, ich habe nicht vor, ***das Handtuch zu werfen!*** – ФО імплікує певною мірою погрозливу відповідь на питання А.

Якщо в цьому випадку подвійної дуальності ми маємо справу з образною одиницею, яка в конкретному висловленні імплікує нове прагматичне значення, то для аналізу ФЕіК відповіднішим є невідокремлений розгляд семантики і прагматики, їм притаманна «конвенціалізація прагматичних нашарувань», що внаслідок відтворюваності цих одиниць, їхньої належності до ментального лексикону мовної спільноти дозволяє розглядати ці речення і в системно-мовному аспекті. В процесі спілкування експлікація конвенціалізованих імплікатур не є необхідною, їх «перестрибують», оскільки слухач може безпосередньо відтворити їхнє значення. Носії мови завдяки своїй виражально релевантній (*ausdrucksbezogen*) компетенції, яка виникає в результаті типового

досвіду вживання, і без актуального ситуативного контексту володіють знаннями про можливі інтерпретації висловлення [208, S. 204].

Слід відзначити, що для аналізу ФЕіК концепція ситуативної прив'язки має обмежене застосування. Очевидно, що ці речення можуть інтерпретуватися лише на фоні певних ситуацій. Так, висловлення *Das kannst du deiner Großmutter erzählen!* вказує на ситуацію, у якій один співрозмовник на основі певних критеріїв критично-глузливо оцінює попереднє висловлення іншого співрозмовника щодо його достовірності чи переконливості аргументів. Тільки загально охарактеризовані параметри – попереднє висловлення, певні критерії, достовірність, переконливість, специфікуються далі в конкретних ситуаціях. Таким чином, для коректного вживання цього речення повинна бути наявна ситуація, яка відповідає умовам для здійснення оцінної мовної дії цього типу. Проте такий опис ситуації є надто загальним, щоб його можна було раціонально змоделювати за допомогою фреймів або сценаріїв.

Численні спроби класифікацій виявляють той факт, що значна частина ФЕіК конвенціалізовано пов'язана з певними ілокутивними функціями. У проаналізованих нами класифікаціях виділені групи виразів, які виражають докір, відмову, заспокоєння співрозмовника, запевнення / клятву, розпач мовця, підбадьорення, заклик до дії, пересторогу, погрозу, здивування тощо. Щодо багатьох ФЕіК ці функції можна визначити незалежно від контексту, тобто ілокутивна функція відтворюється разом з лексико-структурним складом фрази. Проте визначення кінцевого набору прагматичних функцій ФЕіК не є можливим (принаймні недоцільним стосовно його інформативної ілюстративності) і така інгерентна спеціалізація цих одиниць за тими чи іншими мовленнєвими діями на докомунікативному рівні не завжди може бути визначена однозначно.

В різних контекстах ці в загальному визначені функції часто зазнають певних модифікацій. Так, вживаючи вираз *Auf in den Kampf!*, мовець може певним чином модифікувати наказ, погрозу, попередження. Вірогідними є контексти, в яких *Auf in den Kampf!* виступатиме, наприклад, спонуканням когось виконати якусь дію; водночас мовець може висловити своє переконання у тому,

що той, до кого він звертається, у змозі виконати цю дію. Проте він може також висловити своє незадоволення тим, що дія (ще) не виконується. Таким чином, вид модифікації обумовлюється актуальним контекстом. Ідіома *Das ist nicht mein Bier* залежно від ситуації може функціонувати як відмова чи як виправдання, а *Da kannst du was erleben* як погроза чи як спонукання до чогось цікавого. Завдяки поліфункціональності мовець може за допомогою однієї мовної форми одночасно і в імпліцитний спосіб виконати різні функції. В тому випадку, коли неможливо чітко окреслити значення ФЕіК, відповіднішим бачиться подання комунікативних умов, в яких використовується те чи інше висловлення, тобто його прагматичних регулювань. Наприклад, ФО *Ich weiß, was ich weiß* вживається, щоб показати, що мовець поінформований, проте не бажає про це детальніше говорити. Навряд чи ілокуція **попередження** щодо фрази *Tu, was du nicht lassen kannst!* може конкурувати з інтерпретацією цієї одиниці Г. – У. Дітцем: *«Я тобі цього не раджу. Якщо ж ти це все-таки хочеш зробити, я не можу тобі завадити, але не кажи, що я тебе не попереджав»* [194, S. 158].

Таким чином, ФЕіК потребують прагматично-семантичного опису, який містив би усі «традиційні» ілокуції, проте він не повинен обмежуватися зарахуванням окремих одиниць до певних функціональних класів, а розроблятися шляхом інтерпретації вживання фразеологізму в конкретних текстах [248, S. 151]. В площині речення ФЕіК можна глобально описати як одиниці, що погано піддаються аналізу і які поколіннями зберігаються і в процесі мовлення затребуються як лише частково прозорі одиниці. Прагматично-когнітивна текстуальна площина пояснює їхнє обігрування і різноманітне використання. Доречним є не стільки розподіл окремих фразеологізмів за однією чи декількома функціями, які вони можуть виконувати в певному виді тексту, а опис конкретного вживання фразеологізмів, наприклад, «накопиченого» вживання, тобто їхнього комунікативного використання у дискурсі. Ми погоджуємось з Н. Філаткіною, що точний опис і індуктивна розвідка функцій ФО на емпіричному матеріалі є важливішим завданням фразеологічних досліджень,

аніж розробка застиглої класифікаційної схеми, яка, очевидно, ніколи не буде відповідати фактичному вжитку у мовленні [211, S. 144].

Така тенденція простежується, зокрема, у західних фразеологічних студіях останніх років, які орієнтовані головним чином на різножанрові емпіричні дослідження. Традиційний аналіз текстів художньої літератури розширюється сферами реклами (A. Hemmi [231]; P. Balsliemke [167]; H. Grassegger [219]), телебачення, передусім ток-шоу (H. Burger [176]; J. Pieper [264]), виборчої пропаганди (St. Elspaß [206]), газетної публіцистики (K. D. Pilz [266]; M. Skog-Södersved [278]), науково-популярної та наукової літератури – увага до полілексичних термінів і колокацій (K. Kunkel-Razum [249]; R. Gläser [218]), анекдотів і коміксів (S. Fiedler [210]), книг для дітей (H. Burger [177]), ба навіть записок подорожнього (F. Hammer [226]) та гороскопів (U. Preußer [267]).

Аналіз фразеологізованих речень, вочевидь, слід проводити в комунікативній площині ще й тому, що їхнє першочергове завдання полягає не в тому, щоб заповняти прогалини в системі мови. Будучи легко доступними внаслідок конвенціалізації та водночас залежними від контексту, ФЕіК можуть різносторонньо використовуватися і спричинювати особливі ефекти при мовному декодуванні [212, S. 200]. Зважаючи на те, що Інтернет-дискурс являє собою великою мірою недосліджене поле, вважаємо науково цікавим опис функцій ФЕіК на текстовому матеріалі різних жанрів Інтернет-комунікації.

Висновки до Розділу 1

З прагматичним поворотом в зарубіжній і вітчизняній лінгвістиці увага дослідників акцентована здебільшого на функціональних аспектах, постулюється зв’язок мови з культурою народу, визнається складність провести чіткі межі між мовним значенням і знанням людини. У фразеологічних дослідженнях робиться наголос на необхідності врахування прагматичних параметрів. Згідно з концепцією ідіоматичного карбування мови як розуміння, так і продукування мовних виразів великою мірою визначаються конвенційними преференціями.

З-поміж дискурсивних одиниць інтенційного мовного вжитку ми виокремлюємо функціональний клас **фразеологічних експресивів і комунікативів** – окремих висловлень, синтаксично оформлених у вигляді речень / еліптичних речень, закріплених узуально в мовній спільноті для вираження інтенцій, оцінок і емоцій мовця, які характеризуються вживаністю, відтворюваністю, відносною стійкістю, комплексним значенням та виконують комунікативну і часто експресивну функцію. Аналіз лінгвістичних концепцій, в яких ці одиниці розглядались окремо як **комунікативні** чи як **вигукові ФО**, дозволив нам аргументувати їхнє зображення як єдиного функціонально-семантичного поля фразеологічних експресивів і комунікативів.

Фразеологічний фонд будь-якої національної мови лише умовно підлягає системному опису, для цієї сфери мовних одиниць характерні нечіткі розмежування і плавні переходи. Ми провели відмежування ФЕіК німецької мови від інших стійких фраз та намітили зони перетину. Фразеологічні експресиви і комунікативи як одиниці інтенційного вжитку слід розглядати окремо від інституційно закріплених ситуативних формул та формул мовленнєвого етикету, вжиток яких соціально обумовлений, тобто які служать передусім для координації соціальної поведінки і виконують соціальну функцію. Також, попри певний функціонально-прагматичний перетин ФЕіК та прислів'їв, ми відокремлюємо останні в нашій роботі з огляду на їхній дидактичний зміст та соціально-виховну функцію і закритішу структуру, відсутність формальних елементів для зв'язку з контекстом. Традиційно суперечливим серед інших стійких одиниць є статус крилатих слів. Їм властивий осцилюючий характер, оскільки ці одиниці складно відмежувати як від цитат, так і від решти ФО. Ми вважаємо, що одиниці, які мають документально зафіксоване літературне в широкому розумінні походження, але володіють такими ознаками фразеологізмів як відтворюваність та стійкість і повністю або частково втратили зв'язок із своїм автором / джерелом, можуть розглядатися поруч з іншими фразеологізмами певного класу і зокрема – фразеологічними експресивами та комунікативами.

Результати останніх досліджень показали, що ці фразеологічні одиниці можуть розглядатися лише як відносно стійкі. На шкалі синтаксично-структурної стійкості найближче до абсолютної позначки розміщені ФЕіК з імпліцитною структурою речення.

У визначенні прагматичних фразеологізмів вагомою є їхня належність у конвенціалізованій формі до ментального лексикону (більшості) мовців. Для визначення стійкості ФО через її вживаність необхідні емпіричні дослідження, які б робили можливим інтерсуб'єктивне встановлення вживаності.

Дослідження засвідчують, що критерії структурно-синтаксичної стійкості та функціональної фіксації (прагматичної стійкості) є взаємодетермінованими, проте останній виявляється стосовно ФЕіК релевантнішим. Водночас нами було встановлено, що концепція ситуативної прив'язки, яка використовується щодо рутинних формул, має обмежене застосування для аналізу ФЕіК, які хоча й можуть інтерпретуватися лише на фоні певних ситуацій, проте опис таких ситуацій є надто загальним для раціонального моделювання за допомогою фреймів або сценаріїв. Аналіз існуючих класифікацій показав, що ФЕіК конвенціалізовано пов'язані з певними ілокутивними функціями, які відтворюються разом з лексико-структурним складом фрази, і щодо багатьох ФО цього типу їх можна визначити незалежно від контексту. Найоптимальнішим наступним кроком вважаємо розробку функціонально-семантичної тезаурусної класифікаційної моделі, відсилання між таксонами якої передаватимуть поліфункціональну специфіку ФЕіК, та визначення їхньої вживаності на основі масивного текстового корпусу.

Результати дослідження висвітлені автором у статтях [43; 44; 45].

РОЗДІЛ 2
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ В ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

2.1. Лексикографічна фіксація фразеологічних експресивів і комунікативів. Методика вибірки матеріалу дослідження

У Розділі 1 ми прийшли до висновку про доцільність визначення стійкості ФЕіК через загальну вживаність, що потребує емпіричного дослідження, яке б інтерсуб'єктивно встановило частотність вживання окремих одиниць. Стосовно ступеня вживаності фразеологізмів часто робляться необачні і неперевірені припущення, які не витримують емпіричної перевірки. Звернення до словників не вносить ясності щодо вживаності слова чи фразеологізму, оскільки словники нерідко передають з покоління в покоління лексичний матеріал, який на сучасному етапі розвитку мови більше не використовується. Це стосується значною мірою і ФЕіК, багато з яких є «модними» висловленнями і не завжди закріплюються в лексиконі носіїв мови надовго. Автори довідника «Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung» одним з основних завдань сучасної лінгвістики бачать перевірку даних існуючих словників за допомогою великих текстових корпусів та опитувань [211, S. 148].

Оскільки ФЕіК належать передусім до розмовного регістру мови, то у відборі матеріалу ми звернулись як до стандартних фразеографічних джерел, так і до словників розмовної німецької мови. З метою якнайповнішого охоплення в роботі досліджуваного явища фразеологічні одиниці відбирались методом суцільної вибірки із таких джерел: 1. Duden, Band 11. Redewendungen [201]; 2. Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь [16]; 3. Гаврись В. І., Пророченко О. П. Німецько-український словник у 2 т. [121; 122]; 4. Девкин В. Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики [51] та 5. Küpper H. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache [250]. Загальна кількість

словникових статей склала понад 98 тис. одиниць. Крім того, для культурологічної розвідки використовувались етимологічні дані з інших довідкових джерел, передусім 5-томного словника Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten [252].

Ці словники охоплюють широкий спектр тих явищ, які в сучасній лінгвістиці розглядаються як стійкі одиниці – тут представлені як ідіоматичні звороти, так і прислів'я, цитати, етикетні кліше. При відборі серед цього різнобарвного конгломерату потенційних кандидатів до складу ФЕіК німецької мови нами застосовувались критерії, розроблені в Розділі 1. З-поміж фіксованих у формі речення ФО ми вилучили прислів'я на основі їхнього узагальнюючого дидактичного змісту, хоча у функціональному плані й можливо намітити певний перетин із ФЕіК. Адже якщо у двомовних словниках В. І. Гаврися / О. П. Пророченко та Л. Е. Біновича / М. М. Грішина вони марковані позначками «присл.» («посл.»), то в пізнішому виданні Duden 11 відсутні будь-які маркування, а експлікація значення передається як описово (*Doppelt (genäht) hält besser – Eine zweifach getroffene Vorsorge ist sicherer* [201, S. 168]), так і часто подається лише прагматичний коментар (*Besser / lieber spät als gar nicht / nie* – ugs. *Kommentar, wenn etw. sehr spät geschieht* [201, S. 714] чи у випадку «усіченого» прислів'я *Wo die Liebe hinfällt* – ugs. *Kommentar zu einer als ungewöhnlich oder überraschend angesehenen Liebesbeziehung* [201, S. 484]). Також ми не включали до розгляду близькі до прислів'їв тривіальності (*Was sein muss, muss sein; Man lebt nur einmal*) та формули мовленнєвого етикету, які виконують в процесі комунікації головним чином соціальну функцію. В той же час, більшість із представлених у використаних лексикографічних джерелах СФ з літературним в широкому значенні цього слова походженням, які в структурному та функціональному плані відповідають предмету нашого дослідження, були включені до переліку аналізованих одиниць. Про перехід авторських фраз до загального фразеологічного фонду свідчить також той факт, що не всі лекскикографічні джерела подають відомості щодо авторства однієї і тієї ж фрази. Зокрема, походження фіксованого в усіх п'яти словниках виразу *Da bleibt*

kein Auge trocken подане лише у Duden 11 та в «Словнику розмовної німецької мови» Г. Кюппера, де вказано, що він ґрунтується на рядку з вірша «Paul. Eine Handzeichnung» Йоганна Даніеля Фалька (1799) [250, S. 58; 201, S. 71]. Авторство відомої та широковживаної фрази із шекспірівської драми «Сон літньої ночі» *Gut gebrüllt, Löwe!* подають Duden 11, Л. Е. Бінович / М. М. Грішин та Г. Кюппер. Крім того, «Немецко-русский фразеологический словарь» Л. Е. Біновича і М. М. Грішина містить велику кількість власне цитат – виразів з, як правило, буквальним змістом, які виявляють тісний зв'язок з автором, тобто при їхньому вживанні в мовленні доречним є відповідне посилання. Ці одиниці ми не включали до аналізу, проте в сумнівних випадках звертались до пошукової системи *Google*, щоб перевірити тенденцію вживання тієї чи іншої одиниці в Інтернет-корпусі з посиланням на автора чи без нього.

З-поміж решти ФО, фіксованих в словниках у формі речення, ми зараховували до складу ФЕіК фрази зі стійким ілокутивним компонентом, тобто в ході відбору водночас проводився розподіл за функціональними групами (детальну тезаурусну схему див. п. 2.2.). Щодо експлікації значення цих ФО спостерігаються розбіжності залежно від окремої функціональної групи та власне по кожному із лексикографічних джерел. В деяких випадках подається лише прагматичний коментар. Це стосується передусім фразеологічних експресивів (тут і далі – ФЕ) – стійких фраз, які передають різноманітні емоції (*Sachen gibt's, (die gibt's gar nicht)!* – ugs. *Kommentar, der Erstaunen, Befremden ausdrückt* [201, S. 635] (пор. [250]); *Verdammt noch mal / noch eins! – Ausruf des Unmuts* [250, S. 873]), а також вибірково **одиниць запевнення / клятви / підтвердження сказаного; відмови / заперечення чого-н.; спонукання до дії, погрози** тощо (*Wer sagt's denn?! – Ausdruck selbstgefälligen Wartens auf Zustimmung, Bestätigung o. Ä.* [250, S. 689]; *Das wäre ja noch schöner* – ugs. *Ausdruck der (entrüsteten) Ablehnung* [201, S. 678]). У Duden 11 можна простежити деяку непослідовність, коли до схожих виразів подається не прагматичний коментар, як у вищенаведених випадках, а лише перифраза, напр.: *(Ich denk,) mich laust der Affe!* – salopp *Ich bin völlig verblüfft!* [201, S. 36]. Також зустрічається

прагматичний коментар у поєднанні з семантичною перифразою (*Es wird schon schief gehen!* – ugs. scherzh. *(Aufmunterung, etw. zu tun, das einem als riskant erscheint) Es wird sicher gelingen!* [201, S. 660]) або / і з тлумаченням вмотивованості ФО (*Das ist ein Ding! – Das ist eine ausgezeichnete Sache; Ausruf des Erstaunens. Hinter «ein» ergänze «hervorragendes, verwunderliches»* [250, S. 167]; *Da legst du dich lang (hin) – Ausdruck des Erstaunens. Vor Überraschung schwinden einem die Sinne, und man sinkt zu Boden* [250, S. 482]).

Двомовні словники наводять перекладний еквівалент фрази, часто з прагматичним коментарем, напр.: *Sachen gibt's, die gibt's gar nicht!* – розм. фам. *Ну й чудеса! Чудеса та й годі!* [122, с. 148] (пор. [16]); *Du kriegst die Tür nicht zu!* – розм. фам. ≈ *Це вже казна-що! Це вже ні на що не схоже! (вигук здивування)* [122, с. 263]. Оскільки ФЕіК здебільшого відзначаються високим ступенем ідіоматичності та національно-культурною своєрідністю, то в цільовій мові можуть бути відсутні прямі еквіваленти і упорядники подають наближений варіант перекладу, орієнтуючись, зокрема, на функціональне призначення конкретної ФО. Для розуміння користувачами вмотивованості фразеологізму інколи наводиться дослівний переклад (із маркуванням «букв.»), напр.: *Da legst(e) dich (*ю.-нем. *di) nieder (und stehst nicht mehr auf)* – разг. фам. *Потрясающе!;* ≈ *Хоть стой, хоть падай!;* букв. *Ляжешь – не встанешь! (выражение крайнего удивления)* [16, с. 417].

Як показав аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень, ці одиниці можуть розглядатися лише як відносно стійкі (див. вище п. 1.4.). В праці О. Д. Райхштейна деякі СФ у формі речення визначаються як «переважно вживані» форми того чи іншого фразеологізму (пор.: *Das kommt nicht in Frage* з ілокутивним компонентом відмова / відхилення чого-н. як форма *(nicht) in Frage kommen*) [133, с. 81-88]. Ці міркування досить яскраво підтверджуються лексикографічною практикою. Частими є випадки, коли ФО в одному словнику подається в початковій формі як словосполучення, а в іншому – у формі речення, напр.: *Dich beißt wohl der Affe? / Du bist wohl vom wilden Affen gebissen!* – розм. груб. *Чи ти здурів? Чи ти несповна розуму? Чи ти клепки розгубив?* [121, с. 23] і

(Wie) vom wilden Affen gebissen (sein) – ugs. *ganz von Sinnen (sein)* [201, S. 37]. Імплікована в першому випадку ілокуція **зауваження (осуду / (ймовірно) образи)**, вочевидь, може розглядатися як переважаюча реалізація на противагу менш категоричній формі у Duden 11, яка не виключає певною мірою безвідносне вживання цієї ФО стосовно третьої особи / групи осіб чи навіть у першій особі однини. Такі відмінні фіксації у словниках формульних і неформульних (за Д. О. Добровольським) варіантів вживання ідіом непоодинокі. Загалом простежується тенденція формулювання у Duden 11 початкової форми в інфінітиві, а певні частотні варіанти з визначеною ілокуцією подаються у словниковій статті після експлікації значення як приклади контекстної реалізації цих одиниць, пор.: *Geh mir aus den Augen! – Геть з-перед очей! Забирайся!* [122, с. 57] і *jmdm. aus den Augen gehen – sich nicht mehr bei jmdm. sehen lassen (meist als Aufforderung gebraucht): Geh mir bloß aus den Augen! / Nach diesem peinlichen Vorfall schien es ihm ratsam, ihr aus den Augen zu gehen* [201, S. 74].

Г. Бургер наголошує на важливості прагматичного коментаря та подання початкової форми ФО з врахуванням ілокутивного компонента, взявши за приклад представлення у Duden Universalwörterbuch та Duden Großwörterbuch фразеологізму *vor seiner eigenen Tür kehren*, значення якого тлумачиться тут за допомогою перифрази *sich um seine eigenen Angelegenheiten kümmern.* Пояснення значення є коректним, проте очевидно, що відсутня певна вказівка, яка б гарантувала адекватне вживання цієї ФО. З опорою лише на подану перифразу цілком можливим є конструювання різних курйозних прикладів (**Er ist ein fairer Mensch, er kehrt vor seiner eigenen Tür*). У експлікації значення не враховано те, що цей фразеологізм має стійкий ілокутивний компонент – спонукання робити те, що вказано у перифразі. З огляду на це початкову форму варто було б сформулювати як *Du solltest vor deiner / er sollte vor seiner eigenen Tür kehren!* [178, S. 202-203].

З метою якомога повнішого охоплення в роботі одиниць, що відповідають визначеним характеристикам предмету дослідження, ми включали до розгляду ФО, які можна віднести до однієї з виокремлених у класифікаційній схемі

функціональних груп, якщо вони представлені формально як речення хоча б в одному із використаних словників. Наступним кроком буде підтвердження їхньої структурної та функціональної стійкості і загальної вживаності через встановлення частоти вживання за допомогою великого текстового корпусу.

Така розпливчастість меж, які б чітко відділяли фразеологізми у формі словосполучення від фразеологізмів-речень, зокрема ФЕіК, підтверджується також відсутністю в лексикографічних джерелах відповідного маркування. Словник Л. Е. Біновича / М. М. Грішина подає кожну ФО під окремим порядковим номером; у великому гнізді зі стрижневим іменником продовжується загальна нумерація, фразеологізми розміщуються залежно від синтаксичної функції опорного іменника безвідносно до їхньої початкової форми (словосполучення чи речення), лише прислів'я позначаються умовним скороченням «посл.», а цитати виділяються поданням у дужках автора і літературного джерела. Аналогічно розміщені та марковані ФО у «Німецько-українському фразеологічному словнику» В. І. Гаврися / О. П. Пророченко. У Duden 11, як зазначено вище, маркування відсутнє навіть щодо включених до словника прислів'їв.

Визначення фразеологічної варіативності не входило до поставлених нами завдань, проте з метою надання вибірці більшої наочності та операбельності ми об'єднали очевидні варіанти ФЕіК як одну позицію, напр.: *Das macht den Kohl / das Kraut (auch) nicht fett* і *Das macht die Suppe (auch) nicht fett.* Це стосується передусім великої кількості фіксованих у словнику Г. Кюппера грубих (*derb*) виразів.

В результаті обсяг проведеної лексикографічної вибірки ФЕіК німецької мови склав **2303** одиниці. З них 505 одиниць представлені у всіх п'яти словниках (358 – у всіх у формі речення), в чотирьох – 299 (233 – у всіх чотирьох у формі речення), в трьох – 351 (274 – у всіх у формі речення), в двох словниках – 443 (395 – в обох у формі речення) і 705 одиниць у формі речення фіксовані в одному лексикографічному джерелі.

2.2. Функціональні групи фразеологічних експресивів і комунікативів

Працюючи над концепцією дослідження, ми виявили той факт, що в останні роки на противагу розробці безапеляційних застиглих класифікацій ФО другої половини 20 століття, які часто не проходили емпіричної перевірки, має місце тенденція до більш описових та прикладних досліджень. Для мовної реальності у сфері стійких сполучень слів характернішими є нечіткий розподіл та численні перехідні феномени, аніж однозначні відмежування. Дійсно, спроби здійснити розмежування за допомогою традиційних критеріїв нарізнооформленості, (відносної) стійкості та ідіоматичності виявляють передусім відмінності, що носять градуальний характер; визначення в ролі домінантної якоїсь однієї ознаки призводить до появи класифікацій, які суттєво відрізняються одна від іншої [255, S. 35-53]. За вдалим зауваженням А. М. Баранова та Д. О. Добровольського, «ідіоми були і залишаються «поштучним товаром» [14, с. 472].

Гіпотеза нашого дослідження передбачає, що фразеологізми-висловлення, які передають інтенції, оцінки та емоції мовця, можуть бути представлені найадекватніше до їхнього використання лінгвокультурою у вигляді тезаурусу фразеологічних експресивів і комунікативів, тобто певної когнітивно-функціональної класифікаційної схеми, відсилки між таксонами якої передають окремі польові особливості їхнього функціонування.

Очевидно, що намічений нами в ролі основного щодо визначення ФЕіК критерій функціональної прив’язки теж не виявить якогось єдино можливого алгоритму класифікації. Визначені групи та їхній перетин чи перехідні феномени носитимуть скоріше характер певної наочності, аніж аксіоми. Як показав аналіз вітчизняних та зарубіжних наукових праць з фразеології (див. Розділ 1), ця область є недостатньо описаною, зокрема, з врахуванням саме функціонального критерію. Тому жодна з розглянутих вище класифікаційних схем не була взята нами в ролі апріорної, поділ на функціональні групи проводився паралельно з лексикографічною вибіркою індуктивним шляхом.

Сьогодні у прагмалінгвістиці, на думку К. Ф. Сєдова, за мету розуміння реального дискурсу береться не дешифрування мовних знаків чи їхнє співвіднесення з реальністю. Воно направлене більшою мірою на осягнення інтенції мовця, ілокутивної сили повідомлення [цит. за 103, с. 86]. В сучасній науці інтенцію розглядають як спрямованість свідомості суб'єкта на певний предмет. Різновидом інтенції є мовленнєва інтенція – намір здійснити мовленнєвий акт реалізується в ілокутивній функції висловлення, його прагматичному компоненті, який, в свою чергу, відображає комунікативну установку мовця. В кожній окремій мовленнєвій ситуації це завдання ускладнюється наявністю безлічі різноманітних інтенцій, зумовлених великою кількістю суперечливих мотивів і комунікативних намірів. М. В. Лунєв справедливо зауважує, що таке розмаїття можливих явних і прихованих цілей не дозволяє однозначно структурувати та класифікувати усю ймовірну множину інтенцій [103]. При описі СФ прийнято виділяти лише найзагальніші інтенції, пов'язані з типовими мовленнєвими актами – відмову, пораду, погрозу і т. д.

Визначивши вище ФЕіК як окремі висловлення, синтаксично оформлені у вигляді речень / еліптичних речень, закріплені узуально для вираження інтенцій, оцінок і емоцій мовця, ми задались питанням, яку ж сферу спілкування покривають ці одиниці. Очевидно, що узуалізація великої кількості як ідіоматичних фраз цього типу, так і просто мовленнєвих кліше спричинена їхньою особливою затребуваністю в контекстах мовної комунікації, яка обумовлюється їхньою функціонально-прагматичною релевантністю [137, с. 14-16]. Тобто статус ФЕіК отримують вирази з очевидним домінуванням функціонально-прагматичної установки, чіткою функціональною визначеністю щодо реалізації певних мовленнєвих дій; такі фрази, що виражають емоційно-оцінну реакцію комуніканта на ситуацію чи слова співрозмовника або виконують певну мовленнєву дію, найчастіше зустрічаються в емоційно-насиченому дискурсі. Вони вживаються в повторюваних контекстах міжособистісної комунікації і таким чином конвенціалізуються, на противагу питанням стосовно різнорідної індивідуальної інформації.

А. М. Баранов та Д. О. Добровольський об'єднують аналогічні ідіоми російської мови (пор.: *Не гони лошадей; Пиши пропало; Где это видано! Интересное кино!*) у клас *мовленнєвих формул*, які характеризуються обумовленістю факторами ситуації спілкування. Вчені вказують на дискурсивну залежність таких ідіом і розглядають їх як дейктичні вирази на противагу ідіомам інших типів. Дійсно, виділення класів ідіом за семантичними критеріями не враховує зв'язок аналізованих одиниць з прагматичними параметрами ситуації. З чисто семантичної точки зору ідіоми *Дурак, или родом так?* і *отвергать с порога (кого-л. / что-л.)* потрапляють в один клас – ідіоми незгоди, заперечення, проте такий підхід не відображає прагматичні властивості цих одиниць, адже перша з них є мовленнєвим актом, а друга – описом мовленнєвого акту. Автори розглядають мовленнєві формули як «ідіоми різних структурних типів (переважно завершені висловлення) з фіксованою ілокутивною силою або такі, що визначають ілокутивні характеристики мовленнєвого висловлення» [14, с. 81]. Те, що тут же ідіомі *лить как из ведра* протиставляється в ролі мовленнєвої формули ідіома *разверзлись хляби небесные*, вказує, на нашу думку, на те, що науковці при виокремленні цього класу використовують не лише зазначений в дефініції критерій ілокутивної сили цих одиниць, а й власне критерії стійкості, аграматизму (в плані функціонування одиниці в одній граматичній формі чи їхньому обмеженому наборі) та наявності в складі ФО архаїчних чи унікальних елементів. Тут, мабуть, варто звернутися до проблеми різних підходів щодо формування категорій (пор. розгляд цього питання М. М. Болдирєвим [18, с. 66-94]). Традиційному, або класичному, підходу, що бере початок ще від поглядів Платона та Арістотеля та згідно з яким зміст тієї чи іншої категорії вичерпується набором обов'язкових ознак, якими повинні володіти всі члени цієї категорії, протиставляється «сімейна схожість» Л. Віттгенштейна, представлена в його роботі «Філософські дослідження» [29, с. 75-319], та прототиповий підхід, основні ідеї якого були сформульовані американським психологом Е. Рош на початку 70-х років минулого століття [185]. Ці сучасні підходи виявляють той факт, що категорії позбавлені жорсткої детермінованості ознак, а тому

характеризуються розмитою окресленістю і вельми умовним характером. Очевидно, що таке розуміння формування категорій пояснює певні труднощі із поділом ФО на окремі класи. Визначення прототипових представників предмету нашого дослідження (*good samples*) – ФЕіК сучасної німецької мови, передбачає максимальне поєднання основних характеристик і, вочевидь, може бути підтверджене також емпірично їхньою особливою роллю у дискурсі.

Як слушно зауважує М. Ф. Алефіренко, дослідники фразеологічної семантики давно зрозуміли, що за фраземою стоїть дещо більше, аніж окреме поняття чи уявлення. Представники когнітивної лінгвістики розглядають семантику знаків непрямо-похідної номінації як «результат опосередкованої когнітивної діяльності, продукт лінгвокреативного мислення асоціативно-образного типу» [6, с. 101]. У фразеологічному значенні кодується лише частина мисленнєвої інформації, а інша її частина представлена в психіці людини мисленнєвими образами екстралінгвального характеру [6, с. 28]. Д. О. Добровольський аргументує розгляд образної складової як частини семантики ідіом і визначає її як засновану не на квазівізуальних уявленнях, а на знаннях і операціях над ними. Здійснивши спробу формалізованого зображення перенесення значення фразеологізму *белая ворона* (за допомогою 10 операцій), вчений, втім, зауважує, що запропонований формалізм не претендує на психологічну реальність чи комп’ютерну верифікацію [14, с. 250].

Ми не ставили в рамках нашої роботи завдання визначити питому частку усіх можливих видів фразотвору стосовно предмету нашого дослідження; метафоричні та метонімічні перенесення, іронічні модифікації, фонетичні та синтаксичні феномени щодо багатьох одиниць описані в науковій літературі (див. праці О. Д. Райхштейна, М. В. Гамзюка, В. Фляйшера, С. Є. Ісабекова).

Конвенціоналізації великої кількості ФЕіК, як зазначено вище, сприяє їхня затребуваність та часте вживання у міжособистісній комунікації. Міжособистісна комунікація (тут і далі – МК) визначається як процес обміну повідомленнями і їхньої інтерпретації двома або декількома індивідами, що вступили в контакт один з одним [124, с. 338]. Важливу роль відіграє психологічний аспект

спілкування. Ефективність МК, досягнення поставленої мети залежить безпосередньо від компетентності комунікантів, від використовуваних ними комунікативних стилів. В теорії комунікації прийнято розрізняти продуктивний і непродуктивний комунікативні стилі. За основу такого поділу беруться передусім ціннісні та морально-етичні категорії: перший передбачає «ставлення до іншого як до цінності», другий – «ставлення до іншого як до засобу». Психологічна сторона продуктивного комунікативного стилю передбачає прагнення до результативного контакту в МК, ефективної спільної діяльності, вирішення проблем, рівноправних відносин, готовності зрозуміти партнера по комунікації. В непродуктивному (деструктивному) комунікативному стилі простежується ставлення до партнера як до об'єкта, знаряддя для досягнення своїх цілей, що в психологічному плані проявляється в егоцентризмі, відчутті власної винятковості та переваги над іншими. Також очевидно, що більшість випадків міжособистісної взаємодії знаходяться між цими полюсами [124, с. 366-367]. На шкалі зміцнення / руйнування міжособистісних відносин насамперед можна розподілити жанри фатичного мовлення. Прямі звинувачення, образи, сварки, глузування, деякі види іронії погіршують міжособистісні відносини, а (щирі) компліменти, дружня підтримка, підбадьорення, доброзичливі «задушевні розмови» сприяють їхньому поліпшенню. Вміння зрозуміти ситуацію, поводитися і виражати свої емоції відповідно до ситуації і поведінки інших людей є необхідною умовою спільної життєдіяльності [124, с. 372-395].

Відповідно до описаних положень теорії МК ми пропонуємо представити ***фразеологічні комунікативи*** (тут і далі – ФК) – конвенціалізовані фрази, що виражають різноманітні мовленнєві інтенції, на шкалі одиниць непродуктивної (деструктивної) – продуктивної (конструктивної) міжособистісної комунікації.

Нижче ми будемо розглядати також конвенціалізацію власне мовних виражень емоцій в німецькій лінгвокультурі – групи фразеологічних експресивів. Емоційні відтінки накладаються й на значення більшості ФК. Лінгвісти, які займаються дослідженням мовного вираження емоцій, вказують на нечіткість вербалізації фрагментів сфери емоцій і почуттів [102; 118]. Комплексність емоцій

і, відповідно, дифузність семантики емоційних висловлень не завжди дозволяють дати їм чітке визначення на докомунікативному рівні. Щодо вираження емоційного стану ФК теж можна говорити лише про певну тенденцію передачі тією чи іншою групою одиниць різних емоцій. У живому мовленні ці значення можуть зазнавати модифікацій, важливою при цьому є роль позамовних факторів.

Функціонально-семантичне поле ФЕіК німецької мови ми зобразили у вигляді класифікаційної схеми тезаурусного типу – одиниці формуються в окремі групи (таксони і підтаксони) та експлікується перетин їхніх значень. За ідеографічним (тезаурусним) принципом укладено низку словників (П. М. Роже; Ф. Дорнзайф; Р. Халліг / В. фон Вартбург), проте у фразеографії цей підхід є доволі новим. А. М. Баранов та Д. О. Добровольський розглядають укладений ними «Словник-тезаурус сучасної російської ідіоматики» не лише як результат лексикографічного опису, але й як об’єкт лінгвістичного дослідження, адже він відображає суттєві риси організації фразеологічного фонду. Метою цього словника визначається відображення загальної структури фразеосемантичних полів, а не повний семантичний опис кожної ФО [14; 139]. Розподіл одиниць виявляється важковирішуваним завданням, окремі з них дублюються в різних таксонах. Важливим при цьому є принцип природності – об’єднання слів чи фразеологізмів у групи (таксони) повинне бути інтуїтивно зрозумілим, тобто розміщення одиниць в тому чи іншому таксоні визначається найбільш значущими семантичними компонентами. З формальної точки зору тезаурус являє собою сукупність значною мірою довільно впорядкованих таксонів, адже мовна семантика загалом влаштована за мережевим принципом. Формування груп (таксонів і підтаксонів) ФЕіК ускладнюється також тим, що функціональний опис одиниць лексикону враховує не лише їхнє значення, а й знання людини, отримані внаслідок взаємодії із навколишнім світом та втілені в певних стереотипних процедурах – сценаріях, ці ФО відображають суб’єктивний бік взаємодії людини з дійсністю, її емоційну сферу. (Згідно з теорією М. Мінського, фрейм-сценарій (або динамічний фрейм) містить стандартну послідовність подій, обумовлену певною повторюваною ситуацією [260]). У відсиланнях між

таксонами експлікована лише невелика частина семантичних зв'язків, які існують між групами функціонально-семантичного поля ФЕіК; проте вони формують т. зв. «лінію тренда» (за Д. О. Добровольським), що дозволяє чіткіше побачити структуру цього поля.

До одиниць непродуктивного комунікативного стилю ми зараховуємо такі функціональні групи ФК: **неприйняття** (**Abweisung**), (**критичне** / **образливе**) **зауваження**, **погрозу** і одиниці сценарію **«сварка** / **суперечка»**. Одиниці **неприйняття** стосуються як особи співрозмовника загалом, так і окремих його дій чи слів. Вони володіють інтенцією (прямої) образи / критики співрозмовника і мають негативне емоційне забарвлення – передають роздратування / гнів мовця. Найбільшою інтенсивністю описаних ознак характеризуються грубі та вульгарні вирази – переважно різні варіанти поширеної фрази *Leck mich am Arsch!*, як семантично прозорі, так і евфемістичні, напр.: *Du kannst / der kann mich (mal) am Abend besuchen! Kratz mir den Buckel!* Словник Г. Кюппера подає велику кількість оказіональних утворень, що свідчить про високу продуктивність фраз цього підтаксону. Різноманітними є також способи фразотвору. Напр., вираз *Du kannst mich fünferln!* мотивований кількістю літер, з яких складається слово *Arsch* [250, S. 260]. Сюди ми зараховуємо і прокляття на зразок *Dass dich die Pest hole! Der Teufel soll dich holen!* Серед інших ФК таксону **неприйняття** виокремлено одиниці, які передають емоційні вказівки замовкнути (*Halt die Klappe! Halt die Pfeife! Mach den Mund zu, es zieht!*) чи забиратися геть / покинути приміщення (*Schieß in den Wind! Geh mir aus der Sonne! Zieh Leine!*) або триматися подалі (тримати руки) від кого-н. / чого-н. (*Finger von die Dinger!*). Серед них можна виділити структурно-семантичний інваріант [*Lass dich* + Infinitiv (дієслово з семами «зберігання» / «консервації»)], напр.: *Lass dich einmotten / einbalsamieren / einpökeln / einmachen!* Ці фрази теж виражають негативну оцінку особи чи дій співрозмовника і передають емоції роздратування / гніву.

Напруження, а інколи й руйнування взаємовідносин можуть спричинити вирази, що виражають **погрозу**, які також забарвлені емоціями роздратування різної інтенсивності, напр.: *Wir sprechen uns noch! Du kannst dir die Knochen*

nummerieren (lassen). Деякі з погрозливих фраз вживаються переважно жартома, тобто призначені для дружнього коригування дій / ставлення співрозмовника, напр.: *Du hast wohl lange nicht mehr im Krankenhaus gefrühstückt?* – ugs. *(scherzhafte) Drohung, mit der man jmdm. Prügel ankündigt* [201, S. 441].

Структура зворотного оцінного зв'язку, спрямованого на коригування поведінки співрозмовника, передбачає використання формулювань, які вказували б на те, що мова йде про власну думку людини. За відсутності таких зворотів, коли негативна оцінка виражається прямо, висловлення часто сприймається як грубість чи хамство і викликає в співрозмовника психологічний захист [97]. Тому фрази, інтенцією яких є (**критичне / образливе**) **зауваження** співрозмовнику з відповідною негативною оцінкою його дій і часто емоційно негативно забарвлене (роздратування / гнів), ми теж розглядаємо як засоби непродуктивного комунікативного стилю. Серед одиниць цієї досить численної групи ФК німецької мови можна виділити фрази, коли в тій чи іншій формі вказують на розумові здібності співрозмовника (*Dir hat man wohl ins Gehirn geschissen (und vergessen umzurühren); Du bist wohl des Wahnsinns knusprige Beute?*). Нерозумність поведінки співрозмовника найчастіше концептуалізована як наслідок впливу на людину чогось гарячого (*Du bist wohl (als Kind) zu heiß gebadet (worden)! Du hast wohl zu lange in der Sonne gelegen?*), хвороби загалом (*Sonst hast du keine Schmerzen?*) чи укусу (скаженої) тварини або комахи (*Du bist wohl vom wilden Affen gebissen! Dich pickt wohl der Käfer?*). Інші фрази-зауваження передають інтенцію <u>осуду та критики</u> в менш образливій формі (*Das ist (doch) keine Art (und Weise)! Du machst mir Laune!*). До ФК **зауваження** належать також ідіоматичні фрази, переважно у формі питання, що є <u>реакцією на попередні запитання / міркування співрозмовника, які мовець бажає залишити без відповіді і вказує на їхню недоречність</u> (*Warum ist die Banane krumm? – unwillige Antwort auf eine mit «warum?» eingeleitete Frage, die man nicht beantworten will oder kann* [201, S. 90]; *Wenn meine Tante / Großmutter Räder hätte, wäre sie ein Omnibus – Erwiderung auf einen «Wenn-Satz»* [250, S. 647]) та фрази, що виражають <u>сумнів у правдивості слів співрозмовника</u> (*Das kannst du deiner Großmutter erzählen; Darüber lachen (ja)*

die Hühner!). Останні характеризуються особливо складною смисловою структурою, адже передають як зауваження співрозмовнику – докір, що він говорить неправду, так і загалом відхилення його слів чи пропозиції, сумнів в правдивості почутого як вид оцінки інформації (епістемної оцінки) та емоцію здивування / несподіванки.

Крім того, до сценарію «**сварки / суперечки»** належать одиниці, за допомогою яких власне описується / розвивається суперечка (*Ein Wort gibt das andere; Wir sind geschiedene Leute*), фрази, що виражають непоступку (*Und wenn du dich auf den Kopf stellst (und mit den Beinen wackelst / Hurra brüllst)! Und wenn du platzt!*) чи звинувачення / пошук винних (*Haltet den Dieb! Das Karnickel hat angefangen*). В плані продуктивної чи непродуктивної комунікації окремі одиниці є значною мірою амбівалентними.

Протилежні за змістом вирази, що вживаються як ФК сценарію **«вирішення конфлікту»**: одиниці примирення (*Vergeben und vergessen! Schwamm drüber! Nur keinen Streit vermeiden!*), поступки (*Dann will ich nichts gesagt haben;* деякі вирази означають не власне поступку, а визнання права співрозмовника / іншої особи діяти на власний розсуд: *Das kannst du halten wie ein Dachdecker; Tu, was du nicht lassen kannst!*) та виправдання (*Ich bin auch nur ein Mensch!*) належать до вербальних засобів продуктивного комунікативного стилю. Сюди ж ми зараховуємо невеликі групи фраз, що виражають **похвалу / визнання** (*Nicht schlecht, Herr Specht! Das muss man ihm / ihr (schon) lassen*), **згоду / схвалення / домовленість** (*Das ist ein Wort; (Die Sache) ist geritzt*) та фрази щодо **конкретизації проблеми / ситуації.** Серед останніх можна виділити питання чи спонукання розповісти про суть проблеми (*Wo brennt's (denn)? (He)raus mit der Sprache!*) та фрази, які є типовими при роз'ясненні ситуації (*Die Sache ist die (und der Umstand ist der*). Особливо численними в німецькій мові є таксони ФК **підтвердження (сказаного) / запевнення** / **клятви** (*Stimmt's, oder hab'(e) ich recht? (Na), wer sagt's denn? Hol mich der Geier! Ich will mich hängen lassen, wenn…*), **підбадьорення /заспокоєння / утихомирення** (*Das ist (doch) kein Beinbruch! Nicht / niemals ärgern, nur wundern!*), **перестороги** (*Holzauge, sei*

wachsam!) та **спонукання до дії**. Серед останніх виділяємо заклики рушати в дорогу / вставати (*Ab durch die Mitte! Ab die Post! Erhebe dich, du schwacher Geist! «Auf!» sprach der Fuchs zum Hasen!*) та заохочення братися до справи (*Da hilft kein Maulspitzen (es muss gepfiffen sein); Rin ins Vergnügen!*) чи боротися зі (спільним) ворогом (*Auf ihn mit Gebrüll! Haut den Lukas!*). Дещо амбівалентними є фрази **вихваляння** / **задоволення собою**, напр.: *Köpfchen, Köpfchen! Wie stehe ich nun da? Uns kann keiner.* Оскільки вираження впевненості в собі, прояв лідерських якостей вітається у цьому культурному середовищі, ми зараховуємо їх до вербальних засобів продуктивного комунікативного стилю.

Емоційне забарвлення ФК цього стилю не настільки яскраво виражене, як щодо описаних вище фраз непродуктивної комунікації. Основне спрямування одиниць функціональних груп **похвали**, **підбадьорення / заспокоєння / утихомирення** та **спонукань до дії** – викликати у співрозмовника емоції задоволення / радості. На смислову структуру багатьох ФК накладається також вираження оцінки, зокрема фрази **похвали** передають позитивну оцінку дій співрозмовника чи іншої особи.

Як ***фразеологічні експресиви*** ми розглядаємо конвенціалізовані фрази, які передають різноманітні емоції, почуття, емоційно виражають психологічний та фізичний стан мовця. А. М. Баранов та Д. О. Добровольський називають основною функцією ідіом цього типу (пор.: *Откуда что берется! Гляди ж ты!*) «спробу людини мовним способом послабити емоцію», визначають їх як «фактор стабілізації емоційного стану» [14, с. 91]. Ці одиниці також вживаються переважно в МК (хоча інколи можуть і не передбачати присутності співрозмовника), проте ми вважаємо за доцільне не розміщувати їх на шкалі вербальних засобів продуктивного і непродуктивного комунікативних стилів. Адже найчастіше однією з найважливіших причин конфліктів в міжособистісному спілкуванні є не власне вираження емоцій, а недостатня чи, навпаки, надмірна емоційна експресивність, її неадекватність ситуації мовлення. Лише частину ФЕ із великої групи одиниць, які передають емоції **незадоволення**, а саме прокляття та інші грубі вирази, що характеризуються

найбільшою інтенсивністю емоційної розрядки, можна зарахувати до одиниць непродуктивного комунікативного стилю. Вони, як і ФК **неприйняття,** потенційно володіють інтенцією образи співрозмовника, «зараження» негативними емоціями, напр.: *Verdammt noch mal! Scheiß die Wand an!*

До ФЕ **незадоволення** належать одиниці, що передають емоції різних відтінків і ступенів інтенсивності. Багато фраз виражають обурення / гнів / роздратування / розпач мовця (*Das ist (doch) der Gipfel! (Das) geht einem / mir über die Hutschnur! Mein Gott, Walther! Dem Himmel sei's geklagt! Da hört (sich) doch alles auf! Jetzt schlägt's (aber) dreizehn!*). Як бачимо, вербалізація експресії (сильного) роздратування концептуалізована як прояв чогось надмірного, що виходить за прийняті рамки. Ці емоції передають також ФЕ структурно-семантичного інваріанту [*Das / es ist (ja) zum / um ... zu* + інфінітив / інфінітивна група (з семантикою неадекватних / насильницьких (над собою) дій, спровокованих (нестерпною) ситуацією, що викликає такі емоції)] та їхні варіанти з модальним дієсловом: *Das / es ist, um die Wände hochzugehen! Das ist ja zum Haarausraufen! / Da möchte (könnte) man sich die Haare einzeln ausraufen (ausreißen)! Es ist zum Mäusemelken!* Дещо меншою інтенсивністю експресії відзначаються одиниці, які передають розчарування мовця (*Außer Spesen nichts gewesen; Jetzt haben wir / hast du den Salat!*). На сукупне значення цих одиниць накладається висловлення не лише емоційної, але й раціональної оцінки того, що відбулось / відбувається, що проявляється в додаткових відтінках примирення з ситуацією, відчуття безпорадності (*Nun stehe ich (usw.) da mit meinem gewaschenen Hals(e); Es hat nicht sollen sein*).

Численними серед стійких фраз безпосереднього вираження «живих» емоцій є ФЕ **здивування / (приємної чи неприємної) несподіванки**: *Sachen gibt's, (die gibt's gar nicht)! Da wird der Hund in der Pfanne verrückt! Ei der Tausend!* Частина фраз концептуалізують фізичні прояви цієї емоції – відкритий від здивування рот, брак слів чи, дещо гіперболізовано, падіння (та ін.) від (сильного) потрясіння, напр.: *(Ach), du kriegst die Tür nicht zu! Haste / hast du Töne? Da legst(e) dich nieder (und stehst nicht mehr auf)! Das haut den stärksten*

Mann aus dem Anzug! Особливою стійкістю та повною ідіоматичністю, що наближає ці одиниці до первинних вигуків, характеризується частина ФЕ **здивування / несподіванки**, утворених як звертання до (уявного) співрозмовника (структурно-семантичний інваріант [*(Ach)* + *du* + іменник / іменникова група]): *(Ach) du meine / liebe Güte! (Ach) du dickes Ei!* Ці ФЕ характеризуються дифузністю емоційних відтінків – значення несподіванки переплітається з емоціями незадоволення / обурення та переляку (пор. також ФЕ без препозитивного розширення: *Mensch Meier! Mein lieber Schwan!*, які можуть вживатися не лише як емоційні вигуки, але й з інтенцією (погрозливого) зауваження співрозмовнику, функціонуючи водночас як ФК відповідної групи). Інші нечисленні ФЕ, які виражають **переляк**, теж часто передають складні емоційні значення, напр.: *Schreck, lass nach!* – ugs. scherzh. *Ausruf des Erschreckens* [201, S. 681] / *Ausruf der Unerträglichkeit, der Verzweiflung* [250, S. 741], інколи навіть енантіосемічні: *Alle guten Geister!* – розм. *1. Боже! Боже мій! (вираження переляку) 2. От здорово! (вираження захоплення)* [121, с. 250]. Емоції **задоволення**, зокрема (радісне) полегшення, передають численні варіанти ФЕ *Gott sei Dank!* та домінантні форми менш стійких одиниць – *Mir fällt ein Stein vom Herzen; Wir können von Glück reden.* Наступні ФЕ передають власне радість мовця: *(Und) der Himmel hängt voller Geigen! Hurra die Enten!* Стійкі одиниці для безпосереднього вираження інших емоційних станів представлені вужче. Нами виявлено лише один ФЕ, що передає **сором** (або **переляк**) мовця і може вживатися також описово стосовно іншої особи: *Ich / jmd. würde (vor Scham, Angst) am liebsten in ein Mauseloch kriechen.* Стійкі фрази *O jegerl! Da machst du 'was mit; Ich möchte nicht in seiner Haut stecken* можуть передавати **співчуття** мовця. Декілька одиниць, утворених переважно з допомогою вигука *pfui* + іменник, виражають **огиду**: *Pfui Teufel! Pfui Spinne!* До ФЕ ми зараховуємо також стійкі фрази, що вживаються для емоційного вираження **стану** мовця (фізичного і психологічного знесилення, втоми): *Ich könnte mich so verschenken; Ich bin erschossen! Ich bin kein Mensch mehr.*

В Розділі 1 ми аргументували розгляд досліджуваних одиниць як єдиного функціонально-семантичного поля ФЕіК, де в широкому діапазоні розміщені групи одиниць, які за функціонально-семантичними характеристиками наближаються до власне фразеологічних комунікативів чи власне фразеологічних експресивів. Дійсно, значну частину ФО цього типу складно однозначно розмістити як на шкалі комунікативних одиниць (продуктивного чи непродуктивного стилів) з визначеною комунікативною інтенцією, так і розглядати їх як ФЕ – стійкі одиниці, основною функцією яких є стабілізація емоційного стану мовця. Ці ФО ми визначаємо як ***амбівалентно-перехідну ідіоматику експресивно-комунікативного спрямування*** і розміщуємо на тезаурусній схемі посередині між описаними вище функціональними групами ФК і ФЕ. Як такі, що наближаються більшою мірою до ФК, можуть розглядатися одиниці **відмови / заперечення**: *Nur über meine Leiche! Mein Bedarf ist gedeckt; Ich werde dir was pfeifen! So siehst du aus!* Предмет відмови часто концептуалізується як щось непотрібне / неважливе: *Danke für Obst und Südfrüchte – Ausdruck der Ablehnung. Leitet sich her von einem Gesättigten, der den Nachtisch zurückweist* [250, S. 580] (пор. також: *(Das) kommt (gar) nicht in die Tüte!*). Негативна оцінка, відмова від чого-н. передається й структурно-семантичним інваріантом [*(Das) kannst du / Lass (dir) das* + Infinitiv (дієслово чи інфінітивна група із семантикою знищення / використання не за призначенням)]: *(Das) kannst du dir an den Hut stecken; (Das) kannst du in die Wurst hacken*, та конструкціями з *lieber*, як імпліцитними (бездієслівними / іменниковими чи з дієсловом у інфінітиві), так і у формі речення: *Lieber (10 Jahre) nichts zu Weihnachten; Lieber (einen Sack voll) Flöhe hüten; Lieber bohre ich mir ein Loch ins Knie / in die Kniescheibe!* Більшість одиниць цієї групи мають яскраво виражене експресивне забарвлення, передають негативну оцінку та незадоволення мовця. Особливо сильний емоційний заряд несуть фрази, утворені за допомогою іронічно-саркастичного переосмислення (*Ich kann mich beherrschen; Ich bin (restlos) bedient! Das wäre ja noch schöner!*), та фрази з імпліцитною формою речення, які за структурою наближаються до первинних вигуків (*I bewahre! Ach /*

i wo!). Оскільки основною інтенцією ФО цього таксону є висловлення власного ставлення до предмету розмови, а не (безпосередня) образа / осуд співрозмовника, то в плані продуктивної чи непродуктивної комунікації вони є великою мірою амбівалентними (хоча окремі іронічно-саркастичні та грубі вирази тяжіють до одиниць непродуктивного комунікативного стилю).

До амбівалентно-перехідних одиниць, що наближаються за своїми характеристиками до ФК, належать також фрази, які передають **епістемну оцінку** (оцінку інформації). Комунікативною інтенцією цих виразів є прагнення порозуміння чи, щодо окремих одиниць – його відсутність, небажання йти на контакт. Як одиниці зі знаком «–» ми розглядаємо фрази, які виражають відсутність певної інформації, незнання мовця (*Weiß der Teufel!; Frag mich was Leichteres; Da bin ich überfragt*) чи нерозуміння будь-чого, неясність інформації / ситуації (*Ich verstehe nur Bahnhof; Nun / jetzt sind alle Klarheiten restlos beseitigt*). На сукупний зміст великої частини ФО цього таксону накладається вираження емоцій, зокрема незадоволення і / або несподіванки (*Begreife einer die Welt! Da bleibt einem der Verstand stehen*). До одиниць епістемної оцінки зі знаком «+» належать фрази, які передають очевидність чого-н., володіння інформацією (*Das ist so sicher wie das Amen in der Kirche; Das sieht / merkt doch ein Blinder (mit dem Krückstock!*) та розуміння мовцем інформації / обставин ситуації (*Nachtigall, ich / ick hör' dir trapsen; Da liegt der Hund begraben; Daher der Name Bratkartoffel!*). Перші перетинаються із ФК групи **підтвердження сказаного / запевнення / клятви**, проте наголос робиться на істинності та очевидності інформації, а не на запевненні у своїй правоті /чесності. Також виділено фрази, які є амбівалентними щодо полярності вираження епістемної оцінки («±»). Це ФО, які передають розбіжність думок / сумнів / підозру (*Da / Hier scheiden sich die Geister; Es steckt etw. dahinter*) та фрази, які вказують на статус інформації (давність / новизну): *Das ist (alles) kalter Kaffee; Das ist das erste, was ich höre*.

До амбівалентно-перехідних одиниць експресивно-комунікативної фразеології, які наближаються до ФЕ, належать численні **оцінно-ситуативні фрази**. Серед них можна виокремити одиниці негативної та позитивної оцінки,

об'єкт оцінки яких невизначений, та одиниці, що оцінюють певний аспект ситуації. Виділені групи підтверджують спостереження багатьох лінгвістів про переважання ФО з негативною оцінною семантикою. Фрази, що виражають негативну оцінку, часто передають емоції незадоволення, роздратування, проте, на відміну від ФЕ цього таксону, вони переважно семантично членовані, їхньою функцією є також раціональна оцінка ситуації, а не лише спроба людини мовним способом послабити емоцію, стабілізувати емоційний стан [14, с. 91], напр.: *Da ist Holland in Not; Da ist der Wurm drin.* Це ж стосується і одиниць позитивної оцінки: *Glück muss der Mensch haben! Da liegt Musik(e) drin.* Серед різноаспектних оцінно-ситуативних фраз можна виділити ФО оцінки місця / території (*Da / hier werden abends die Bürgersteige hochgeklappt; Da / hier ist die Welt mit Brettern vernagelt*; серед них фрази, що функціонують також як одиниці відмови чи схвалення: *Da / dort möchte ich nicht begraben sein; Hier lasst uns Hütten bauen!*); (емоційної) оцінки ситуації (обставин + місця: *Da geht es bunt zu; Da wackelt die Wand! Da ist der Bär los!*); фрази, що вказують на аспект зміни ситуації (*Das Blatt / das Blättchen hat sich gewendet; Vor Tische las man's anders*; деякі з них амбівалентні в плані вираження оцінки); на важливість / бажання (*Es geht um Kopf (und Kragen) / ums Ganze; Koste es / es koste, was es wolle*); байдужість (*Das ist mir Jacke wie Hose; (Na), wenn schon!*); надокучливість (*Immer die alte Leier!*) чи нестерпність обставин ситуації / дій кого-н. (*Das Maß ist voll; Jetzt hat es (aber) geklingelt; Jetzt ist sabbat!*). Останні перетинаються як з ФЕ **незадоволення**, так і з ФК **погрози**. Проте інтенція погрози співрозмовнику виражається не в кожному випадку, аспект незадоволення ситуацією може бути спрямований і на самого мовця: *«... **Jetzt ist sabbat!** ich bin 172 cm groß, 29 jahre alt und fette 125kg schwer! ICH KANN EINFACH NICHT MEHR!...»* (1) (тут і далі емпіричні приклади подаються зі збереженням авторської орфографії та пунктуації). До оцінно-ситуативних фраз ми зараховуємо також ФО зі значенням закінчення чого-н., переважно з емоційним забарвленням, як негативним, так і позитивним (*Das ist das Ende vom Lied; (Und) fertig ist die Laube! Leergebrannt ist die Stätte; Aus is und gar is (und schad, dass's wahr is*); очікування чого-н. з підгрупами: позитивного

очікування / надії (*Noch ist Polen nicht verloren; Da / es ist noch alles drin; Hoffen wir das Beste, (lieber Leser)!*); невизначеного очікування (*Abwarten und Tee trinken; Das liegt / steht noch in weiter / nebelhafter Ferne*); негативного / скептичного очікування, в т. ч. безнадії (*Es müsste mit dem Teufel zugehen, wenn…; (Na), dann gute Nacht!*). Останні перетинаються певною мірою із одиницями епістемної оцінки зі знаком «–».

Ми виокремили також невеликі групи одиниць, які передають оцінну характеристику окремих важливих сфер міжособистісного спілкування, а саме: часу (*Es ist / wird (die) höchste Eisenbahn; Das war(en) noch Zeit(en)!*); погоди (*Bei diesem Wetter jagt man keinen Hund vor die Tür; Hab Erbarmen, Petrus!*); кількості чого-н. (*Sage und schreibe; Das kann die / eine Maus auf dem Schwanz forttragen*); грошей / вартості (*Das ist ja (geradezu / beinahe / halb) geschenkt! Dafür muss (ei)'ne alte Frau / Oma lange stricken*); рис характеру / зовнішності (*Angst hat er keine, aber rennen kann er; Wenn Blicke töten könnten!*), та фрази для (емоційної) передачі інтенсивності певної дії / ознаки (*Ehe man sich's versieht; Was gibst du, was hast du*). Деякі ФО, які відповідають описаним характеристикам предмету дослідження, ми не змогли віднести до жодної із названих вище функціонально-семантичних груп і об'єднали їх у таксон **різне** (*Das Kind muss einen Namen haben / kriegen; Komm mit, du frierst*). Серед цих одиниць є також крилаті фрази: *Reim dich, oder ich fress' dich! Dem Mann kann geholfen werden; Friss, Vogel, oder stirb!* Вочевидь, конвенціалізовані авторські СФ характеризуються більшою складністю смислового навантаження, аніж типові колективні «мовні заготовки».

Наведений тут детальний опис функціональних груп ФЕіК німецької мови представлений схематично в Додатку А «Функціонально-семантичне поле фразеологічних експресивів і комунікативів».

Ми обмежились лише відносними характеристиками чисельності описаних таксонів і не наводили щодо них абсолютних кількісних показників, оскільки за наявності численних перетинів між окремими групами, варіантних утворень та, вочевидь, одиниць з різною вживаністю, а також, незважаючи на репрезентативну лексикографічну вибірку, неможливості охоплення в межах

однієї роботи усіх існуючих одиниць досліджуваного типу розвиненої національної мови, такі кількісні характеристики не є повною мірою ілюстративними. Проте як відносні, так і абсолютні кількісні показники можуть використовуватися в подальших дослідженнях, зокрема, порівняння конвенціалізації безпосереднього вираження різних видів емоцій споріднених і неспоріднених мов зробить внесок до розгляду питання про їхній універсальний чи неуніверсальний характер, а порівняльний аналіз утворення і функціонування ФО різних комунікативних стилів може бути корисним у вивченні ментальності певної нації.

2.3. Національно-культурний компонент в семантичній структурі фразеологічних експресивів і комунікативів

Фразеологічні експресиви і комунікативи є частиною загального фразеологічного фонду – тієї області, де, за давно утвердженим уявленням, найяскравіше відображена національна своєрідність мови.

Комплекс питань, пов’язаних зі взаємозв’язком та взаємодією мови і культури, становить предмет досліджень нової мовознавчої галузі – лінгвокультурології. Ця галузь особливо стрімко розвивається в останні десятиліття, що підтверджують численні дослідження у цьому напрямку (див. роботи В. А. Маслової, Д. О. Добровольського, В. М. Телії та ін. [9; 23; 24; 53; 54; 55; 109; 144; 151; 196]). Свій початок лінгвокультурологія бере від висунутих В. Гумбольдтом ще понад 200 років тому ідей про внутрішню форму мови і втілення в мові «духу нації». У працях видатного німецького вченого знаходимо розуміння важливості антропоцентричного підходу в мовознавстві: «Вивчення мов світу – це також всесвітня історія думок і почуттів людства. Вона повинна описувати людей всіх країн і всіх ступенів культурного розвитку; в неї повинно входити все, що стосується людини» [50, с. 349]. В лінгвокульторології гумбольдтівської концепції мова розуміється як універсальна форма первинної концептуалізації світу і раціоналізації людського досвіду, історична пам’ять про

соціально значущі події [151, с. 30]; «мова – це об'єднана духовна енергія народу, дивовижним чином закарбована в певних звуках, у цьому вигляді й через взаємозв'язок своїх звуків зрозуміла всім мовцям і збуджує в них приблизно однакову енергію» [50, с. 349].

Поворот лінгвістики до дослідження комунікативно-дискурсивних процесів спричинив теперішню увагу до людського фактору в мові, до виявлення того, як суб'єкт використовує мову залежно від його комунікативних інтенцій, фактора адресата та спільних для них фонових знань про світ [144, с. 270].

Одним з першочергових об'єктів досліджень у лінгвокульторології є фразеологічний фонд, національно-культурні особливості якого проголошувалися ще до виникнення цієї галузі. В. В. Виноградов вважав, що у функціонуванні фразеологічних одиниць особлива роль належить їхній внутрішній формі, усвідомлення якої можливе лише на фоні тієї матеріальної й духовної культури, в контексті якої вони виникли [26, с. 20].

В. А. Маслова зазначає, що «ФО являють собою згусток культурної інформації, дозволяють сказати багато, економлячи мовні засоби, і водночас добираються до глибини народного духу, культури» [109, с. 54]. В. М. Телія вважає, що більшість ФО володіють культурно-національною своєрідністю і їхня відтворюваність сприяє міжпоколінній трансляції культурно значущих установок і, таким чином, формуванню в процесах оволодіння і використання мови як культурної самосвідомості окремої особистості, так і культурно-національної ідентичності народу – носія мови [145, с. 14].

Національно-культурну маркованість фразеологічного фонду виявляє той факт, що вживання іноземцями ФО (як фразеолексем, так і фразеологізованих речень) часто розглядається носіями мови як спроба проголошення повної ідентифікації з цільовою культурою і може бути сприйняте ними негативно, оскільки вимагає такого рівня «інтимності», який представникам чужої мови і культури просто так не надається [255, S. 209]. Фразеологічні експресиви і комунікативи, як і інші ФО національної мови, включають широку національно-культурну пресупозицію, що дозволяє суттєво розширити рамки висловлення,

вони виконують кумулятивну функцію, тобто є носіями фонових знань – колективних знань членів мовної та культурної спільноти [23; 24]. На вербальному рівні фонові знання передаються базовим для лінгвокультурології поняттям культурно-національної конотації, яка розуміється як «інтерпретація денотативного або образно мотивованого аспектів значення в категоріях культури» [144, с. 214].

Аналіз наукової літератури з досліджень ФЕіК німецької мови показав, що аспект національно-культурного компонента семантики цього типу ФО не знайшов широкого висвітлення у працях дослідників. Проте видається цілком очевидним, що значна кількість цих одиниць разом з іншими прецедентними феноменами формує когнітивну базу – «певним чином структуровану сукупність знань і уявлень, якими володіють всі носії того чи іншого національно-культурного менталітету, всі, хто розмовляє тією чи іншою мовою» [89, с. 61].

С. Н. Денисенко зазначає, що фразеологічна картина світу сучасної німецької мови пов’язана з німецькою національною картиною світу. Вона формувалася на основі національних міфів, вірувань, обрядів, ритуалів. Її важливим складником є народна культура (звичаї, традиції, народні ігри, розваги, фольклорні тексти) [53].

Вченими часто підкреслюється символьна складова семантики фразеологічних одиниць. Наявність компонентів із символьним значенням робить семантику аналізованих ФО набагато доступнішою й зрозумілішою носіям мови, але часто створює труднощі у міжкультурній комунікації, оскільки в культурі іншого народу багато символів мають інші асоціативні зв’язки. Д. О. Добровольський зазначає, що символ має вищий семіотичний статус у порівнянні з образом та частіше інтерпретується в термінах культури, тобто культурна значущість фразеологічної одиниці підвищується в тому випадку, коли в її структурі присутня символьна складова, напр.: *нести свій хрест*; число *сім* у європейській культурі [цит. за 58, с. 45-47].

Аналіз отриманих в результаті лексикографічної вибірки 2303 одиниць показує неоднорідність питомої ваги символьних складових для ФЕіК німецької

мови. Лише незначна кількість лексикографічно фіксованих одиниць (15 од. – ≤ 0,7 %) містять у своїй структурі числа, які не в кожному випадку мають символьну значущість. Вираз *Lieber nichts zu Weihnachten!*, який вживається для відмови, запевнення в категоричному неприйнятті чого-н., фіксується також з підсилювальним розширенням *Lieber zehn / fünf Jahre nichts zu Weihnachten!*, а фактично вживається і з іншими числівниками. Проте цей фразеологізм можна розглядати як культурно специфічний, адже в його семантиці відображений звичай німців робити членам сім'ї коштовні подарунки з нагоди цього християнського свята. ФЕ *Jetzt schlägt's aber dreizehn! – Це вже занадто!* містить число *тринадцять*, яке розглядається в повір'ях багатьох народів як небезпечне, таке, що приносить нещастя. Лексикографічні джерела подають також, на нашу думку, більш вірне тлумачення цього виразу не як вираження небезпеки якоїсь ситуації, а як здивування, адже годинник б'є максимум дванадцять разів, тринадцять у цьому випадку розглядається як щось «надмірне». Цілком ймовірно, що у внутрішній формі цієї ФО присутні обидві асоціації і емпірична корпусна перевірка може виявити їхню релевантність для синхронного вжитку. В структурі німецьких ФО число *тисяча* часто має семантику підсилення, означає велику кількість, напр.: *mit tausend Zungen reden; voll wie tausend Mann sein; Tausend Dank!* Проте у ФЕ *Ei der Tausend! Hol's der Tausend!* іменник *der Tausend* виступає евфемізмом до *der Teufel* (як співзвучний з синонімічним *der Daus*). Ці ФО включено до одиниць з релігійно-міфологічними символьними елементами. Крім цього, існує декілька ФЕіК із числом *три*, яке мало особливе значення в середньовічному правосудді. Як символ Святої Трійці число *три* серед ФЕіК зустрічається лише в пародійному проклятті *In drei Teufels Namen*.

Фразеологічний фонд німецької мови представлений також численними одиницями з колоративним символьним компонентом. Фразеологізми-колороніми є яскравою ілюстрацією народної самосвідомості, відображаючи певні концепти мовної картини світу. Зокрема, сірий та чорний кольори символізують песимізм, щось негативне, погані риси характеру: *alles grau in grau sehen; alles durch die schwarze Brille sehen; eine schwarze Seele haben.* Сірий колір

означає також старість, сивий колір волосся: *alt und grau (bei etwas) werden.* Чорний колір, проте, не завжди символізує щось негативне, адже ФО виникають у різних сферах народного життя і їхня безпосередня етимологія часто концептуально суперечлива (пор. вирази із комерційної сфери *schwarze / rote Zahlen schreiben*, де *schwarz* означає прибуток). Кольори у складі ФО часто передають прояви фізіологічного чи емоційного стану людини (*sich die Augen rot weinen; mit roten Ohren abziehen; jmdm. wird (es) schwarz vor (den) Augen*), тобто вживаються для опису емоційних станів, а у складі ФЕіК, які служать, як правило, для безпосереднього «живого» вираження емоцій, кольори нехарактерні – лише 7 одиниць (≥ 0,3 %) із нашої вибірки містять колористичну складову. Проте семантичні асоціації цих компонентів мають яскраво виражений національно-культурний характер, тут представлені як базові для німецької культури концепти кольорорефлексії (*Es wird / kommt immer bunter; Es geht bunt zu* – в цих виразах відображається народне несхвалення усього строкатого, *bunt* означає щось невпорядковане, хаотичне [252, S. 280]; *(Na), So blau!* – *синій* у цьому випадку означає обман, оскільки є відірваним від єдиного образу в ході вторинного фразотвору (пор. *blauen Dunst reden; einem blauen Dunst vormachen; das Blaue von Himmel (herunter)lügen*), так і інші національні етимологічні асоціації. Напр., ФО *Dann ist die Wiese grün!* – *Досить! Моє терпіння луснуло!* походить із гри в карти (пікова масть в німецьких картах традиційно зеленого кольору) [250, S. 919]. Найяскравішим прикладом висловленого вище твердження про відносну нехарактерність символьної (щодо представлення чисел та колоронімів) семантики для ФЕіК німецької мови слугує етимологія ФЕ *(Ach), du grüne Neune!,* який виражає (неприємне) здивування чи переляк. Ані колоронім *зелений*, ні число *дев'ять* не відображають у цьому випадку жодних більшою чи меншою мірою універсальних концептів, проте мають чітко виражену національну основу. Лексикографічні джерела подають походження цієї ФО у взаємозв'язку із відомим берлінським розважальним закладом середини 19 століття, що розташовувався на *Blumenstraße 9* з головним входом *am grünen*

Weg, чужорідна назва якого *«Conventgarten»* була замінена в народі на *«Grüne Neune»* [250, S. 571; 252, S. 1093].

Значно ширше у фразеологічному фонді німецької мови представлені ФЕіК, які містять у своїй структурі зооніми (до нашої вибірки за цією ознакою потрапили 102 одиниці). Проте й тут спостерігаємо схожу картину: лише у складі частини ФЕіК (30 од. – ≥ 1,3 % вибірки) можна розглядати їхню символьну значущість, поширену не завжди виключно в німецькій лінгвокультурі. У складі багатьох ФЕіК наявні зооніми *der Geier* та *der Kuckuck*, що здавна символізують в народі нечисту силу (*Weiß der Geier! Scher dich zum Kuckuck!*). Але якщо *стерв'ятник* має негативну символіку і в інших культурах, зокрема слов'янській, то щодо *зозулі* схожі асоціації нехарактерні. Зоонім *der Hund*, який у німецькій та інших культурах слугує символом вірності та пильності, у структурі ФО багатьох мов вживається для позначення чогось низького, підступного [252, S. 755]. У складі ФЕіК теж однозначно переважає негативний експресивний компонент: *Hol dich der Hund! Scheiß der Hund drauf!* Стійкі фрази *Das fällt Eichen; (Ach), du dicke Eiche!* містять флоронім *die Eiche*. В німецькій лінгвокультурі *дуб* відомий як особливий символ стійкості і сили [250, S. 193].

Символьна складова ФЕіК німецької мови найширше представлена елементами міфологічно-релігійного характеру (110 ФЕіК – ≤ 4,8 %). Поряд з уже названими ФО із евфемістичними лексемами *der Tausend*, *der Kuckuck, der Geier* нами виявлено значну кількість одиниць з компонентами *der Teufel*, *der Henker, der Deibel* та (рідше) *der Satan* з очевидною пейоративною семантикою, зокрема серед ФЕіК **незадоволення** (*Da soll doch der Teufel dreinschlagen! Hol's der Teufel / der Henker!*) та **негативної оцінки** (*Der Teufel hat's gesehen! Da hat der Teufel seine Hand im Spiel*). Крім того, ці групи представлені одиницями з лексемами *Donner, Donnerwetter, Blitz, Hölle, Himmel*, які теж відображають міфологічно-релігійні уявлення давніх германців: *Heiliges Gewitter! Da soll doch gleich ein Donnerwetter dreinschlagen! Himmel, tu dich auf!* Лексема *Donnerkiel* у ФЕ *Zum Donnerkiel / Donnerkeil!* позначає закам'янілі белемніти. Раніше вважали, що ці закам'янілості утворюються під час грози від удару блискавки, і таким

чином утворилось заклинання грому, а пізніше і погрозливо-лайливе прокляття [250, S. 169]. Звертання до вищих сил бачимо й серед одиниць, які виражають **переляк** чи **(радісне) полегшення**: *Um Gottes / Himmels willen! Alle guten Geister! Gott sei's getrommelt und gepfiffen!* Схожа концептуалізація цих емоцій властива, вочевидь, й іншим християнським культурам, проте цей факт, на нашу думку, не суперечить розгляду перелічених одиниць як культурно маркованих.

Серед ФЕіК німецької мови, крім виразів із символьним значенням, налічується значна кількість одиниць з яскраво вираженою національною специфікою. В. Г. Гак, досліджуючи етнонаціональну специфіку *фразеорефлексів* французької мови – вербальних реакцій комунікантів на різноманітні ситуації, розглядає цитатні та ситуативні ремінісценції і приходить до висновку, що культурно-національна специфіка, властива фразеології в цілому, зі ще більшою очевидністю поширюється і на фразеологізовані мовленнєві реакції [31, с. 55]. 117 ФЕіК (≤ 5,1 %) мають літературне в широкому розумінні авторське підґрунтя: *Vor Tische las man's anders; Nicht ärgern, nur wundern! Da liegt der Hund begraben! Da bleibt kein Auge trocken; Ich verstehe die Welt nicht mehr! Hast du sonst noch Schmerzen?* (див. також п. 1.3.). Деякі сучасні ФЕіК походять із німецьких шванків – народних та авторських сатиричних оповідань, легенд і байок (*Sieht doch die Katz den Kaiser an! Landgraf, werde hart!*) та народної пісенної творчості і шлягерів національного та регіонального / локального значення *(Hoppla, jetzt komm(e) ich! Verflixt und zugenäht! Ab die Post! Da hat doch jemand / einer dran gedreht; Hannemann, geh du voran! Mein Gott, Walther! Das verschweigt des Sängers / Dichters Höflichkeit*). Наступні одиниці були свого часу відомими рекламними слоганами*: Keine Feier ohne Meier; Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre! Da weiß man, was man hat.* Ми погоджуємось з Г. Бургером, що ці ФО мають осцилюючий характер, оскільки їх складно однозначно відмежувати як від цитат, так і від решти фразеологізмів [178, S. 43-56]. Проте походження цих фраз не слід розглядати як нерелевантне для їхнього сучасного функціонування у мовленні. Ці ФО, як і багато інших одиниць, в етимології чи у складі яких наявні національно-культурні елементи, акумулюють значний

пресупозитивний фон знань, на який опираються носії мови у повсякденному спілкуванні.

Поряд із фразами, що мають широке літературне походження, як національно марковані ми визначили ФЕіК, які виникли на історичній національній основі, тобто в семантиці яких відображені відомі історичні події, звичаї та традиції, особливості побуту та різних сфер народного господарства (всього 116 од. – ≥ 5 %). Багато ФЕіК пов'язані з воєнними подіями та військовою сферою загалом: *Ab nach Kassel! Ich verstehe nur Bahnhof! Rin in die Kartoffeln, raus aus den / die Kartoffeln! So scharf schießen die Preußen nicht! Da ist Holland in Not*). Вживання виразів *Mein Bedarf ist gedeckt! Bude zu, Affe tot / krank! Haut den Lukas! Immer rein ins Vergnügen!* обмежувалось спочатку торговою сферою, традиціями німецьких ярмарок. Із гастрономічними звичками німців пов'язані такі фразеологізми*: (Das) macht den Kohl / das Kraut (auch) nicht fett; Das geht wie beim / wie das Brezelbacken; Butter an / bei die Fische! Das ist (nicht) mein Bier; Das ist (alles) kalter Kaffee.* У складі деяких ФЕіК наявні німецькі антропоніми (*Ich bin kein Otto; Ich will Hans / Emil heißen; Mensch Meier! (Ach) du liebes Lieschen!*), також й відомих історичних осіб (*Sowas lebt und Schiller musste sterben; Dazu hat Buchholtz kein Geld*), та окремі топоніми (*Du lieber Herrgott von Biberach!*). Склад ФЕіК поповнюють стійкі фрази й з інших сфер народного життя. Шаблонний анонс фільму у кінопрокаті *Demnächst in diesem Theater* вживається і поза цими рамками у значенні *Зустрінемось пізніше у цьому ж місці* чи в іронічному вжитку *Пізніше, не тепер*. Вираз *Das ist das Ende vom Lied – Так (сумно) це закінчилось* відображає характерне німецьким народним пісням трагічне закінчення, а походження фрази *Es geht um die Wurst – Настав вирішальний момент* пов'язане із традиційними народними змаганнями, переможець яких отримував у нагороду ковбасу. Отже, національно-культурна специфіка ФЕіК виявляється в плані змісту, в плані вираження і в аспекті функціонування.

Отримані результати дозволяють зробити висновок про виражене акумулювання фонових знань носіїв мови в німецькому мовно-культурному ареалі не лише класичними дієслівними ідіомами, але й фразеологічними

експресивами і комунікативами. Загалом частка національно-культурно маркованих ФЕіК в ході аналізу склала понад 17 %, що, з огляду на застосований нами широкий підхід до визначення ідіоматичності і відповідну вибірку досліджуваних одиниць, робить можливим розглядати національно-культурний компонент поряд із метонімічною чи метафоричною переінтерпретацією та прагматичними рестрикціями важливою складовою в структурі їхньої семантики.

2.4. Корпусні лінгвістичні дослідження і фразеологія

В останні роки започатковано багато досліджень, які переносять випробувану методику інших дисциплін на вивчення ФО та водночас долають межі традиційної фразеології і намагаються дати їй нове визначення. Прикладом можуть слугувати корпусні лінгвістичні дослідження. Корпусна лінгвістика, яка взяла свій початок у 60-х роках минулого століття на англомовному просторі й з того часу стрімко розвивається, є для мовознавців як викликом, так і великим шансом. Вона ґрунтується на мовних корпусах, тобто великих зібраннях текстів, які використовуються як база даних для опису і пояснення мовних феноменів [169; 237; 257; 288].

До появи електронних текстів процес збору мовних даних був надзвичайно складним та потребував значної затрати часу, при цьому часто не забезпечувалась статистична релевантність. Трудомісткою була, наприклад, підбірка цитат для «Old English Dictionary» – протягом десятиліть кореспонденти виписували вручну і передавали в редакційну колегію уривки текстів. В 60-х роках Г. Кучера і В. Н. Френсис компілювали *Brown*-корпус американського варіанту англійської мови, який охоплював один мільйон слів і довший час залишався стандартним джерелом корпусних досліджень, а у 70-х робоча група на чолі з С. Йохансоном опублікувала відповідний корпус британського варіанту англійської – *London-Oslo-Bergen* (*LOB*).

В останні два десятиліття з неймовірним технічним прогресом змінилась і корпусна робота. Сучасні лінгвістичні корпуси являють собою велетенські

електронні текстові масиви баз даних, обладнані пошуковими машинами з контекстуальними, дериваційними, колокаційними та кооокурентними критеріями, що полегшує дослідникам збір і аналіз емпіричного мовного матеріалу. Ці корпуси є більш репрезентативними, оскільки включають друковані тексти з максимально широким жанрово-стильовим розмаїттям. Користувачі Інтернету після реєстрації можуть отримати в режимі онлайн доступ до корпусу [125]. Загальновизнаним зразком, на який орієнтуються інші сучасні корпуси, вважається Британський національний корпус (*British National Corpus – BNC*) зі 100 мільйонами слів різножанрових текстів включно з усним мовленням. Створений М. Девісом *Corpus of Contemporary American English* (*COCA*) охоплює 450 мільйонів слововживань та є єдиним публічно доступним корпусом американського варіанту англійської мови. Для студій з історії мови укладений діахронний Гельсінський корпус. Розмовний варіант англійської мови представлений у *The Bergen Corpus of London Teenage Language (COLT)*. Також були компільовані лінгвістичні корпуси інших національних мов. Серед найвагоміших корпусів німецької мови слід назвати *Cosmas* II Інституту німецької мови в Маннгаймі, який налічує понад 29 мільярдів слів, та проект *DWDS* (*Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*) в Берліні з партнерськими проектами *Schweizer Text Korpus* в Базелі і *Austrain Academy Corpus* у Відні.

Корпусна лінгвістика емпірична, її предметом є справжні, а не створені власне з лінгвістичною метою (часто з опорою лише на інтуїцію лінгвіста) тексти, які є частиною природної мови та комунікації і відображають використання мови великою кількістю членів мовної спільноти. В корпусних дослідженнях мовні одиниці неодмінно розглядаються як контекстуалізовані феномени, тобто зафіксовані в їхньому контексті, який, так би мовити, «постачається разом з ними» [280].

Корпусна лінгвістика іманентно квантитативна. Одним з її основних положень є важливість частотності і повторюваності явищ, що відмежовує корпусний лінгвістичний аналіз від попередніх теоретичних підходів, передусім генеративних. М. Стаббс наголошує, що першочерговою метою корпусної

лінгвістики повинно бути дослідження нормальних, тобто узуальних явищ. Одноразові й ідіосинкретичні явища слід реєструвати, але вони можуть розглядатися і описуватися лише на фоні звичного і очікуваного [288, S. 221].

Емпіричний комп'ютерний аналіз текстових масивів застосовується в багатьох галузях сучасного мовознавства, проте найбільше поширення методи корпусної лінгвістики отримали в працях з лексикографії та лексичної семантики [186; 228; 288]. З лексикологічними дослідженнями тісно пов'язане використання мовних корпусів у фразеології. Традиційний збір емпіричних фразеологічних даних досить трудомісткий, тому сучасна корпусна лінгвістика, яка робить можливим пошук в об'ємних цифрових корпусах, виявилась незамінним методом також для фразеології. Це було логічним продовженням існуючої на той час тенденції в західній науковій школі, коли внаслідок прагматичного повороту на зміну традиційним дослідженням, до основної проблематики яких належали класифікаційні структурно-типологічні моделі фразеологізмів, концепції широкого і вузького розуміння фразеології, постали питання різножанрового текстового функціонування ФО (див. огляд п. 1.5.).

Вивченню семантики ідіом за допомогою корпусного методу присвячена стаття К. Статі «Korpusbasierte Analyse der Semantik von Idiomen» [280]. На прикладі ідіоми *ins Gras beißen* автор демонструє, що корпусний аналіз розглядає значення лексичних і фразеологічних одиниць як «значення у вжитку». ФО відзначаються семантичною гнучкістю, яка полегшує їхнє включення у нові контексти. Структуру значення ідіоми можна розглядати подібно до категорій в теорії прототипів: визначити статистично значуще «центральне значення» (*Kernbeutung*), з якого завдяки профілюванню чи «приглушенню» семантичних ознак випливають інші значення. Таким чином, корпусний метод виявляється затребуваним у фразеографічній практиці – як для коректної семантизації ФО, так і для статистичного визначення загальновживаних одиниць – окреслення т. зв. фразеологічного / пареміологічного мінімуму [202; 225]. Корпусний аналіз повинен використовуватися і у студіях з лінгвокультурології. О. Я. Остапович відзначає, що зроблені на основі великих текстових корпусів висновки про

переважання в мовному світогляді народу певних тематичних сфер, концептуальних метафор та аксіологічних установок будуть значно вірогіднішими від тих, що почерпнуті із «музейних експонатів» словників чи фольклорних збірок [125]. Створені за спеціальними критеріями корпуси дозволяють виявити також гендерну специфіку мовного вжитку та є корисними для досліджень з лінгвістичної варіантології, адже й тут застарілі лексикографічні відомості можуть призвести до спотворення картини їхнього реального функціонування. Відзначимо у цій сфері працю Г. Бікеля над словником варіантів німецької мови [170; 293].

Описані вище можливості корпусного методу відкривають перед лінгвістами великі перспективи. Проте не слід переоцінювати роль комп'ютеризованого машинного аналізу для лінгвістики загалом та для фразеології зокрема. На думку О. Я. Остаповича, корпус здебільшого залишається лише вихідним джерелом, а комп'ютер – допоміжним інструментарієм [125]. Багато завдань (пошук стилістичних фігур чи відтінків значень тощо) ні сьогодні, ні у близькому майбутньому не стануть підвладними штучному інтелекту. Особливою складністю відзначається пошук модифікованих ФО. Велику кількість роботи доводиться виконувати вручну, комп'ютер лише допомагає прискорити процес накопичення первинного матеріалу із різноманітних джерел та провести окремі підрахунки.

З іншого боку, сьогодні ще не існує досконалих корпусів, величина яких цілковито достовірно відображала б реальне функціонування тієї чи іншої національної мови. До того ж сучасна мова постійно змінюється, тому увага дослідників все частіше спрямовується на Інтернет, що дозволяє вивчати мову у великих масштабах і, так би мовити, «вживу».

2.4.1. Інтернет як лінгвістичний корпус

Крім описаних вище систематично побудованих корпусів, завдяки Інтернету існує велетенський архів з багатьма трильйонами сторінок, який

органічно розростається та із застосуванням належних пошукових машин може розглядатися як корпус.

Ми зробили припущення, що фіксація в мережі Інтернет текстів, які концептуально тяжіють до усного мовлення, зумовлює широке представлення в Інтернет-дискурсі ФЕіК, основною сферою використання яких є розмовне мовлення. Розглядаючи Інтернет як гігантський текстовий корпус (хоча і непідготовлений для лінгвістичних статистичних досліджень згідно з уже сформованими класичними методами корпусної лінгвістики), за допомогою пошукових систем можна відобразити картину функціонування ФЕіК, максимально наближену до їхнього реального вживання у мовленні.

Інтернет як засіб інформації і комунікації зазнав з середини 90-х років небаченого поширення. Виникнення і використання новітніх форм комп'ютерно-опосередкованої комунікації відкриває перед лінгвістикою широке поле для дослідницької діяльності. (Далі мова йтиме про можливості використання Інтернету як лінгвістичного корпусу передусім для досліджень частотних показників вживаності мовних одиниць. Особливості комунікації в Інтернеті, жанрову специфіку Інтернет-дискурсу та інші питання, пов'язані із дискурсивними характеристиками ФЕіК в німецькомовному просторі Глобальної мережі, ми розглянемо у Розділі 3).

Оскільки побудова систематичного мовного корпусу, який давав би валідні відомості щодо частотності лексичних чи фразеологічних одиниць, надзвичайно трудомістка і, відповідно, дуже дорога справа, постає питання, чи може Інтернет як зібрання текстів, що за розміром перевищує усі інші корпуси, використовуватися як корпус для лінгвістичних досліджень.

Для багатьох людей – принаймні у віці до 40 років – вже увійшло у звичку звертатися на порталах *Google*, *Вікіпедія*, *Яндекс* та ін. із запитаннями на зразок *«карта Мюнхена»*, *«погода в Берліні»*, *«розклад руху поїздів»* та керуватися отриманими відповідями в житті. Ця тенденція не пройшла повз лінгвістику. Веб є «скарбничкою» доступних в електронному вигляді різножанрових текстів (блоги, дискусійні форуми, газети, журнали тощо), і корпусна лінгвістика вже

довший час як побачила в Інтернеті вигідне і практично безмежне джерело даних, хоча можливості їхньої обробки не можна розглядати однозначно.

Однією з найбільших проблем використання даних з Інтернету є їхня негомогенність. Поряд з продуктом мовлення носіїв мови тут фіксується мовлення авторів, для яких ця мова не є рідною. Крім того, здебільшого відсутні демографічні дані щодо авторів. Інформативна цінність розміщених в мережі документів коливається в досить широких межах. Однією з основних проблем в цій сфері А. Юкер [234] вважає «минущість» отриманих з Інтернету мовних фактів, адже не всі Інтернет-документи надійно архівуються. Дійсно, в Інтернеті наявний такий масивний корпус мовних даних, який у своїй сукупності ніким не може бути переглянутий, і такий дифузний і неозорий корпус не може аналізуватися без будь-яких застережних міркувань. Проте неймовірна величина та відносно незначні зусилля, які потрібні для аналізу отриманих у такий спосіб даних, занадто привабливі, щоб відмовитися від дослідження. Використання Інтернету як бази для лексикографічних і мовностатистичних студій можливе, якщо буде доведено, що таким чином можна отримати достатньою мірою надійні результати, системно пов’язані з мовною реальністю. В останні роки у цьому напрямку проведена значна робота, вчені розробляють різноманітні методи і прийоми дослідження мультилінійних, мультимедійних, динамічно-плинних текстів Інтернету [170; 192; 193; 245].

Г. Бікель ще в кінці 90-х років розпочав роботу над словником варіантів німецької мови [293], використовуючи Інтернет як текстовий корпус, про що свідчить назва його програмної статті «Das Internet als linguistisches Korpus» [170]. Пошукові машини (на той час це була *Alta Vista*) дозволяють здійснювати пошук не лише заданою мовою, але і в певному домені (для роботи над словником релевантними були домени *.de*, *.at* та *.ch*). На початку дослідження кількість німецькомовних сторінок складала 20 млн. (1996 р.), проте з кожним роком це число стрімко зростало. На основі спеціально розроблених лексикографічних тестів (проводився частотний аналіз вибірки слів у різний період часу) автор прийшов до висновку, що Інтернет як динамічний корпус

постійно зростає і змінюється, проте запити в певний період часу є консистентними, частота вживання того чи іншого слова вимірюється в практично однаковому процентному відношенні. Г. Бікель вказує, що дослідження проводилось за допомогою пошукової системи *Alta Vista*, оскільки *Google* на той час не існувало, проте проведені ним пізніші тести показали, що *Google* дає співставні результати. Тобто отримані дані не довільні чи випадкові, а відображають мовну реальність у Глобальній мережі.

С. Дімер у статті «Das Internet als Korpus?: Aktuelle Fragen und Methoden der Korpuslinguistik» висловлює застереження щодо відносності квантитативних показників з Інтернету через відсутність визначеної вихідної кількості даних, проте зазначає, що отримані результати часто співставні із даними Британського національного корпусу. Ключовим пріоритетом вчений вважає розробку інструментів статистичного аналізу для відкритої вихідної кількості. Ніхто насправді не знає реальної величини Глобальної мережі, проте достатньо великий об'єм корпусу дозволяє працювати з відкритою вихідною кількістю (offene Grundmenge). Належні алгоритми повинні давати надійні результати навіть у специфічних лінгвістичних постановках питань [193, S. 54-55].

Підсумки досліджень останніх років в цій сфері підведено у колективній монографії «Korpora, Web und Datenbanken / Corpora, Web and Databases», розділи якої охоплюють таку проблематику: «Häufigkeit und Struktur von Phraseologismen am Beispiel verschiedener Web-Korpora» (U. Quasthoff, F. Schmidt, E. Hallsteindottir); «Lexikalische Kollokationen und der Beitrag der Internet-Suchmaschine Google zu ihrer Erschließung und Beschreibung» (Ch. Konecny); «Computer-Mediated Discourse vs. Traditional Text Corpora as a Data Source for Idiom Variation Research in Finnish» (O. Petrova); «Online-Datenerhebungen im Dienste der Phraseographie» (M. Dräger, B. Juska-Bacher) [245].

З великою долею ймовірності можна припустити, що можливості, які Інтернет відкриває для лінгвістики та лексикографії зокрема, в майбутньому використовуватимуться у багатьох проектах з укладення словників і Інтернет-корпус загалом стане надзвичайно корисним джерелом лінгвістичних досліджень.

2.4.1.1. Методика визначення частотності вживання фразеологічних експресивів і комунікативів німецької мови

Інтернет може використовуватися як корпус у різний спосіб. Застосування пошукових систем дозволяє досліджувати мовні феномени в доступних електронних текстах, тобто уся Глобальна мережа інтерпретується як велетенський корпус. З іншого боку, існує можливість на основі наявних у вільному доступі веб-даних формувати власні корпуси меншого розміру, орієнтовані на окремі лінгвістичні постановки питань. Оскільки нашим завданням серед іншого було встановлення частотності вживання ФЕіК, ми підійшли до використання Інтернету як корпусу у перший спосіб і обрали основним інструментарієм дослідження пошукову систему *Google*.

Статистичні дані сходяться у тому, що *Google* є світовим лідером за пошуковими запитами. Протягом перших років на основній сторінці компанії подавалась приблизна кількість зареєстрованих на момент пошуку документів (від 25 млн. у 1998 р. до понад 8 млрд. у листопаді 2004 р.). З 2005 р. компанія припинила публікацію даних про обсяг через відсутність однозначного способу підрахунку. У 2008 р. на сайті компанії (у блозі) з’явилась інформація про одночасну реєстрацію системою одного трильйону унікальних *URL*-адрес [296]. Дані щодо процентного співвідношення веб-сторінок різними мовами, опубліковані у жовтні 2014 р. лабораторією *W3Techs*, яка надає інформацію про використання різноманітних технологій в Інтернеті, засвідчують, що німецька мова із 6,1 % займає тут друге місце після англійської (55,7 %) [292].

Незважаючи на те, що існуючі пошукові системи не призначені безпосередньо для лінгвістичних досліджень і пошуковий алгоритм в деталях невідомий, існує достатньо причин для використання пошукової машини *Google*. По-перше, пошук за допомогою *Google* відбувається надзвичайно швидко і дуже просто. Зручним є те, що для кожного результату пошуку пропонується попередній перегляд, тобто подається короткий уривок з відповідного тексту, а сам пошуковий запит при цьому оптично виділяється напівжирним шрифтом.

Також важливо, що існує можливість задати пошук однією мовою. Перевагою пошуку за допомогою *Google* є те, що в його результати включаються дані із численних форумів, які значною мірою відображають функціонування концептуально усного мовлення. Ще одним позитивним моментом такого пошуку є відповідність критерію актуальності, адже до відображених результатів автоматично включаються найновіші веб-сторінки. Величина корпусу дозволяє припустити, якщо якесь словосполучення німецькою мовою взагалі можливе, то найшвидше і найнадійніше це можна встановити за допомогою *Google*. Якщо ФО існує в мові, то надзвичайно низька ймовірність того, що *Google* не видасть жодного результату. З іншого боку, невизначена величина та постійна зміна Інтернет-корпусу значно ускладнює можливість встановлення частоти вживання тієї чи іншої одиниці по відношенню до величини корпусу. Крім того, деякі тексти підраховуються у *Google* двічі чи навіть багаторазово, зокрема тоді, коли текст існує одночасно в різних форматах, як-от *PDF*- чи *HTML*-сторінка. Очевидно, що отримані дані не можна розглядати як абсолютні, а лише як відносні. Втім, незважаючи на те що показник буде змінюватися, можна простежити певну тенденцію – чи ФО вийшла з ужитку або вживається надзвичайно рідко, чи, навпаки, характеризується широкою вживаністю.

Аналіз наукової літератури останніх років хоча й показує велику зацікавленість вчених можливостями використання Інтернету як корпусу, проте на момент нашого дослідження не було запропоновано єдину випробувану методику. В ході роботи ми зіткнулись з тим, що багато операцій довелось проводити вручну. Використання як інструментарію *Google* виявилось виправданим, оскільки ця пошукова машина дозволяє не лише, як зазначено вище, вибирати в налаштуваннях мову документів, в яких ведеться пошук (це виключає з результатів численні сторінки з онлайнових двомовних словників та приклади німецьких ФО в іншомовних наукових публікаціях), але й проводити пошук точного тексту фрази, а не окремих слів чи їх сполучень. Для цього запит слід подавати, виділяючи з обох боків знаком «…». Ця опція особливо корисна для пошуку ФЕіК, які у порівнянні з іншими ФО відзначаються високою

стійкістю і завершеною реченнєвою структурою, що виступає однією з їхніх категоріальних ознак. В нашій роботі словникова форма слугувала, як правило, відправним пунктом і ми не конструювали інші форми тільки у випадках її однозначно широкої вживаності (напр.: *Wenn Blicke töten könnten! Gut gebrüllt, Löwe!*) та щодо абсолютно стійких ФЕіК – одиниць з імпліцитною структурою речення (*Ach du liebes bisschen! Ab nach Kassel!*). В інших випадках, коли запропонована у словнику форма речення зустрічалась в результатах рідко та за лексикографічної фіксації одночасно декількох форм, ми конструювали вручну додаткові форми для пошукового запиту. Підбір цих форм ґрунтувався як на лексикографічних даних, так і на суб'єктивній дослідницькій інтуїції – відмінність між формами ФО полягала, як правило, в порядку конституентів (чи їхній елімінації), часовій формі дієслова і варіативності займенників. Також враховувався розмовний варіант дієслова другої особи однини теперішнього часу (*haste, kannste, siehste*) та інші варіанти орфографії (детальніше про специфіку орфографії в концептуально усних Інтернет-текстах див. Розділ 3), напр.: *Da haben wir die Bescherung / Da hast du die Bescherung / Da haste die Bescherung; Du bist wohl zu heiß gebadet / Du bist als Kind wohl zu heiß gebadet / Dich haben sie wohl zu heiß gebadet / Dich haben sie wohl als Kind zu heiß gebadet.*

Основний пошук здійснювався на сайті *www.google.de* в період з 06.2012 р. по 09.2012 р. Описані труднощі щодо встановлення абсолютної частотності пояснюються також тим, що *Google* подавав на той час максимум 500 результатів пошуку – звідси випливає складність провести чітку межу між вживаними і широко вживаними одиницями. Розробити певний алгоритм аналізу одиниць з нульовою чи низькою вживаністю виявилось простіше – за відсутності жодного результату щодо кожної із введених у пошук форм ми перевіряли вживання цієї фрази, додатково користуючись опцією пошуку у книгах, яка пропонується на цьому сайті. Пошук ведеться у тексті доступних в Інтернеті книг за адресою *https://books.google.de* і його результати доповнюють загальний пошук. Крім того, ми виявили, що стосовно багатьох маловживаних одиниць результати були дещо завищеними через багаторазове дублювання в підрахунках сторінок із

різноманітних онлайн-словників. З метою уникнути серйозної похибки ці дані коригувались вручну відсіюванням таких сторінок. Також проводилось відсіювання варіантів нефразеологічного прочитання ФО (*Die Tour kenne ich* – розм. фам. *Знаємо ми ці штучки!* [122, с. 253]; *Lass dir Tee kochen! – Ausdruck der Abweisung.* Stud. [250, S. 826]). Крім того, порівняння результатів із даними попереднього вибіркового пошуку, здійсненого в 2009 р., виявило таку закономірність: абсолютні показники практично не змінились щодо маловживаних одиниць та одиниць з нульовою вживаністю, щодо інших одиниць вони переважно зросли із розширенням самого корпусу, що однозначно свідчить про надійність корпусу, невипадковість отримуваних результатів.

Ми проаналізували таким чином вживання отриманих на основі лексикографічної вибірки 2303 ФО і виокремили широковживані одиниці (одиниці з **високою частотою вживання**), тобто центральну частину досліджуваного поля ФЕіК німецької мови (всього 1054 ФО; із показником вживаності від 251 пошукової сторінки і вище, переважно обмежено 500 сторінками); до них прилягає ближня периферія – одиниці, які характеризуються **середньою вживаністю** (650 ФО; показники вживаності від 11 до 250 сторінок); на дальній периферії розміщені ФО із **низькою вживаністю** (467 ФО; до 10 сторінок, з них 88 ФО вжиті виключно в текстах розміщених в Інтернеті книг). Крім того, на межі цього поля знаходяться 132 одиниці із **нульовою вживаністю**.

Фразеологічні експресиви і комунікативи німецької мови із нульовою вживаністю. До цієї групи ми зарахували 132 одиниці, пошук яких ні загалом в Мережі, ні серед груп *Google* (за адресою *https://groups.google.com*), ані в текстах доступних в Інтернеті книг не дав жодного результату. Для пошуку, як зазначено вище, крім фіксованої лексикографічно початкової форми, ми в більшості випадків конструювали інші форми, хоча очевидно, що передбачити усі ймовірні варіанти не було можливості. Відсутність жодних слідів у *Google* дозволяє припустити оказіональну природу цих одиниць, а їхня лексикографічна фіксація, вочевидь, повинна бути переглянута. Щодо кореляції результатів пошуку цієї

групи із лексикографічною вибіркою відзначимо, що більшість ФО (105 із 132) внесені лише до одного з використаних словників, з них 69 одиниць – до «Словника німецької розмовної мови» Г. Кюппера (напр.: *Das sagt man immer, wenn die Bratkartoffeln angebrannt sind – Das ist eine einfältige Ausrede für eine böse Überraschung* [250, S. 127]; *Haben wir heute Bauernmesse? – Frage an einen, der sich taktlos benimmt* [250, S. 83]), автор якого зазнав критики за включення численних оказіональних одиниць. Значна кількість цих ФО марковані відповідно до середовища їхнього виникнення – територіального чи соціального, пор.: *Blumendraht und Stachelbeerkompott! – Ausruf der Verwunderung oder des Unwillens.* **Bayr.** [250, S. 117]; *Was hängt am Baum und riecht? – Frage an einen Dummen oder Unfähigen.* **Jug.** [250, S. 84], і відсутність даних щодо їхнього вживання, вочевидь, можна пояснити швидким виходом з моди, характерним для молодіжного сленгу зокрема. Решта ФО цієї групи фіксовані переважно в словнику В. І. Гаврися / О. П. Пророченко, напр.: *Da kannst du Meisen ausnehmen* – розм. *Тут ти нічого не доб'єшся* [122, с. 50]; *Das grenzt an Pommern!* – розм. фам. *Це вже занадто!* [122, с. 111]; окремі – в словниках Л. Е. Біновича / М. М. Грішина, В. Д. Дєвкіна та в Duden 11. Крім того, деякі невживані ФО наявні в двох чи більше лексикографічних джерелах. Якщо відсутність даних щодо вживання одиниць на зразок *Oder ich schlage dir die Kiemen ein! – Drohrede* [250, S. 409] (пор. [51]); *Du bist wohl singen gewesen* – ugs. *Kommentar, wenn jemand viel Kleingeld (bei sich) hat* [201, S. 705] (пор. [51; 250]) можна пояснити прагматичними особливостями їхнього вживання (передбачають безпосередню присутність співрозмовника), то нульова вживаність одиниць *Das haut einen auf den Schlips* – розм. фам. *Як обухом по голові (про неприємну несподіванку)* [122, с. 166] (пор. [16; 250]); *Das geht mir (doch) über die Puppe(n)!* – розм. фам. *Далі нікуди! Дійшли до краю!* [122, с. 116] (пор. [16; 51; 201; 250]) та передусім культурно значущої фрази *Aber sicher, sagte Blücher* – ugs. scherzh. *Ganz sicher ist das so* [201, S. 702] (пор. [16; 121]) виявилась несподіваною і потребує підтвердження чи спростування під час експерименту з опитування респондентів-носіїв мови. Більшість ФО з цього списку належать до

функціональних груп **неприйняття**, (**образливого**) **зауваження**, **погрози** та **здивування** / **несподіванки**, що можна пояснити загалом високою продуктивністю ФЕіК цих груп – характерною є поява нових одиниць, багато з яких дуже швидко виходять з ужитку.

Фразеологічні експресиви і комунікативи із низькою вживаністю. В результаті аналізу нами виділено 467 одиниць із низькою вживаністю – це фразеологізми, які зустрічаються в Інтернеті або виключно на сторінках розміщених там книг (88 ФО), або вжиті також в інших текстах (решта 379 ФО; максимум 10 прикладів вживання). В німецькомовному секторі Інтернету представлений обмежений вибір літературних джерел. Це пов'язано з діючим авторським правом, яке забороняє повнотекстовий доступ до праць більшості авторів. Ми отримували дані головним чином з сайтів *www.gutenberg.org*, *www.zeno.org* та за адресою *http://books.google.de*. Проект Гутенберг (англ. *Project Gutenberg*) є громадською ініціативою з оцифрування, архівування і поширення культурної спадщини. Більшість одиниць цієї колекції – це повнотекстові версії книг, які знаходяться у суспільному надбанні (твори авторів, з моменту смерті яких пройшло 70 і більше років). За даними сайту на 2013 рік бібліотека налічувала понад 42 тисячі творів, близько тисячі з яких – книги німецькомовних письменників, які жили і творили у 19 / поч. 20 століття чи ще давніше: W. Raabe (1831-1910), F. Kafka (1883-1924), H. Mann (1871-1950), Th. Mann (1875-1955), J. W. von Goethe (1749-1832), E. T. A. Hoffmann (1776-1822) та ін. Сайт *www.zeno.org* надає доступ до найбільшої німецькомовної повнотекстової онлайнової бібліотеки (за власними даними сайту), заснованої у 2007 р. видавництвом *Zenodot Verlagsgesellschaft mbH*. Компанія *Google inc*. також пропонує послугу ознайомлення із численними книгами та пошуку в них (за адресою *http://books.google.com*). На сайті публікуються повнотекстові версії незахищених авторським правом книг, а доступ до інших обмежується переглядом декількох (перших) сторінок.

Можна припустити, що фразеологізми, щодо яких зафіксовані лише окремі приклади вживання в матеріалах цих сайтів, є архаїзмами і потребують

відповідного маркування в словниках, яке, як показав аналіз, відсутнє в більшості випадків. Із 88 ФО, щодо яких результат пошуку у *Google* виявив вживання лише в літературних творах минулих епох, більша частина, як і серед ФЕіК з нульовою вживаністю, а саме 48 одиниць, зафіксовані лише в одному з розглянутих лексикографічних джерел. На відміну від останніх, основна частка (27 од.) тут припадає на словник В. І. Гаврися / О. П. Пророченко (*Da hat eine Eule gesessen* – розм. *Справа не вигоріла, зірвалася* [121, с. 189]; *Hol dich der Fuchs!* – розм. фам. *Щоб тебе вовки з'їли!* [121, с. 228]; *Guten Morgen, Vielliebchen!* – розм. ірон. *Ага, програв (парі)!* [122, с. 288]).

40 ФЕіК із прикладами виключно в (давніх) літературних творах фіксовані в двох і більше словниках. Зроблені на основі результатів нашого пошуку висновки про їхній оказіональний чи архаїчний характер підлягають верифікації за допомогою опитування респондентів – головним чином щодо тих одиниць, які внесені до більшості словників, включаючи нормативний Duden 11. Проте очевидно, що наявний у всіх п'яти джерелах вираз *Da hört (sich) doch die Weltgeschichte auf!* – розм. *Це вже занадто! Це вже виходить за всякі межі!* [121, с. 51 і ін.], реалізований одноразово у формі *Da hört ja die Weltgeschichte auf: «... aber der Schulmeister wird doch nicht mit seinem Patron debattieren dürfen über Recht oder Unrecht!* ***Da hört ja die Weltgeschichte auf*** *...»* (Johann Richard zur Megede, «Modeste»; 1906) (2) та в дев'яти прикладах у формі *Da hört sich doch die Weltgeschichte auf!* (у творах німецьких письменників 19 / першої половини 20 століть – R. Herzog, B. Wille, W. Raabe та ін.) і жодного разу не вжитий ані в емоційних постах форумів, ані в газетній чи журнальній статті, є архаїзмом і якщо й може бути занесений до фразеографічного джерела, то обов'язково з відповідним маркуванням. Це ж стосується і культурно значущої фрази *Da kennen Sie Buchholtzen schlecht!* – розм. *Погано ви мене (або його) знаєте!* [121, с. 129] (пор. [16; 51; 250]) та інших ФЕіК (*Ich will Matz heißen, wenn…*; *Der Teufel mag daraus klug werden*). Щодо розподілу цих ФО за функціональними групами, то найбільша частка (16 од.) припадає на **прокляття** (*Dass du die Kränke kriegst! Dass dich alle Hagel!*), інші групи представлені більш рівномірно. Загалом

із 88 вжитих виключно в художніх творах ФЕіК лише два фіксовані з позначкою «заст.»: *Das dank ihm der Teufel!* – **заст.** розм. фам. *Від мене він подяки не діжде!* [121, с. 139] (пор. [16]) і *Da ist mir die Quinte gesprungen* – **заст.** розм. *Тоді я скипів, розлютувався* [122, с. 118] (пор. [16]).

Крім ФЕіК, вжитих виключно на сторінках доступних в Інтернеті книг, до одиниць із низькою вживаністю ми зарахували також ФО, результат пошуку щодо яких виявив до 10 прикладів вживання в німецькомовному просторі Інтернету (379 одиниць). Як і щодо описаних вище фразеологізмів, більшість з фіксованих в одному словнику 167 одиниць – це ФО, представлені в «Словнику розмовної німецької мови» Г. Кюппера та в «Німецько-українському фразеологічному словнику» В. І. Гаврися / О. П. Пророченко (92 і 45 ФО відповідно). Серед цих фразеологізмів можна намітити як одиниці архаїчного характеру (*Und wenn der Teufel auf Stelzen geht – unter allen Umständen* [250, S. 830]; *Krieg den Dalles! – Verwünschung. 1800 ff.* [250, S. 155]; *Das ist der Dank vom Hause Habsburg / des Hauses Habsburg – Das sind Enttäuschungen, wo man Dank und Anerkennung erwartet hatte* [250, S. 316] – про архаїчність останнього свідчить, крім низької частотності вживання, наступна ремарка з коментаря до статті про агресію США, опублікованої у радикально-ліберальному блозі *antibuerokratieteam.de*: *«… **Früher** pflegte man für ähnliche Vorkommnisse den bitteren Satz aus Wallenstein «Das ist der Dank des Hauses Habsburg» zu zitieren …»* (3), так і оказіонально-варіантні утворення за зразком вживаніших ФЕіК (*Ich glaub(e), mein Nilpferd bohnert! – Ausdruck des Erstaunens.* Halbw. [250, S. 573]; *Das lass dir knipsen! / Das kannst du dir knipsen lassen! – Ausdruck der Abweisung. Moderne Variante zu «Lass es dir malen»* [250, S. 435]) чи фразеологізмів інших типів (пор.: *Mach' dich nicht grün! – Rege dich nicht auf!* [250, S. 310] і *j-n blau und grün / blaß ärgern* – розм. фам. *роздратовувати, допікати до живого кого-н., дошкуляти кому-н.* [121, с. 106]; *Dann Friede unserer Asche! – Dann ist alles vergebens* [250, S. 256] і *Friede seiner Asche!* – висок. *Мир праху його! Земля пухом йому!* [121, с. 48]) та оказіональні одиниці, які або не встигли увійти в широкий вжиток, або досить швидко вийшли з моди (*Bei mir Zement, da kannst du lange*

kratzen! – Ausdruck der Ablehnung. Man lässt sich nicht erweichen [250, S. 941]; *Da bleibt einem glatt der Zeiger stehen! – Ausdruck der Verwunderung* [250, S. 940]).

Лексикографічно ширше фіксовані ФЕіК із низькою вживаністю теж із великою долею ймовірності можуть бути зараховані до одиниць, які вийшли або виходять з ужитку. Це підтверджується архаїчними елементами в їхньому складі (*der Henker; der Tausend*) та наявністю, крім невеликої кількості випадків загальної вживаності, прикладів книжного вжитку: *Hol's / hol mich der Henker! –* salopp *(als Fluch) Verdammt noch mal!* [201, S. 344] (пор. також [16; 51; 121]); *Verrückt und fünf ist neune! –* ugs. *Kommentar zu einer unvernünftigen Handlung, einer widersinnigen Situation o. Ä.* [201, S. 816] (пор. [51; 122; 250]); *Ei der Tausend! –* veraltend *Ausruf der Überraschung* [201, S. 760] (пор. [16; 122; 250]); відповідне маркування, як показав аналіз, наявне лише в окремих випадках.

Це ж стосується і усіченої цитати із «Венеціанського купця» В. Шекспіра з претензією на крилатість *Nicht für einen Wald von / voll Affen! –* розм. жарт. ≈ *Ні за що в світі* [122, с. 298 і ін.], щодо якої також виявлені поодинокі випадки книжного вжитку, щоправда, один з них в новішому джерелі – романі «Під розою» сучасного австрійського письменника С. Коела, та два інші – в опублікованому у журналі *Der Spiegel* (1970) інтерв'ю і в німецькомовному онлайн-щоденнику однієї з користувачів (уродженки Лондона). Пошук англійського варіанту цього виразу теж виявив лише декілька прикладів розмовного вжитку. Тому фіксація цієї фрази нормативним Duden 11 як розмовної без жодних (часових) застережень і наведення штучно сконструйованого прикладу *«Hast du nicht Lust, mit deiner Tante ins Brahmskonzert zu gehen? –* ***Nicht für einen Wald von Affen!»*** [201, S. 838], на нашу думку, спотворює певним чином її реальне функціонування в мові. Дещо несподіваними виявились результати корпусного пошуку і щодо низки інших широко фіксованих одиниць, напр.: *Da geht's nicht katholisch zu! Große Geister stört das nicht; Da haben wir den Braten! Ich will mich hängen lassen, wenn...; Das ist ein Ding wie (ei)ne Wanne!*

Частина одиниць, фіксованих в одному чи декількох словниках у формі речення, виявились, вочевидь, не «переважно вживаними» фразеологічними формами. Результат пошуку показав лише окремі випадки вживання тієї чи іншої ФО в представленій у словнику формі на противагу широкому вживанню цього ж фразеологізму у формі словосполучення, пор.: *Mach nicht so einen Eiertanz!* і *einen Eiertanz aufführen*; *Mach doch keinen Mumpitz!* і *keinen Mumpitz machen / erzählen / schreiben* (*«… Ich hoffe, das hilft ein wenig und ich* ***habe keinen Mumpitz geschrieben****…»* (4); *Nun stehe ich (usw.) da mit meinem gewaschenen Hals(e)* і *mit gewaschenem Hals (erscheinen / stehen / sitzen / kommen / da sein*) (*«… das hab ich doch schon am Freitag geahnt und* ***bin*** *deshalb extra pünktlich und* ***mit gewaschenem Hals*** *am Schiersteiner Hafen* ***erschienen*** *…»* (5). Фіксація таких маловживаних форм ФО окремими словниковими статтями невиправдана – достатньо, на нашу думку, навести ту чи іншу форму із функціональною спеціалізацією в ролі однієї з ілюстрацій до прототипової форми фразеологізму в інфінітиві.

Корпусні студії останніх років загалом релятивували розгляд формальної стабільності як однієї з конститутивних ознак фразеологізмів, а пошук в Інтернет-корпусі «видає на-гора» ще більше розмаїття прикладів реального вжитку. Зокрема, ідіома *einen Narren an jmdm. / etw. gefressen haben* – ugs. *jmdn., etw. übertrieben, lächerlich gern haben; sich in jmdn., etw. vernarrt haben* [201, S. 537], на вживанні якої виключно у формі перфекта наголошують багато авторів [211, S. 147; 178, S. 23], неодноразово зустрічається і в інших формах: *«… und auch Kinder* ***werden*** *wohl* ***an*** *dem Spiel* ***einen Narren fressen*** *…»* (6); *«… Eine herrliche Komödie für die ganze Familie,* ***an*** *der man* ***einen Narren fressen muss****!»* (7); *«… Ich sehe eher keine Chancen auf einen Stammplatz, es sei denn, Veh* ***frisst einen Narren an*** *ihm, er spielt eine gute WM oder …»* (8).

ФЕ *(Ach), du kriegst die Tür nicht zu!*, який за результатами нашого пошуку належить до групи ФЕіК з високою частотою вживання (див. нижче), фіксований у всіх п’яти використаних лексикографічних джерелах виключно в наведеній формі – у другій особі однини. Проте запит у *Google*, сформульований у першій особі – *«****Ich kriege / krieg*** *die Tür nicht zu!»*, видав нам більш ніж дві сотні

прикладів, серед них фільм «Ich krieg' die Tür nicht zu!» (1975, Італія; оригінальна назва – «Fantozzi»).

Словник В. Д. Дєвкіна та Duden 11 фіксують ФЕ *Ach du Donnerchen!* – ugs. *Ausruf des Erstaunens* [201, S. 168] / *Черт-те что! (возглас удивления)* [51, с. 162]. Duden 11 наводить також штучно сконструйований приклад *«**Ach du Donnerchen**, ihre Freundin hat das gleiche Kleid an wie sie»*. Проте пошук цієї фрази в Інтернеті не дав жодного результату, окрім дубляжів словникових статей. Натомість, відсутній у словниках варіант *Ach du Donner!* виявляє значну кількість випадків вживання (передусім у форумах, блогах, різноманітних дискусіях) і може бути зарахований до ФЕіК із середньою частотою вживання.

Фразеологічні експресиви і комунікативи з середньою та високою вживаністю. Проведений пошук лексикографічно фіксованих ФЕіК німецької мови в Інтернет-корпусі засвідчив, що більшість одиниць нашої вибірки мають середню чи високу частоту вживання. Як ми вже зазначали, особливості пошукової машини *Google* (обмеження перегляду результатів пошуку 500 сторінками) ускладнюють виокремлення частотних і дуже частотних одиниць. Ми виділили 650 ФЕіК з середньою частотою вживання (від 11 до 250 прикладів у *Google*) та 1054 ФЕіК з високою частотою вживання (від 251 прикладу, переважно до 500 прикладів). Межа в 250 прикладів не є цілком довільною – аналіз отриманих результатів показав певну відмінність між цими частотними групами ФЕіК. Більшість одиниць з високою частотою вживання відзначаються особливими дискурсивними характеристиками, володіють дискурсивною «доданою вартістю». Це виявляється не лише в їхньому активному вживанні у міжособистісній комунікації на форумах чи в блогах, але й в різноманітному використанні в Інтернет-дискурсі загалом, як от в заголовках статей чи повідомлень в онлайн-виданнях та на інших інформаційних сайтах, в назвах груп соціальних мереж тощо (див. Розділ 3).

Частина ФЕіК з середньою частотою вживання є формульними варіантами (тобто формами з вираженою функціональною спеціалізацією) менш стійких ФО чи одиницями із низьким ступенем ідіоматичності. Це підтверджують дані

лексикографічної вибірки: 209 ФО фіксовані лише в одному із розглянутих джерел. Переважно це словники В. І. Гаврися / О. П. Пророченко і В. Д. Дєвкіна, які відзначаються наявністю значної кількості неідіоматичних стійких сполучень слів (напр.: *Das sieht mies aus! / Die Sache steht mies!* – розм. фам. *Кепські справи* [122, с. 53]; *Das kann bis morgen bleiben – Это может подождать (можно отложить до завтра)* [51, с. 126]). До цієї частотної групи потрапили також вульгарні і жаргонні вирази та оказіонально-варіантні стійкі фрази (переважно зі словника Г. Кюппера), напр.: *Geschissen, mein Herzchen! – Du irrst dich!* [250, S. 288]; *Ich glaube, mein / dein Muli priemt – Du bist wohl nicht bei Sinnen?* BSD [250, S. 552]; *Da möchte man vor Wut kerzengerade in die Luft scheißen! – Ausdruck größter Wut* [250, S. 705]; *Wir werden das Schwein schon töten – Diese Sache werden wir gut erledigen* [250, S. 754].

Якщо поодиноку лексикографічну фіксацію вищенаведених прикладів можна розглядати як певною мірою випадкову, то багато інших одиниць із середньою частотою вживання, представлених лише в одному із розглянутих лексикографічних джерел (*So fragt man (die) Leute aus! – Ich lasse mich nicht ausfragen!* [250, S. 495]; *Ich bin dafür, dass wir dagegen sind – Umschreibung einer Ablehnung* [250, S. 154]; *Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp?* – scherzh. *Wer traut sich, wer ist so mutig?* [201, S. 835]; *So streng sind dort die Bräuche – Redewendung angesichts eines ungewöhnlichen Herkommens, das in dieser Lage sinnlos wirkt* [250, S. 127]; *Wie habe ich das wieder gemacht?! – selbstironischer Ausdruck der Genugtuung über eine Leistung* [250, S. 512]), можуть бути враховані у майбутніх проектах з укладення фразеологічних словників німецької мови чи словників розмовної мови (напр., словника фразеологічних експресивів і комунікативів на зразок згаданого вище «Російсько-англійського словника вигуків і релятивів» Д. І. Квеселевича і В. П. Сасіної).

У групі ФЕіК із середньою частотою вживання у порівнянні з одиницями із низькою та з нульовою вживаністю більшою є частка широко фіксованих ФО (441 ФО із 650 представлені у двох і більше словниках), напр.: *Da / dort möchte ich nicht begraben sein* – ugs. *Da / dort möchte ich unter keinen Umständen leben*

[201, S. 100 та ін.]; *Da musst du früher / eher aufstehen* – ugs. *Da musst du dir schon etwas Besseres einfallen lassen, um etw. auszurichten* [201, S. 69 та ін.]; *Da schlag einer lang hin! (oft mit dem scherzhaften Zusatz: und steh kurz wieder auf) – Ausruf der Verblüffung* [201, S. 360 та ін.], тобто простежується тенденція відповідності лексикографічної фіксації і встановленої інтерсуб'єктивно реальної частоти вживання ФО цього типу.

Схожа картина спостерігається і щодо ФЕіК з високою частотою вживання (всього 1054 одиниці). Більшість з них широко фіксовані в лексикографічних джерелах (330 ФО – у всіх п'яти словниках, використаних для суцільної вибірки, 180 – в чотирьох, 185 – в трьох, 183 – в двох і 176 ФО – в одному зі словників). Широко фіксованими є одиниці, які, так би мовити, «на слуху» в носіїв мови та у тих, хто володіє мовою на високому рівні, напр.: *So siehst du aus!* – ugs. *Das stellst du dir so vor! Da irrst du dich aber!* [201, S. 83 та ін.]; *(Ach) du liebes bisschen!* – ugs. *Ausruf der Überraschung, des Erschreckens* [201, S. 122 та ін.]; *Jetzt schlägt's (aber) dreizehn!* – ugs. *Das geht zu weit, jetzt ist aber Schluss damit* [201, S. 172 та ін.]; *Du kannst / der kann (usw.) mich gern haben* – ugs. iron. *Mit dir / dem (usw.) will ich nichts (mehr) zu tun haben* [201, S. 273 та ін.]. Серед лексикографічно вужче представлених ФЕіК з високою частотою вживання, як і щодо одиниць з середнім показником частотності, можна виділити фрази з низьким рівнем ідіоматичності, потрапляння яких до словника (не для носіїв мови – переважно словники В. І. Гаврися / О. П. Пророченко і Л. Е. Біновича / М. М. Грішина) обумовлене лише їхньою певною функціональною спеціалізацією і повторюваним вживанням, напр.: *Das ist etwas anderes – Це інша річ* [121, с. 30]; *Da hast du dich aber sehr verrechnet! – Тут ты крепко просчитался; Не тут-то было; Этот номер у тебя не пройдет!* [16, с. 594]. Щодо великої кількості інших частотних ФЕіК (*Da / hier scheiden sich die Geister – In diesem Punkt gehen die Meinungen auseinander* [201, S. 266]; *Gewusst wie! – Redewendung angesichts einer geglückten Leistung* [250, S. 295] (пор. [51, с. 748]); *Hoppla, jetzt komm(e) ich! – Kennruf des Draufgängers* [250, S. 359]; *Da steckt man nicht drin* – ugs. *Das kann man nicht vorhersehen, wissen* [201, S. 173]; *Da könnte ja jeder kommen! – Ausdruck der*

Abweisung [250, S. 380]; *Nicht schlecht, Herr Specht!* – ugs. scherzh. *Ausdruck der Anerkennung* [201, S. 666]; *Was sehen meine entzündeten Augen? – Was sehe ich?* [250, S. 59]) виявлене нами вузьке представлення в лексикографічних джерелах може бути виправдане хіба що їхнім розмовним характером, проте різноманітне вживання цих фраз у дискурсі дозволяє рекомендувати їх для майбутніх лексикографічних проектів.

2.4.1.2. Верифікація результатів пошуку на основі методу опитування

Одним з методів отримання лінгвістичних даних для наукових досліджень є опитування (анкетування) респондентів-носіїв мови. Опитування застосовується, зокрема, в лексикографічних проектах, хоча вчені й висловлюють певні застереження, визначають його як досить трудомісткий метод [245, S. 168]. Нашим завданням було поєднання корпусного аналізу (використання Інтернету як лінгвістичного корпусу) та письмового анкетування носіїв мови для вироблення оптимальної методики встановлення належності ФЕіК до ментального лексикону мовців загалом та частоти їхнього вживання зокрема. Після проведення лексикографічної вибірки та аналізу вживаності ФЕіК німецької мови за допомогою пошукової машини *Google* нами була розроблена відповідна анкета (див. Додаток Б). Для більшої наочності ми розмістили досліджувані одиниці та питання у вигляді таблиці. Всього до анкети були включені 80 ФЕіК з різною частотою вживання. Як відомо, що більше позицій та питань містить анкета, то менший ентузіазм респондентів, що потенційно може вплинути на валідність отриманих у такий спосіб результатів. Тому включивши до опитування відносно велику кількість ФО, ми обмежились лише двома питаннями: *«Чи Ви колись чули цей вираз?»* та *«Чи Ви самі вживаєте цей вираз?»*, на які було передбачено по два варіанти відповіді: «+» («так») і «–» («ні»). До окремих одиниць був поданий в дужках прагматичний коментар, напр.: *«Dein Vater ist wohl Schuster? (Frage an einen Stotternden)»; «Das kommt nicht ins Finale (als Ablehnung)»*. Задля отримання якомога надійніших результатів ФЕіК із

різних частотних груп розподілені в таблиці у довільному порядку. Крім того, кожен респондент отримав інструкцію щодо заповнення анкети із проханням не користуватись довідковими джерелами включно з Інтернетом, та ремаркою, що метою цього експерименту є встановлення вживання вказаних стійких фраз німецької мови, а не перевірка освітнього рівня опитуваних. У такий спосіб був зведений до мінімуму властивий таким опитуванням ефект «всезнайки». Водночас ми звернули увагу респондентів на те, що ці одиниці вживаються переважно в розмовному експресивно забарвленому мовленні, та попросили давати на друге запитання ствердну відповідь навіть у випадку, якщо мовець вживає цю одиницю дуже рідко.

В опитуванні взяли участь 50 осіб, для яких німецька мова є рідною. Це 46 громадян Німеччини (переважно мешканці / родом з Баварії, а також з федеральних земель Баден-Вюртемберг, Гессен, Берлін та ін., всього – 13 федеральних земель), 2 австрійці, 1 швейцарець та 1 житель Люксембургу. Серед опитаних 30 осіб – чоловіки, а 20 – представниці жіночої статі у віці від 20 до 64 років (середній вік – 36 років).

Отримані результати за частотними групами виявились співставними із даними пошуку в Інтернет-корпусі попри певні розбіжності за окремими одиницями. ФЕіК групи з нульовою вживаністю в Інтернеті виявили середній показник 14,9 % відомості та 3,1 % вживання опитаними респондентами; одиниці з низькою вживаністю – 29 % відомості і 8,5 % вживання; із середньою вживаністю – 52,4% і 28 % та одиниці з високою частотою вживання в Інтернет-корпусі – 78 % і 52,2 % відповідно. У всіх групах показник відомості і вживаності ФЕіК, фіксованих в одному лексикографічному джерелі, був нижчий у порівнянні з одиницями, представленими в двох і більше джерелах.

Серед ФЕіК із нульовою вживаністю в Інтернеті лише щодо двох одиниць результати виявились вищими від очікуваних: *Du bist wohl singen gewesen* (34 % і 12 %) і *Das kommt nicht ins Finale* (34 % і 16 %). Якщо щодо першої одиниці це можна пояснити її вживанням в комунікативних ситуаціях з обов’язковим візуальним контактом співрозмовників (ця ФО використовується, коли в одного з

комунікантів наявна велика кількість дрібних монет), то відповіді респондентів щодо *Das kommt nicht ins Finale (Ablehnung),* можливо, пов'язані з використанням ними цієї фрази у прямому значенні. Інші ФО цієї групи, як і передбачалось за результатами Інтернет-пошуку, є архаїзмами, тобто відомі невеликому числу носіїв мови та практично вийшли з ужитку: *Da kannst du Meisen ausnehmen* (2 % відомості і 0 % вживання); *Wo hast du deinen Spiritus gelassen?* (4 % і 0 %); *Das grenzt an Pommern!* (20 % і 0 %). Невживаним виявився також і фіксований в словнику Duden 11 фразеологізм *Aber sicher, sagte Blücher* (12 % і 2 %), який часто використовується в наукових працях в ролі ілюстративного матеріалу. Схожа картина спостерігається і стосовно ФЕіК групи з низькою частотою вживання в Інтернет-дискурсі. Окремі одиниці виявляють значно вищий показник відомості респондентам в порівнянні з показником вживаності: *Da soll doch der Teufel dreinschlagen!* (42 % і 4 %); *Da geht's nicht katholisch zu!* (44 % і 6 %), що, вочевидь, свідчить про їхню недавню архаїзацію. Застарілими є фрази з національно-культурною конотацією *Da kennen Sie Buchholtzen schlecht!* і *Dazu hat Buchholtz kein Geld* (обидві 6 % і 4 %) та інші ФЕіК, напр.: *Das ist nicht meine Beerdigung* (14 % і 4 %); *Da werden sich die Flundern wundern!* (8 % і 2 %); *Verrückt und fünf ist neune!* (12 % і 2 %); *Verschwinde wie die Wurst im Spinde!* (4 % і 0 %). З огляду на це не видається виправданою їхня широка лексикографічна фіксація, в той час як багато ФЕіК із середньою та високою вживаністю представлені лише в окремих джерелах. Зокрема, результати опитування підтвердили відносно високу популярність таких ФЕіК із середньою частотою вживання в корпусі Інтернету, фіксованих серед опрацьованих нами лексикографічних джерел тільки в «Словнику розмовної німецької мови» Г. Кюппера: *So streng sind dort die Bräuche* (52 % і 22 %); *Ich bin dafür, dass wir dagegen sind* (74 % і 36 %); *So fragt man die Leute aus* (74 % і 48 %); *Wie habe ich das wieder gemacht?* (90 % і 60 %). Лише щодо фрази *Ich glaube, mein Muli priemt,* яка, втім, знаходилась на межі груп з низькою та середньою частотою вживання, показник виявися низьким (8 % і 4 %), що можна пояснити жаргонним характером цього фразеологізму – в словнику подане маркування *BSD*

(*Bundessoldatendeutsch*). Ще переконливішими є результати опитування щодо більшості ФЕіК з високою частотою вживання в Інтернеті, які також представлені лише в одному зі словників, напр.: *Da könnte ja jeder kommen!* (96 % і 88 %); *Nicht schlecht, Herr Specht!* (96 % і 82 %); *Da / hier scheiden sich die Geister* (94 % і 74 %), а також *Gewusst wie!* (96 % і 82 %), фіксованого двома словниками, та ін. Дві одиниці виявили показник нижче середнього – *Man merkt die Absicht und ist verstimmt* (8 % і 2 %) та *Nie sollst du mich befragen* (22 % і 6 %). Причиною похибки Інтернет-пошуку у визначенні цих одиниць як широковживаних міг стати їхній цитатний характер. Результатом опитування є також висока відомість та вживаність широко фіксованих ФЕіК цієї групи: *Das ist doch die Höhe!* (100 % і 72 %); *Jetzt schlägt's aber dreizehn*! (100 % і 48 %); *So siehst du aus!* (96 % і 66 %); *Das kommt davon!* (98 % і 94 %); *Das ist (nicht) mein Bier* (98 % і 68 %).

Отже, опитування загалом підтвердило проведений за допомогою Інтернет-корпусу аналіз частоти вживання досліджуваних фразеологічних одиниць. Виявлена в лексикографічних джерелах велика кількість фразеологізмів, що вийшли чи виходять з ужитку, та низька фіксація багатьох широковідомих та часто вживаних ФЕіК дозволяє рекомендувати використання отриманих результатів в майбутніх проектах з укладення фразеологічних словників чи словників розмовної німецької мови.

Висновки до Розділу 2

Аналіз лексикографічних матеріалів виявив розбіжності у фіксації досліджуваних одиниць щодо їхнього кількісного представлення, відсутності уніфікованої експлікації значення (прагматичний коментар, семантична перифраза / перекладний еквівалент чи їхнє поєднання) та єдиного формулювання початкової форми.

Важливість подання вихідної форми ФО з врахуванням ілокуції та відповідного прагматичного коментаря (передусім для двомовних словників) зумовила необхідність розробки функціонально-семантичної тезаурусної

класифікаційної схеми ФЕіК німецької мови – зображення польового функціонування цих одиниць із описом основних груп та зон перетину.

Фразеологічні комунікативи – конвенціалізовані фрази, що виражають різноманітні мовленнєві інтенції, розміщуються на шкалі одиниць непродуктивної (деструктивної) – продуктивної (конструктивної) міжособистісної комунікації. До одиниць непродуктивного комунікативного стилю зараховуються функціональні групи ФК **неприйняття**, (**критичного** / **образливого**) **зауваження**, **погрози** та одиниці сценарію **«сварка / суперечка»**, а ФК сценарію **«вирішення конфлікту»** і функціональні групи **похвали / визнання**, **згоди / схвалення / домовленості**; **підтвердження (сказаного) / запевнення** / **клятви**; **підбадьорення / заспокоєння / утихомирення; перестороги**; **спонукання до дії**, **вихваляння** / **задоволення собою**, фрази щодо **конкретизації проблеми / ситуації** належать до вербальних засобів продуктивної комунікації. ФЕіК як одиниці єдиного функціонального поля є поліфункціональними, на значення багатьох ФК як непродуктивного, так і продуктивного комунікативного стилів накладається передача емоцій та висловлення оцінки дій співрозмовника чи іншої особи.

Основною сферою вживання *фразеологічних експресивів* – конвенціалізованих фраз, які передають емоції, почуття, психологічний та фізичний стан мовця (функціональних груп **незадоволення,** серед яких одиниці різної інтенсивності – прокляття / грубі вирази, ФЕ обурення / роздратування / гніву / розпачу чи розчарування мовця; **здивування / (приємної чи неприємної) несподіванки**; **задоволення** та нечисленних ФЕ, що виражають **переляк**, **сором**, **огиду** тощо), також є міжособистісна комунікація. Проте їхнє розміщення назагал на шкалі вербальних засобів продуктивного і непродуктивного комунікативних стилів недоцільне, оскільки найчастіше однією з причин конфліктів в міжособистісних відносинах виступає не власне вираження емоцій, а недостатня чи, навпаки, надмірна емоційна експресивність, її неадекватність ситуації мовлення. Велика кількість одиниць володіє дифузним характером значення, аж до енантіосемічного, обумовленим визнаною психологами комплексністю емоцій, в зв’язку з чим складно дати однозначне визначення окремим ФЕ на докомунікативному рівні.

Частину одиниць функціонально-семантичного поля ФЕіК німецької мови визначено як *амбівалентно-перехідну ідіоматику експресивно-комунікативного спрямування* (одиниці **відмови / заперечення, епістемної оцінки,** численні (емоційно забарвлені) **оцінно-ситуативні фрази**). Групу **різне** утворюють ФО, в т. ч. крилаті фрази, які не увійшли до жодної із виділених функціонально-семантичних груп. Конвенціалізовані авторські стійкі фрази характеризуються більш комплексним значенням, аніж колективні «мовні заготовки», частина яких відзначається типовим характером, що підтверджується закладеними в їхній основі метафорами та структурно-семантичними інваріантами.

Аналіз отриманих на основі суцільної лексикографічної вибірки 2303 одиниць виявив неоднорідність питомої ваги символьних компонентів цих ФО. Символьна складова ФЕіК німецької мови найширше представлена елементами міфологічно-релігійного характеру (110 ФЕіК – ≤ 4,8 %) та наявністю у їхній структурі зоонімів (30 од. із символьною вагою – як і щодо перших, не в кожному випадку властивою виключно німецькій лінгвокультурі – ≥ 1,3 % вибірки). Нехарактерними для ФЕіК німецької мови виявилися числовий (15 од. – ≤ 0,7 %) та колоративний (7 од. – ≥ 0,3 %) символьні компоненти. Проте їхні семантичні асоціації мають виразний національно-культурний характер. Ми виявили як базові для німецької культури концепти кольорорефлексії, так і інші національні етимологічні асоціації. Як національно марковані ми визначили також 117 ФЕіК (≤ 5,1 %) з літературним у широкому розумінні авторським підґрунтям та 116 одиниць (≥ 5 %), які виникли на історичній національній основі. У їхній семантиці відображені історичні події, звичаї та традиції, особливості побуту та різних сфер народного господарства.

Загалом частка національно-культурно маркованих ФЕіК в ході аналізу склала понад 17 %. З огляду на застосований нами широкий підхід до визначення ідіоматичності і відповідну вибірку досліджуваних одиниць можна зробити висновок про яскраво виражене акумулювання фонових знань носіїв мови в німецькому мовно-культурному ареалі не лише традиційними ідіомами, але і фразеологічними експресивами і комунікативами.

Ми розглядали Інтернет як особливий лінгвістичний макрокорпус, який робить можливим вивчення мови у великих масштабах завдяки доступу до численних електронних різножанрових текстів.

Розроблено методику визначення вживаності ФЕіК з використанням пошукової машини *Google*. До переваг пошуку належить його швидкість, можливість задати пошук однією мовою; попередній перегляд з поданням невеликого контексту фрази; включення до результатів даних із численних форумів, які значною мірою відображають функціонування концептуально усного мовлення; відповідність критерію актуальності. Для дослідження частоти вживання ФЕіК важливою була можливість задати пошук точного тексту фрази.

В результаті виокремлено такі частотні групи ФЕіК: одиниці з **високою частотою вживання** (всього 1054 ФО, із показниками вживаності від 251 пошукової сторінки і вище); одиниці з **середньою вживаністю** (650 ФО, показники вживаності від 11 до 250 сторінок); одиниці із **низькою вживаністю** (467 ФО, до 10 сторінок; серед них 88 ФО вжиті виключно у текстах опублікованих в Інтернеті книг) та 132 одиниці із **нульовою вживаністю** в Інтернет-дискурсі. Одиниці з нульовою та низькою вживаністю визначено як архаїзми, оказіонально-варіантні утворення за зразком вживаніших ФЕіК чи фразеологізмів інших типів та власне оказіоналізми.

Результати Інтернет-пошуку були верифіковані за допомогою письмового опитування носіїв мови на основі розробленої анкети. Отримані результати за частотними групами виявились співставними із даними пошуку в Інтернет-корпусі. Виявлені в лексикографічних джерелах ФЕіК, що вийшли чи виходять з ужитку, та низька фіксація багатьох широковідомих та часто вживаних одиниць дозволяє рекомендувати використання отриманих результатів в майбутніх проектах з укладення фразеологічних словників чи словників розмовної німецької мови. Інтернет як корпус виявився консистентним та відображає вживання ФО цього типу максимально наближено до мовної реальності.

Результати дослідження висвітлені автором у статтях [39; 40; 46; 47].

РОЗДІЛ 3
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ І КОМУНІКАТИВИ У КОНТЕКСТІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

3.1. Основні характеристики Інтернет-дискурсу

В останні десятиліття 20 та на початку 21 століть в житті людства відбулись глобальні зміни, що визначаються більшістю науковців як інформаційна революція. Новітні досягнення комп'ютерних і телекомунікаційних технологій спричинюють «експоненціальне зростання» загального обсягу породжуваної інформації, дозволяють обробляти, накопичувати і передавати цей колосальний об'єм даних [64].

Класик досліджень засобів масової інформації і комунікації Г. М. МакЛюен вважав, що суспільство складається з суми комунікацій, які відбуваються в ньому. Духовний і матеріальний образ людства на різних етапах його розвитку визначається не знаряддями праці, економікою, культурою чи політикою, а комунікаційними каналами, якими користуються члени суспільства. Ще до широкого розповсюдження комп'ютерної комунікації вчений передбачив виникнення нового типу глобального інформаційного середовища, яке перетворить світ в «глобальне село» (*global village*) [107; 258]. Ця метафора Г. М. Маклюена влучно передає суть найпопулярнішого і, на думку Л. Ю. Іванова, «найбільш спірного дітища» [64] інформаційної революції – комп'ютерної мережі Інтернет. Комерціалізація Інтернету в 90-х роках призвела до його вибухоподібного поширення; з американської військової інформаційної мережі та мережі обміну науковою інформацією Інтернет перетворився на гігантський інформаційно-комунікаційний простір також і персонального користування.

Число користувачів Інтернету по всьому світу стрімко зростає, державні служби та відомі статистичні портали подають вражаючі цифри. Згідно із

даними, опублікованими на сайті *www.de.statista.com*, у 2013 р. у світі налічувалось майже 2,6 мільярди Інтернет-користувачів [166]. Федеральна служба статистики відзначає тенденцію зростання числа користувачів Інтернету в Німеччині – 80 % населення у віці від 10 років в першому кварталі 2014 р. на противагу 75 % в 2010 р. [299].

Інтернет як плацдарм для творення нового суспільства та нового типу комунікації сьогодні досліджують вчені багатьох наукових галузей. Адже, як зазначає Л. Ф. Компанцева, поступово зростає покоління, представники якого сформувались як особистості великою мірою в Глобальній мережі [80]. Прибічники і критики новітніх комунікацій сходяться в тому, що Інтернет революціонував усі традиційні сфери людського життя. У працях із соціології та соціальної психології Інтернет розглядається не просто як *Supermedium* чи гігантський текстовий архів, а як «простір соціальної взаємодії» [200]. Соціальні і технологічні трансформації чинять вплив й на національні мови. Взявши свій початок на батьківщині Інтернету – в США, Інтернет-лінгвістика швидко стала популярною і в Європі. Про це свідчить велика кількість публікацій – як фундаментальних робіт, присвячених новітнім формам комунікації («The Language Revolution»; «Language and the Internet»; «Internet Linguistics» Д. Крістала [188; 189; 190]; «Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet» Т. Зівера, П. Шлобінські та ін. [295]), так і праць, в яких висвітлюється той чи інший окремий аспект – жанрові формати Інтернет-комунікації, питання концептуально усного мовлення певних жанрів [184; 204; 224; 233; 243; 261; 262]. З поширенням Глобальної мережі на пострадянському просторі особливості Інтернет-комунікації почали активно досліджувати вітчизняні та російські лінгвісти. Як і у західній науковій парадигмі, вчені описують жанрові характеристики нових форм спілкування та порівнюють їх з традиційними. С. В. Заборовська [62] і У Баоянь [12] вивчають особливості віртуальної комунікації на матеріалах Інтернет-щоденників, О. М. Галічкіна досліджує жанр комп’ютерних конференцій [33], С. А. Матвєєва – персональні сайти учених [110]. Також досліджуються соціолінгвістичні питання, зокрема конструювання

ідентичності в Інтернеті та етикет Інтернет-спілкування (нетикет) [61; 128; 141], гендерні характеристики мови користувачів [48; 79]. Лінгвокультурологічний аспект Інтернет-комунікації розглянуто в докторській дисертації Л. Ф. Компанцевої [80] та в монографії О. В. Лутовінової [104]. Ряд дослідників вивчають взаємодію усної і писемної форм мовлення в Інтернеті [2; 105; 159]. Г. М. Трофімова аналізує вплив Інтернет-технологій на російську мову. Дослідниця зауважує, що у мові формується новий стиль – стиль Інтернет-спілкування, який зумовлює зміни у мовленнєвій поведінці всієї лінгвоспільноти [147]. Комплексну лінгвістичну характеристику Інтернет-комунікації подає Л. Ю. Щипіцина [160].

Дослідження Інтернет-дискурсу передбачає визначення місця поняття *дискурс* в сучасній науковій парадигмі. Свій початок термін *дискурс* (лат. *discursus*, від *discere* – блукати) бере у філософії, де він позначав здійснюване розумом з опорою на чуттєвий досвід пізнання, що вимагає втілення у словесній формі [115, с. 316]. Сьогодні дискурс – це складне багатопланове міждисциплінарне поняття, він вивчається філософією, психологією, соціологією, теорією комунікації (див. [56]) і, відповідно, сформувалось багато підходів до розуміння дискурсу. У лінгвістиці поняття *дискурс* з'явилось з виходом у 1952 р. праці «Дискурс-аналіз» З. Харріса [229]. Деякий час поняття дискурс ототожнювалось з текстом. Л. Ф. Компанцева відзначає спробу лінгвістів на початку 70-х років розділити поняття дискурсу і тексту за допомогою категорії ситуації (дискурс розглядався як «текст плюс ситуація») [80]. Вчені виділяють обов'язкову наявність соціального контексту: «Дискурс – це складне комунікативне явище, що містить у собі і соціальний контекст, який дає уявлення як про учасників комунікації (і їхні характеристики), так і про процеси продукування й сприйняття повідомлення» [52, с. 113].

Сьогодні феномен дискурсу в лінгвістиці досліджується переважно з позицій когнітивізму. О. С. Кубрякова зазначає, що в дискурсах зафіксовані відомості про різні типи знань і комунікативні ситуації [91]. Дискурс розглядається як «складна єдність мовної практики й екстралінгвальних факторів, необхідних для розуміння тексту як продукту цієї практики» [57, с. 21-22].

Найбільш широким є підхід до розуміння дискурсу з позицій герменевтики. В. Тойберт визначає дискурс як сукупність усіх висловлень певного суспільства. Проте оскільки все, що коли-небудь було сказане і зафіксоване, не можна проаналізувати у всій його сукупності, з'являється необхідність виокремлення менших дискурсів, які виступають, таким чином, мовознавчими конструкціями – дослідники встановлюють певні параметри щодо дискурсу, який вони вивчають, дають йому визначення, обґрунтування і «виправдовують» його перед вченою спільнотою [289]. Параметрами виокремлення дискурсів може бути певна мова, часовий відрізок, наявність у друкованій чи в електронній формі, певний жанр тощо. Л. М. Синельникова відзначає: «Герменевтичний простір, що формується в сучасній філології навколо поняття «дискурс», виглядає всеосяжно об'ємним: художній, науковий, політичний, діалогічний, критичний, рекламний, фантастичний, новелістичний, алегоричний, оповідний, автобіографічний, віртуальний, казковий, комічний, біблійний, християнський, сакральний та ін.» [138, с. 14].

Яким же чином може бути виокремлений і охарактеризований на сучасному етапі Інтернет-дискурс? Наявність у Мережі масиву різнорідної інформації та можливість здійснення у різних форматах процесу комунікації (масової, групової, міжособистісної) дозволяють говорити про багатоплановість Інтернет-дискурсу, поєднання в ньому рис інших дискурсів: побутового, публіцистичного, ділового, рекламного, політичного, навчального тощо [101, с. 30], його дифузний характер [62].

Назва **Інтернет** втілює дві його суттєві риси – глобальність і мережеву структуру. Метафора «павутини», на нашу думку, передає не лише принцип зв'язку між серверами і комп'ютерними центрами, але і особливий, визначальний для Інтернету спосіб організації тексту – **гіпертекст**. Гіпертекст не є винаходом, застосування якого обмежується виключно середовищем Інтернету. Будь-яка енциклопедія чи словник, між окремими статтями яких існують (перехресні) посилання, є найпростішими прикладами гіпертексту. Гіпертекст – це своєрідний банк даних, який містить активні (перехресні) зв'язки між елементами, що

дозволяють реципієнту «перестрибувати» до інших компонентів цієї бази. Адресат визначає послідовність інформаційного потоку, слідує за посиланнями не лінія за лінією чи сторінка за сторінкою, а в довільному порядку. Гіпертекст Інтернету утворюється з вузлів (комп'ютерних файлів) і гіперпосилань [81]. О. О. Селіванова визначає гіпертекст як «систему подання текстової й мультимедійної інформації у вигляді мережі пов'язаних між собою текстових та інших файлів, що використовує нелінійний, асоціативно-фрагментарний і мережевий принципи репрезентації інформації» [135, с. 86]. Окремо слід наголосити на інтертекстуальності та мультимедійності гіпертексту та загалом комунікації в Інтернеті. Поняття **інтертекстуальності** належить авторству Ю. Крістевої, яка розуміє під ним властивість тексту бути сукупністю інших, створених раніше текстів, тобто текстуальну інтеракцію, що відбувається всередині окремого тексту, «цитатну мозаїку», яка є «продуктом вбирання і трансформації якогось іншого тексту» [90, с. 97-99]. С. В. Заборовська, слідом за С. Корнєвим, розглядає гіпертекст як різновид інтертекстуальності: «за допомогою гіперпосилань до тексту можна ненав'язливо «пришити» весь його культурний контекст» [62, с. 90]. Особливо привабливим для користувачів робить Інтернет **мультимедійність**. Писемні тексти включаються в мультимедійні контексти, тобто веб-документи містять поряд з текстом фото, відео- і аудіофрагменти. К. Дюршайд розглядає багатоканальну передачу інформації, під час якої поєднуються різні знакові системи (мова, звук і зображення), як конститутивний принцип Інтернет-комунікації [203, S. 72].

Ми використовуємо у роботі термін *Інтернет-комунікація*, що є одним з можливих для позначення здійснюваного в Глобальній мережі комунікативного процесу. Поширений в західній науковій школі термін *комунікація, опосередкована комп'ютером* (*computer mediated communication*), а також поняття *електронна комунікація*, *комп'ютерна комунікація* – дещо ширші, адже передбачають спілкування й у локальних мережах. Інший популярний термін – *віртуальна комунікація* – є, на нашу думку, навпаки, вужчим поняттям і відображає лише одну з характеристик такого способу спілкування – відчуття

нереальності співрозмовника і сприйняття себе як дещо іншої, сконструйованої в Мережі нової мовної особистості: «при рефлексії мовця може виникати і ефект власної віртуальності – певної невідповідності своєї мовленнєвої поведінки в реальному і віртуальному спілкуванні» [20, с. 14].

Погляди вчених, як правило, збігаються у визначенні конститутивних характеристик Інтернет-комунікації (пор. [28; 33; 114]). Це такі парадигмальні ознаки: електронний сигнал як канал спілкування та опосередкованість (спілкування здійснюється за допомогою технічного засобу); дистантність (віддаленість учасників Інтернет-спілкування в просторі й часі); інтерактивність; описані вище віртуальність, гіпертекст, інтертекстуальність та мультимедійність; глобальність; анонімність, креативність, мозаїчність; добровільність і бажаність контактів та переважно статусна рівноправність учасників; прагнення до нетипової, ненормативної поведінки, утрудненість емоційного компонента спілкування і водночас стійке прагнення до емоційного наповнення тексту; специфічна комп’ютерна етика (нетикет).

3.1.1. Жанрова панорама Інтернет-дискурсу

Структура Інтернет-дискурсу надзвичайно багатогранна і складна. Дослідники подають численні жанрові типології, які мають як багато спільного, так і певні розбіжності. Інтернет стрімко розвивається і є сьогодні не лише гігантським інформаційним простором та комунікативною платформою, але й місцем соціально-економічної діяльності – в Мережі здійснюється все більше банківських операцій, функціонують Інтернет-магазини та аукціони. Інформаційна палітра Інтернету охоплює онлайн-бібліотеки та онлайн-каталоги найбільших світових бібліотек, навчальні матеріали та нормативні документи; тут можна знайти як електронні версії відомих газет і журналів, збагачені мультимедійними можливостями та зворотним зв’язком з читачами, так і власне онлайн-пресу та інформаційно-розважальні портали. Крім інформаційних текстів, в Мережі часто публікуються апелятивні тексти (реклама) і тексти, які поєднують

інформаційну та апелятивну функції (презентації фірм чи певної продукції). На численних форумах та у блогах обговорюються як суспільно важливі питання, так і теми особистого характеру. Зазнавши певних змін, тут знайшло своє місце і традиційне листування.

У класичному розумінні теорії мовленнєвих жанрів, основи якої були закладені М. М. Бахтіним, мовленнєвий жанр – це відносно стійкий тематичний, композиційний і стилістичний тип висловлення (усний або писемний) учасників певної галузі людської діяльності [цит. за 110, с. 47]. Ф. С. Бацевич визначає мовленнєві жанри як «прийняті в конкретних ситуаціях і призначені для передавання певного змісту типові способи побудови мовлення». Це «розгорнута мовленнєва побудова, яка складається з кількох (іноді значної кількості) мовленнєвих актів, ілокутивна сила котрих підпорядкована певній стратегії й тактиці адресанта» [15, с. 324]. Схожий підхід бачимо і в західній науковій школі. За визначенням Т. Лукмана, мовленнєві жанри (*kommunikative Gattungen*) – це історично й культурно специфічні, суспільно закріплені і формалізовані рішення комунікативних проблем (замовлення в ресторані, співбесіди при прийомі на роботу, політичні промови) [254].

Інтернет як інформаційно-комунікаційний простір, що ґрунтується на новій технологічній основі та стрімко розвивається, породжує також і нові жанрові форми функціонування комунікації. Слід звернути увагу на деякий різнобій у термінології, якою користуються дослідники цієї сфери. Зокрема, Д. Крістал називає 5 **ситуацій використання Інтернету**: електронну пошту, синхронні і асинхронні чати, віртуальні світи та власне *World Wide Web* [189]. У дисертаційному дослідженні І. М. Дєрік мова йде про використання різних **комунікативних сервісів Інтернету** [56]. Л. Ф. Компанцева наводить класифікацію **жанрових форматів** мережевої комунікації [80]. К. Дюршайд, полемізує із вченими, які визначають чат-комунікацію як новий мовленнєвий жанр, і проводить розмежування між **формами комунікації** і мовленнєвими жанрами (*Kommunikationsformen vs kommunikative Gattungen*) [204]. Комунікативні форми являють собою задані рамки спілкування та володіють

певними характеристиками (тип знаків, напрям комунікації, кількість учасників і т. д.), тобто це окремі комунікативні конфігурації, що встановлюються, як правило, за допомогою технічного засобу, а мовленнєві жанри – це сконструйовані та закріплені в мовній спільноті зразки мовленнєвих дій, які слугують орієнтиром для учасників комунікативного процесу. Приміром, немодерований чат «на вільну тему» протікає по-іншому, ніж експертний чат. Дослідниця виступає також проти розгляду електронної пошти як окремого жанру, адже й тут йдеться про великий спектр різножанрових текстів (ділові, рекламні листи, листи-запрошення тощо). На нашу думку, провести чітку ієрархію форм і жанрів Інтернет-комунікації складно ще й тому, що одні «форматні конфігурації» впливають на звуження процесу комунікації (вибір певних лексичних засобів, стилю, тематики, шаблонності загалом) більшою чи меншою мірою, ніж інші. Слід погодитися із М. Л. Макаровим, що в сучасну епоху зростання залежності комунікації від технічних засобів розвиток жанрів визначається переважно технологічними критеріями, які встановлюють формат спілкування [106, с. 346]. Конфігурації визначають мовний образ текстів і комунікативну поведінку мовців. Ці параметри стосуються швидкості обміну інформацією, лінійності / гіпертекстуальності розташування послідовності висловлень, кількості учасників комунікації, необхідності одночасного знаходження в Мережі, модерації спілкування та ін. [160].

Огляд робіт, в яких представлені жанрові типології Інтернет-дискурсу, показав, що стрімкий розвиток Інтернет-технологій досить швидко переводить ту чи іншу класифікацію в розряд неактуальних. В наступних дослідженнях поданий список жанрових форматів доповнюється і видозмінюється. О. В. Лутовінова з цього приводу справедливо зауважує, що «жанри віртуального дискурсу динамічніші у порівнянні з жанрами дискурсу реального», а «межі між жанрами часто м’якші і рухоміші, ніж в реальному світі» [104, с. 285]. Найповніше проблема жанрової типології Інтернет-комунікації розглянута в докторській дисертації Л. Ю. Щипіциної «Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка)».

Науковець подає феноменологічну характеристику комп'ютерно-опосередкованої комунікації (тут і далі – КОК), при цьому канал і засіб комунікації розглядаються як лінгвістично релевантні фактори. В роботі подані медійна і функціональна класифікації жанрів КОК. В медійній класифікації представлені 20 жанрів: електронний лист, список розсилки, група новин, чат, світ мультикористувача, веб-сторінка (особиста, політична і т. п.), форум, веблог, пошукова система, онлайн-енциклопедія, веб-каталог, веб-сторінка оголошень, Інтернет-магазин, електронна бібліотека, соціальна мережа, мікроблог, веб-портал, веб-банер, гостьова книга, *FAQ* (питання, які часто ставляться). При цьому веб-портал розглядається як гіпержанр, який об'єднує в собі різнофункціональні жанри КОК, а веб-банери, гостьові книги і *FAQ* – як субжанри (можуть функціонувати виключно як складові елементи інших жанрів). Перелічені в медійній класифікації жанри можуть комбінуватися один з одним. Міжжанрові зв'язки в Інтернет-комунікації активізуються внаслідок гіпертекстового принципу організації Всесвітньої павутини. У функціональній класифікації жанри розподіляються відповідно до їхньої (головної) функції: соціальні жанри (чат, електронні листи, групи новин, форуми, соціальні сервіси і мікроблоги); інформативні жанри (інституційні веб-сторінки, в т. ч. веб-сторінки агенств новин і мережевих ЗМІ, пошукові системи, онлайн-енциклопедії, електронні бібліотеки); директивні жанри (веб-сторінки оголошень, Інтернет-магазини, веб-банери); презентаційні жанри (особисті веб-сторінки, веблоги); естетичні жанри (мережевий роман); розважальні жанри (*MUDs* та ігри) [160, с. 175-195].

Рамки цього дослідження не дозволяють здійснити ґрунтовний аналіз функціонування ФЕіК в усіх жанрових форматах і видах текстів німецькомовного Інтернет-дискурсу. Попередньо в ролі основних жанрових форматів дослідження дискурсивних характеристик ФЕіК ми визначили асинхронну комунікацію (форуми) і онлайн-ЗМІ. Тексти форумів поєднують риси як міжособистісної, так і (неформальної) групової комунікації, що, за нашою гіпотезою, є вихідною сферою вживання комунікативно-експресивної фразеології. В спілкуванні на форумах виявляються окремі ознаки усного мовлення, але на відміну від

полілогів чат-комунікації воно є змістовнішим і спостерігається менше відхилень від нормативного мовлення. Крім того, тексти форумів утворюють т. зв. «видиму» частину Інтернет-дискурсу (електронні листи і миттєві повідомлення є текстами конфіденційної інформації). Дослідження функціонування ФЕіК в асинхронній комунікації ми доповнюємо аналізом їхнього вживання в онлайн-ЗМІ, жанро-стильова специфіка яких передбачає загалом креативний підхід до використання ФО. Сучасні мережеві видання завдяки широким мультимедійним та інтерактивним можливостям є потенційним середовищем для проявів інтертекстуальності та вжитку прецедентних феноменів, до яких, за нашим припущенням, належить також і ядро ФЕіК. Крім того, аналіз матеріалу, отриманого в ході проведення корпусної перевірки вживаності ФЕіК за допомогою пошукової машини *Google*, показав додаткові релевантні для нашого дослідження сфери функціонування цих одиниць: у функції назв сайтів, в структурі соціальних мереж, креативне вживання при поєднанні різних знакових систем – мови і зображення.

3.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в асинхронній Інтернет-комунікації

Поле соціальної взаємодії в Інтернеті утворюється за допомогою різноманітних форм комунікації: чатів, форумів, електронної пошти, соціальних мереж тощо. Віддалені в просторі комуніканти мають можливість спілкуватися в квазісинхронному та асинхронному режимах. Між учасниками комунікативного процесу в Інтернеті спалахують конфлікти та укладаються домовленості, нерідко спілкування і координація дій транспонується в «реальне» (оффлайнове) життя, напр., у формі особистих контактів чи політичних, культурних, наукових та релігійних зібрань. Звідси випливає значний міждисциплінарний інтерес – Інтернет як простір соціальних інтеракцій досліджують вчені різних наукових галузей.

3.2.1. Проблема усного характеру мовлення в Інтернеті

Незважаючи на те, що розвиток технологій доповнив можливості електронного спілкування відеотелефонією, більшість користувачів Інтернету, як і раніше, послуговуються сервісами писемної комунікації. Саме щодо писемного комунікативного середовища Глобальної мережі багато дослідників відзначають тенденцію взаємодії усного і писемного мовлення. Л. Ф. Компанцева пише про нову форму мови – писемно-усну, адже в дискурсі Інтернету спостерігаються усі ознаки розмовної мови, які називаються лінгвістами: непідготовлений характер, творення в ході комунікації, велика кількість незавершених синтаксичних структур, самоперериванння, повтори, підхоплення тощо [80, с. 175]. О. В. Лутовінова також говорить про функціонування в Інтернеті нового «усно-писемного» різновиду мовлення зі специфічними рисами, з якими повинні бути обізнані учасники віртуального дискурсу для адекватної комунікації [104, с. 129].

У німецькомовних наукових працях, присвячених дослідженню Інтернет-дискурсу, характерні для онлайн-комунікації риси усного мовлення обговорювались, як правило, з опорою на теоретичну модель концептуально усного / писемного мовлення П. Коха / В. Естерайхера [240; 241], відповідно до якої усі тексти поділяються за формальними та концептуальними параметрами. Концептуально і формально усною є дружня бесіда, а тексти наукових статей чи законодавчих документів – концептуально і формально писемними. В той же час публічне прочитання відповідних писемних документів (доповіді на наукових конференціях, виступи зі звітами) є концептуально писемними, але формально усними. Концептуально усними, але формально писемними вважаються, наприклад, побутові записки, а з розвитком Інтернету до них зараховують також тексти онлайн-комунікації. Різні форми і комбінації комунікативних параметрів (кількості реципієнтів, ступеня знайомства партнерів по комунікації та їхнього емоційного залучення, ступеня ситуативної інтегрованості комунікативних актів, близькості чи віддаленості партнерів по комунікації в просторі і часі, ступеня кооперації між партнерами, діалогічності і спонтанності комунікації,

фіксованості теми) конституюють окремі форми висловлень і визначають їхнє місце в концептуальному континуумі між полюсами близькості і дистантності [241, S. 587-588]. Що більш офіційними і формальними є умови комунікативної ситуації, до якої залучені учасники, незнайомі один з одним, віддалені в часі і просторі, коли емоції знаходяться під контролем, а спонтанність мовлення значно редукована, то характернішим є використання мови «дистантної комунікації» (*Kommunikation der Distanz*), тобто концептуально писемного мовлення. І, навпаки, коли співрозмовники знайомі між собою, можуть безпосередньо бачити один одного та дати волю своїм почуттям, що менш визначеною наперед є мовленнєва ситуація, то вони діють в умовах «комунікативної близькості» (*Kommunikation der Nähe*) – концептуально усного мовлення [276, S. 22].

Щодо використання цієї концепції вчені висловлюють також деякі застереження. Я. К. Андруцопулос зауважує, що в німецькомовній науковій літературі приватна онлайн-комунікація обговорюється «практично одноголосно» з опорою на теоретичну модель П. Коха / В. Естерайхера. Автор відзначає, що для цієї сфери характерні умови комунікативної близькості, а це, зважаючи на просторову, а нерідко і часову віддаленість, не цілком відповідає такій моделі [163]. В одній із пізніших статей «Neue Medien – neue Schriftlichkeit?» вчений називає використання концепції, яка була сформульована ще до «тріумфального поширення» нових засобів зв’язку і навіть побіжно їх не розглядає, «парадоксом німецькомовних лінгвістичних досліджень Інтернету» [164, S. 79]. Про «анахронізм» такого підходу пише і К. Дюршайд [205].

Швидкість і видима простота комп’ютерної передачі даних дійсно долають просторову і часову прірву між комунікантами в Інтернеті, що спричинює віртуальну близькість, тобто виявляється, що комунікація близькості є можливою також і в електронних засобах масової комунікації, в яких використовується писемне спілкування [297]. На нашу думку, ще більше в розріз із описаною моделлю йде той факт, що для комунікативної близькості в Інтернет-комунікації малорелевантним виявляється параметр особистого знайомства комунікантів. В дослідженнях останніх років висловлюються твердження, що класичні межі між

усним і писемним мовленням все більше стираються і комп'ютерно-опосередковану мовленнєву діяльність можна розглядати як цілком нову форму поєднання усного й писемного мовлення – електронну [110, с. 41; 275]. Найбільш широко це питання висвітлюється Л. Ю. Щипіциною. Дослідниця зазначає, що своєрідне поєднання ознак усного і писемного мовлення в КОК пояснюється специфічними параметрами каналу і засобу комунікації (електронна форма існування тексту, гіпертекст, мультимедійність, інтерактивність, синхронність, варіативність кількості і експліцитності комунікантів), які впливають на використання мови на різних рівнях й обумовлюють зміни в організації тексту. Відбувається адаптація вербального коду до нових комунікативних умов і завдань, «під дією цих параметрів в КОК утворюється особливий медійний варіант мови (медіолект), який виявляє специфічні фонетико-графічні, лексичні і граматичні ознаки, а також зміни в семантичній і синтаксичній організації тексту у порівнянні з традиційним (друкованим) текстом» [160, с. 17].

Ознаки концептуально усного мовлення виражені по-різному в різних службах і комунікаційних формах Інтернету: що більш діалогічною та синхронною є комунікація в Інтернеті, то частішими в ній є прояви ознак усного мовлення [285; 295]. Ступінь вираження ознак концептуально усного мовлення обумовлюється також соціолінгвістичними факторами. Напр., аналіз вибірки текстів форуму *Spiegel online* показав лише 5 % випадків редукції неозначеного артикля, а форуму реперів *webbeatz* – 43 % [181].

Л. Ф. Компанцева зазначає, що на фонетичному і графічному рівнях створюється «квазіеквівалент розмовно-писемного мовлення». Поширені в Інтернет-дискурсі фонетико-графічні новації науковець розглядає як спосіб компенсації аудіовізуальних лакун [80, с. 79-85]. Дослідники виділяють такі основні фонетико-графічні особливості Інтернет-комунікації:

- редукція літер: *is (ist), hab (habe), wird (werde), nen (einen); nix (nichts);*

- клітизація / енкліза слів / складів: *gibts / gibt's (gibt es), habs / hab's (habe es), ichs / ich's (ich es), haste (hast du), kannste (kannst du);*

- написання разом *mal, so, noch, schon, nur, wieder* (*nochmal, soviele*), заперечень (*garnicht, niewieder*), прийменників в стійких словосполученнях (*ausversehen*), частки *zu* з інфінітивом, вигуків (*achso, manscheisse*);

- написання тексту малими літерами [180].

Ці явища відображають тенденцію економії зусиль і часу при продукуванні онлайн-повідомлень та прагнення комунікантів до створення невимушеності спілкування. До фонетико-графічних особливостей Інтернет-комунікації належить також імітація графічними засобами деяких просодичних явищ: написання слова чи всієї фрази великими літерами передає **підвищений тон (крик); паузи**, характерні для членування фрази в усному мовленні, передаються трикрапкою; ітерація літер чи пунктуаційних знаків зображає **протяжність вимови** та **силу емоцій** тощо [160].

Комунікативна близькість в Інтернет-комунікації імітується також за допомогою емотиконів (від англ. *emotional* + *icon* – емоційний + іконка / піктограма), які використовуються для вираження позитивних чи негативних емоцій комунікантів, станів їхньої свідомості, виконуваних ними (емоційно забарвлених) дій і, таким чином, компенсують відсутність візуального контакту між співрозмовниками.

Дослідники відзначають наявність в текстах (мова йде передусім про синхронну та меншою мірою асинхронну Інтернет-комунікацію) великої кількості орфографічних помилок, а також повну чи часткову відсутність знаків пунктуації. Перелічені явища визначаються як аграфізм або аграматизм [80; 160]. «Аграматизм створює ефект «потоку свідомості», присутності людини в комунікативній ситуації «тут і тепер» [80, с. 81].

До особливостей лексичного рівня в німецькомовній онлайн-комунікації належить широке вживання розмовної лексики та діалектизмів, скорочень, акронімів, розмовних часток, вигуків, формул привітання і прощання та дейктичних слів (пор. [160; 223; 268]). За нашим припущенням, цей ряд може бути доповнений об’єктом нашого дослідження – фразеологічними експресивами і комунікативами німецької мови.

Описані тенденції, як зазначено вище, проявляються градуально в різних жанрах Інтернет-комунікації. Найяскравіші приклади спостерігаються в синхронній комунікації, зокрема в жанрі чату і, відповідно, цей жанр є на сьогоднішній день найповніше дослідженим та водночас виступає основним об'єктом критичної полеміки. Л. Ю. Щипіцина пише про економічність, емотивність, неформальність, оцінний характер і суб'єктивність синхронних форм комунікації, а також зазначає, що в реальності ознаки синхронної комунікації переносяться й на завідомо асинхронні форми [160, с. 277]. Тому одним із завдань дослідження ми визначили опис основних функцій та особливостей вжитку ФЕіК німецької мови в асинхронній Інтернет-комунікації.

3.2.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в Інтернет-форумах

Асинхронній комунікації, прототипом якої ми визначаємо **Інтернет-форуми**, відводиться вагоме місце в Інтернет-дискурсі. Інтернет-форуми (нім. *das Forum, die Newsgroup*) – це дискусійні групи, де у формі полілогу обговорюються різноманітні теми. Інтернет-форуми є писемною, опосередкованою комп'ютером формою асинхронної дистантної комунікації. На відміну від повідомлень мас-медіа, пости учасників форуму не повною мірою спрямовані до дисперсної аудиторії – здебільшого вони націлені на отримання відповіді і, таким чином, звернені до вужчого кола адресатів. Форуми організовуються як на окремих спеціалізованих веб-сайтах (розподілений за категоріями перелік та доступ знаходиться за адресою *http://groups.google.de*), так і на інших Інтернет-ресурсах – численних інформаційних та інформаційно-розважальних веб-сайтах та порталах. Спілкування може обмежуватися ширшою чи вужчою тематикою (музика / рок-музика, спорт / футбол), аудиторією певної інституції (форуми телеканалів, політичних партій).

Дослідження функціонування ФЕіК ми здійснювали на основі прикладів вживання цих одиниць у форумах, відібраних в ході проведення описаного у Розділі 2 аналізу частотності їхнього вживання. До нашої вибірки потрапили

приклади із 86 форумів, серед яких за популярністю можна виділити форум сайту *motor-talk.de* – найбільшої авто-мото-спільноти в Європі (за даними сайту у грудні 2013 р. форум налічував понад 2 млн. користувачів та майже 40 млн. повідомлень); форум *golem.de* – IT-новин для професіоналів; форум і консультації фахівців порталу *rund-ums-baby.de* та ін.

Більшість форумів мають розгорнуту гіпертекстову структуру. Тематичне наповнення поділяється на визначені модераторами сайту категорії. В межах окремих рубрик залежно від актуальності проблематики обговорюється різна кількість тем, які або поділяються на підтеми, або формулюються у вигляді окремих запитань. Як правило, будь-хто з учасників форуму може запропонувати питання чи тему. Більшість учасників форумів спілкуються під вигаданими мережевими іменами – ніками або нікнеймами (англ. *nickname* – прізвисько). Інколи подаються деякі відомості про зареєстрованого учасника (стать, вік, місце проживання), а в ролі аватара використовуються картинки чи фото. Популярним є електронний підпис, т. зв. оріджин, що прикріпляється до основного тексту повідомлення і містить якесь коротке висловлювання.

Аналіз матеріалів показав, що ФЕіК широко вживаються в усіх структурних елементах форумів – власне у постах учасників, в заголовках постів, а також використовуються в ролі нікнеймів та електронних підписів.

Особливості вживання ФЕіК в повідомленнях форумів підтверджують наше припущення про характерність для асинхронної комунікації концептуально усного мовлення. Досліджувані одиниці виступають важливим засобом встановлення комунікативної близькості, виконують завдання підтримки невимушеної тональності, імітації спільності комунікативного простору. Напр., учасник форуму футбольних вболівальників зреагував на запитання іншого учасника щодо серйозності його слів реплікою *«**So wahr ich hier sitze**. Was stört dich? ...»* (9). Результат пошуку виявив також 40 прикладів вживання варіанту цього виразу *So wahr ich hier sitze und schreibe*, який, вочевидь, міг виникнути лише у середовищі дистантної формально писемної комунікації.

Інтерактивність форумів сприяє орієнтації тексту на партнера по комунікації та водночас експлікації своєї думки, свого «я» [160, с. 274]. Тому тут нерідко вживаються ФЕіК **згоди, підтвердження (сказаного) / запевнення / клятви; заперечення / відмови; зауваження / критики** співрозмовника. Наступний приклад ілюструє, як один з учасників форуму дає пораду автору теми, що той зможе позбутися частого головного болю, якщо змінить свій режим сну, і вживає для її підсилення відповідний ФК: *«Wenn du also nur 7 Stunden anstatt 10 oder 12 schläfst, dann wird auch dein Kopfweh verschwinden.* ***Das kann ich dir schriftlich geben****»* (10).

У вживанні емоційних заперечень, зауважень та запевнень виявляється неформальний характер спілкування на форумах, напр.: *«...* ***Ich will Meier heißen****, wenn je ein kroatischer Ball in unsere Tore fliegt»* (коментар вболівальника під час футбольного поєдинку між збірними Німеччини і Хорватії на Євро 2008) (11); *«****Und sonst hast du keine Schmerzen?*** *Schau mal, was laut Forums-Definition alles hier rein gehört ...»* (відповідь одного з учасників форуму на зауваження, що автор відхилився від теми дискусії) (12). Регламентом багатьох форумів забороняється флейм (англ. *flame* – полум'я) – гнівні, образливі чи провокуючі повідомлення, націлені на деструктивне спілкування [160, с. 147]. Проте це правило не є абсолютним й інколи можна стати свідком «гарячих» дискусій, в ролі мовних засобів яких використовуються одиниці непродуктивної комунікації, зокрема ФК **неприйняття** (*Leck mich am Arsch! Scher dich zum Teufel!*).

Для емоційного насичення повідомлень, яке зумовлюється розмовною тональністю форумів, типовим є використання фразеологічних експресивів (передусім груп **здивування / (приємної чи неприємної) несподіванки** та **незадоволення**) – крім вираження емоційного стану автора, до функцій ФЕ належить активізація уваги співрозмовника, виклик інтересу до теми розмови і її учасників. ФЕ часто виступають першою фразою повідомлення. Таке вживання перегукується з власне усним мовленням, де вираження емоцій здебільшого є спонтанним, непродуманим наперед, напр.: *«****Das ist gar kein Ausdruck!*** *Eine andere Werkstatt war nicht nur flexibler, sondern auch noch freundlich ...»* (реакція

автора теми на пораду одного з учасників звернутися зі страховими ремонтними роботами до іншої автомайстерні) (13). ФЕ в кінці поста, натомість, служать проявом особливостей асинхронної комунікації, коли автор повідомлення має достатньо часу на формулювання думки і більш свідомо передає своє (емоційне) ставлення до описаної ситуації, пор.: *«... Zwei junge Mitarbeiterinnen, die die Untertitel schreiben, hätten den falschen Text aus dem Internet kopiert...* ***Sachen gibt's, die gibt's gar nicht*** *;)»* (курйозний випадок зі словами німецького національного гімну в телетексті швейцарського телебачення) (14). Підвищеною емоційністю відрізняються повідомлення із накопиченим вживанням ФЕіК: *«**Ich habe die Schnauzte endgültig voll! Schluss... aus... Amen!**...»* (15); *«**Das ist starker Tabak, mir bleibt die Spucke weg!** Du entschuldigst dich für die Länge deines Eintrags?!!...»* (16).

Також ми виявили, що вживання ФЕіК в Інтернет-форумах супроводжується основними фонетико-графічними особливостями концептуально усної комунікації, описаними в п. 3.2.1. Поширеними є клітизація / енкліза слів (*Das* ***gibts*** *ja gar nicht! Da* ***musste*** *früher aufstehen; So* ***siehste*** *aus!*) та редукція літер (*Mein Name ist Hase, ich weiß von* ***nix***). Емоційне забарвлення ФЕіК на письмі доповнюється ітерацією знаків оклику чи питальних знаків: *!!!!Das ist ein Witz!!!!!; Bahnhof??? Koffer klauen????; !!!!!!!VERDAMMT NOCHMAL!!!!!!!* Крім того, слід відзначити тенденцію написання разом деяких ФЕіК – передусім широковживаних ФЕ, що за своїм значенням наближаються до первинних вигуків і, відповідно, сприймаються мовцями як окремі лексичні одиниці. Найпоширенішим прикладом є *achdumeinegüte*, також виявлено випадки написання разом *achdudickesei*, *dukriegstdietürnichtzu*, *achduliebezeit*, *sachengibtsdiegibtsgarnicht* та ін.

В текстах німецькомовних форумів популярним є також вживання ФЕіК у поєднанні з емотиконами, як найпростішими «посмішками», утвореними користувачами безпосередньо з символів клавіатури, так і численними емотиконами-картинками. Наступні приклади показують кореляцію значення ФЕіК і емотиконів, а також типовість поєднання емотиконів та ітерації розділових знаків у вживанні ФЕіК.: *«... Man steckt da nicht drin <**:nixweiss**>»*

(17); *«Himmel hast du keine Flinte??? <**:anbet**>»* (18); *«ich lese daraus nämlich nur "bahnhof und koffer klauen" <**:confused**:: >»* (19).

Часте вживання в онлайн-комунікації ФЕіК, яке в багатьох випадках доповнюється «посмішками», на нашу думку, відображає особливості їхнього текстотвірного потенціалу. Серед ФЕіК німецької мови є багато жартівливих, комічних одиниць; вони являють собою короткі, проте місткі витвори народного гумору, найвдаліші з яких підхоплюються наступними поколіннями, а інші виявляються надбанням лише певної епохи чи соціальної групи. Ці одиниці створюють певну тональність – емоційно маркований спосіб організації спілкування. Як зазначено вище, основне призначення ідіоматичних речень полягає не в заповненні прогалин в мовній системі, а знаходиться на комунікативному рівні. Ці конвенціалізовані та водночас великою мірою залежні від контексту одиниці володіють значним асоціативним потенціалом, «велика частка їхньої конкретної інтерпретації залишається за слухачем» [212, S. 200]. Це відкриває простір для мовної гри і креативності. Можна говорити про розважальний ефект ФЕіК, мовці часто вживають їх, щоб привернути до себе увагу, показати власну оригінальність. В Інтернет-комунікації ці функції ФЕіК виявляються надзвичайно затребуваними, адже, за влучним зауваженням О. В. Лутовінової, «ігрова тональність буквально пронизує віртуальний дискурс» [104, с. 112]. Ігрова і гумористична тональності сприяють скороченню дистанції між комунікантами, дозволяють створити комунікацію близькості, що є важливим фактором успішного спілкування в середовищі незнайомих людей. В асинхронній Інтернет-комунікації мовець має більше часу для обдумування відповіді, ніж в ситуації реального діалогу / полілогу чи в синхронній Інтернет-комунікації. Тому мовлення тут більшою мірою «пересипане» дотепними висловленнями, в ролі яких часто виступають ФЕіК чи їхні модифікації. Той чи інший вираз може слугувати жартівливим вкрапленням в загалом серйозну розмову або влучно доповнювати емоційну ігрову тональність бесіди (пор.: *«... Lass mich raten, du hast bei deinem OBD-Adatper auch nicht die gelbe Diagnoseleitung und der ist auch nicht separat an die Batterie angeklemmt?* ***Stimmts***

oder habe ich recht? *Ich gehe mal davon aus, dass du ein 32 Bit Betriebssystem hast...»* (20); *«Hallo Marc, ne, ne –* ***so schnell schießen die Preußen nicht****. Vielleicht bau ich bis Jahresende ein Aqua-Terrarium. Dann Bepflanzung usw. evtl. Mitte nächsten Jahres dann 2 Fröschchen <:wink:> Gruß, Dirk»* (21). Типовим є загравання з читачем, створення невимушеної, «карнавальної» атмосфери, напр.: *«... dazu kommt das ich vor lauter Ärger und Kummer darüber voll im Schub bin und Schmerzen hab, Schmerzmittel kann ich aber nicht nehmen, weil ich sofort Magenschmerzen bekomme...* ***ich könnte mich so verschenken****... will mich einer? <hmm>»* (22). Яскравою варіативністю відрізняється ФО *Im Keller läuft / rasselt die Bart(auf)wickelmaschine* – ugs., scherzh. *Das ist längst bekannt* [201, S. 95] (пор. [250]). Ми налічили в Інтернет-корпусі неповну сотню прикладів цієї ФО у наведених формах. Крім того, знайдено багато варіативних обігрувань цієї фрази та креативного вживання лексеми *Bart(auf)wickelmaschine*, напр.: *«Kann mal jemand die Bartwickelmaschine abschalten?»*; *«Und in der Mitte des Universums heult wieder die Bartwickelmaschine auf und will nicht wieder zur Ruhe kommen»*; *«Strom für die Bartwickelmaschine liefert der Hamster im Laufrad»*; *«Und dumpf rotiert im Keller die Bartwickelmaschine»*; *«Kaum aus dem Urlaub zurück und schon die Bartwickelmaschine entmottet?»*; *«Und wer bezahlt die Bartwickelmaschine? Doch wohl nicht die Krankenkasse».* Таке розмаїте жартівливе варіативне вживання у цьому випадку пояснюється передусім основним смисловим образним навантаженням на композит *Bart(auf)wickelmaschine* і особливою комічністю образу, проте меншою чи більшою мірою воно характерне для багатьох інших ФЕіК.

Схожий ефект досягається і за допомогою модифікацій ФЕіК без формальних змін – навмисного обігрування прямого лексичного значення одного з компонентів, встановлення зв’язку між ФЕіК та елементами контексту (лексичними компонентами тексту, ситуативним контекстом чи зображенням). В наступному прикладі один з користувачів звернувся за порадою *«Darf ich meine 8 wochen alte katze* ***baden****?»*, а інший заперечив йому, вживши ФК *Du* ***bist*** *wohl zu heiß* ***gebadet worden****?* – розм. фам. ≈ *У тебе не всі дома; У тебе клепки бракує* [121, с. 379]. Те, що метою автора у цьому випадку була гра слів, бажання

пожартувати, а не образити співрозмовника, підтверджує його наступна метамовна ремарка: *«nein, du bist wohl zu heiss gebadet worde??? spass beiseite. bitte nicht, ...»* (23).

Як і загальновживані прислів'я, ФЕіК є прецедентними феноменами німецької нації, проте, на відміну від них, виступають не виразниками народної мудрості, а часто передають народний гумор, виражають спільність емоційно-оцінного світосприйняття. Ці одиниці можуть вживатися у різноманітних контекстах, надання переваги ФЕіК перед альтернативним нефразеологічним формулюванням пояснюється прагненням знайти з слухачем / читачем спільний горизонт, розділити спільні фонові знання, в тому числі, спільний фоновий гумор, пор.: *«... Zu guter Letzt noch die Knoblauchknolle von der obersten Haut befreit und* ***hinein, Onkel Otto****... Das ganze mit Olivenöl beträufelt und für 3 Stunden marinieren lassen...»* (24).

Гіпертекстова організація форумів передбачає формулювання заголовків до повідомлень. В першу чергу це стосується вступного посту, який ініціює ту чи іншу тему в структурі форуму, проте сьогодні інтерфейс багатьох форумів вимагає подання заголовку і до повідомлень-коментарів. Функціонально-стильове навантаження заголовку розглядається нами нижче в контексті аналізу текстів онлайн-ЗМІ, де особливої ваги набуває авторська креативність та мовна гра (див. п. 3.3.1.). В комунікації на форумах заголовок відзначається функціональною амбівалентністю. З одного боку, характерний асинхронній комунікації певний усний характер мовлення не передбачає номінації кожного окремого мовленнєвого акту, внаслідок чого користувачі інколи просто виділяють у повідомленні початкове речення чи синтагму як заголовні. З іншого – користувачі за допомогою відповідно підібраного заголовку намагаються виділити своє повідомлення серед маси інших, ідентифікувати себе як мовну особистість. На передній план виходить бажання бути почутим, отримати пораду від інших користувачів. Заголовки виконують на форумах усі властиві їм функції: номінативну, інформативну, експресивну, фатичну, текстотвірну, рекламну. З метою привернути увагу до своєї проблеми, висловити

емоційно-оцінне ставлення до певної ситуації користувачі часто використовують в ролі заголовків ФЕіК, напр.: *«Es ist zum Mäuse melken :-(»* (перше повідомлення в темі – про проблеми з неохайністю підлітка. Очевидно, що автор вибрала ФЕ, мотивований виконанням абсурдної дії, невипадково – в повідомленні вона описує незрозумілу їй поведінку 10-річної доньки, яка має звичку ховати в своїй кімнаті різні речі) (25); *«ich nehme alles zurück und behaupte das gegenteil»* (про зміну ставлення автора до творчості співачки Лєни Меєр-Ландрут після її переможного виступу на Евробаченні-2010) (26); *«He, he, he, Ruhe auf den billigen Plätzen! :o)))»* (жартівливе заспокоєння співрозмовника) (27). В окремих випадках комуніканти вдаються до мовної гри – згадуваних вище обігрувань прямого лексичного значення компонентів ФЕіК: *«Pfui Spinne!»* (реакція форумчанина на замітку про невдалу презентацію компанією *AMD* платформи *Spider* (англ. *spider* – павук) (28); *«ach du kriegst die Tür nicht zu??»* (гра слів про двері автомобіля, які не закривались на морозі – у цьому прикладі актуалізується як переносне значення ФЕ, що виражає **(неприємне) здивування**, так і пряме значення конституентів виразу) (29).

Використання комунікантами на форумах прийомів мовної гри, вживання ФЕіК з метою самопрезентації, прояву креативності та індивідуальності пояснюється тим, що в Інтернеті особистість може самореалізуватися головним чином через мову. Завдяки тому, як користувач проявляє себе в спілкуванні, він може привернути до себе увагу, отримати оцінку інших учасників комунікативного процесу. Описане вище креативне вживання ФЕіК в постах чи коментарях до них на форумах належить до власне комунікативних способів самопрезентації особистості. Серед докомунікативних способів самопрезентації можна виділити ті, які користувач використовує з метою зацікавити майбутніх співрозмовників, перед тим як розкритися в процесі спілкування: нікнейми, оріджини, аватари. В більшості випадків псевдонім несе якусь інформацію про особистість, користувач вкладає певний смисл у власне мережеве ім’я, це «спроба щось виразити, виділитися з маси подібних собі, презентувати себе певним чином і залишатися водночас анонімним» [104, с. 101]. Вчені говорять про творчий

підхід користувачів до самопрезентації, наявність у них почуття гумору [160, с. 351]. Використання ФЕіК в ролі нікнеймів відображає, як правило, психоемоційний стан комунікантів (пор.: *sosiehsteaus, PfuiSpinne, hasteworte, holsderteufel*). Досліджувані одиниці вживаються також в ролі «одноразових», ситуативних мережевих імен, коли користувач хоче залишити коментар до прочитаної статті або поста на ресурсі, де він не є постійним гостем. Підібраний псевдонім в такому випадку виражає (емоційне) ставлення користувача до прочитаного. Напр., один з користувачів написав до замітки про запланований турнір з покеру здивовано-обурений коментар стосовно, на його думку, мізерного призового фонду, зареєструвавшись як *ICHGLAUBICHSPINNE* (30). Вибір ФЕіК в ролі нікнейму також може бути елементом мовної гри, проявом креативності автора. Користувачка сайту *www.abnehmen.com* опублікувала повідомлення про свій намір дотримуватись дієти, використавши як нікнейм ФЕ *AchDuDickesEi* (31). Тут обігрується пряме значення лексеми *dick* (товстий), адже мова йде про надмірну вагу і вади фігури, проте, вочевидь, співприсутнє і значення ФЕ вираження **(неприємного) здивування / розчарування**, оскільки авторка розповідає, що заново набрала вагу після вдалого попереднього схуднення.

До способів самопрезентації особистості в Інтернеті належить також електронний підпис (оріджин). О. В. Лутовінова наводить дані опитування 400 користувачів Інтернету стосовно оцінки ними свого оріджина – майже 70 % розглядають його як можливість відобразити якісь риси свого характеру, інтереси, настрій [104, с. 176]. Як правило, в ролі електронного підпису використовується коротке, проте містке висловлення, що передає (з гумором) якусь цікаву думку. Нами виявлено такі ФЕіК в ролі електронного підпису: *Raus aus Metz, die Festung brennt; Wer mich liebt – lacht doch; Sachen gibts... die gibts gar nicht! Nachts ist es immer kälter als draußen; Ich komme noch früh genug zu spät* та ін. У вживанні в цій позиції ФЕіК повною мірою виявляється їхня розважальна функція.

3.2.3. Фразеологічні експресиви і комунікативи в платформах питань-відповідей

На просторах Інтернету в останні роки сформувались також інші форми асинхронної комунікації, які відрізняються від форумів в їхньому тепер вже класичному розумінні за рядом параметрів і можуть розглядатися як окремі субжанри Інтернет-комунікації. До них належать передусім платформи питань-відповідей та форми інтерактивного зв'язку з читачами-відвідувачами сайтів, напр., читацькі коментарі на сайтах онлайн-видань (останні розглядатимуться нами при аналізі функціонування ФЕіК в онлайн-ЗМІ).

Платформи питань-відповідей (т. зв. соціальні пошукові системи) дозволяють користувачам задавати індивідуальні запитання, на які не завжди легко самотужки знайти відповідь у довідкових джерелах. Подача ключових слів (тегів) полегшує пошук схожих питань чи порад. Однією з найвідоміших платформ питань-відповідей в німецькомовному секторі Інтернету є *gutefrage.net* – сайт, заснований в липні 2006 р. електронною лабораторією *Holtzbrinck*. Протягом перших п'яти років існування цієї платформи тут було розміщено більш ніж 5 млн. запитань та отримано понад 15 млн. відповідей. Популярною у всьому світі є платформа питань-відповідей *Yahoo Clever* (в американській версії – *Yahoo Answers*). Крім того, існують платформи, правила яких допускають лише питання інформативного змісту (*Wissensfragen*), натомість питання особистого характеру (*Meinungsfragen*) видаляються модераторами, напр.: *COSMiQ*, *Wer weiss was*. Отримання у пошуку інформації допомоги від реальних людей, які володіють гігантським сукупним фондом знань, значно розширює можливості програмованого алгоритму пошуку.

У порівнянні з комунікацією на форумах, на платформах питань-відповідей рідше розгортаються гострі дискусії щодо тієї чи іншої проблеми, не прийнято заперечувати користувачеві, який відповів раніше. Проте в цілому ці сервіси виявляють риси неформальної дистантної асинхронної комунікації. Вони відзначаються фамільярністю спілкування, емоційною відкритістю, тобто для них

також характерні прояви концептуально усного мовлення. Звертаючись за порадою, користувачі часто емоційно описують свою проблему, наголошують на важливості отримання допомоги. Типовим при цьому є використання відповідних ФЕіК. Користувач *Krulezz* сформулював заголовок до свого повідомлення про проблему з програмним забезпеченням Java таким чином: *«Java Problem!! Bitte um Hilfe!!!!!!! **Es geht um Leben und Tod**»* (32). Інший користувач звертається за порадою щодо придбання нового комп'ютера та описує проблему зі старими комп'ютерами – повільність їхньої роботи: *«... Was kann man da tun? **Es ist zum Auswachsen**. Woran liegt das?...»* (33). Часто й чужі проблеми знаходять відгук в інших користувачів, що виявляється у їхніх емоційних відповідях. Користувач *cyracus* аналізує ситуацію однієї з дописувачок про психологічне насильство на робочому місці (мобінг) і підсумовує своє повідомлення ФЕ: *«... **Also Sachen gibt's, die gibt's gar nicht!** Mich interessiert, wie es da bei Euch weitergeht...»* (34). Типовим є також використання ФК **запевнення / підтвердження сказаного / клятви**. Якщо наголошують на складності дати однозначну відповідь чи коли користувач розгублений і вагається у прийнятті рішення, вживають одиниці **епістемної оцінки**. Напр., *liese05* використовує у відповіді на питання, чи варто купувати на Інтернет-аукціоні *Ebay* бігову доріжку, ФО *Da steckt man nicht drin – Тут не вгадаєш,* та ділиться водночас своїм позитивним досвідом: *«**Da steckt man nicht drin!** Ich habe gerade eines bei Ebay Kleinanzeigen erworben für 60 Euro, fast neu!...»* (35). Користувач *steefi* не отримав однозначної відповіді на своє запитання, чи можна встановити іншу операційну систему разом з ОС *Lion*, тому висловлює певну розгубленість: *«tja, **jetzt bin ich so schlau wie vorher**...»* (36). Ми виявили також випадки вживання у сервісі питань-відповідей жартівливих ФЕіК, які сприяють встановленню невимушеної атмосфери, імітації ситуації комунікативної близькості. У відповіді на запитання, скільки коштує таксі з Маямі до Форт Маєрс, один з користувачів дотепно доповнює свої підрахунки ФО: *«... dann biste also bei $ 1100 für den Gesamttrip. **Da muss 'ne alte Frau lange für stricken.** Es gibt übrigens sowohl in Miami als auch in FtM Flughäfen»* (37). Інший користувач пояснює, чому в навушниках є позначки окремо для лівого та

правого вуха, і вживає при цьому ФО *Das ist nicht im Sinne des Erfinders*, яка в лексикографічних джерелах також подається з маркуваннням «жарт.»: *«... Setzt man die Kopfhörer nun falsch herum auf, ist das Klangbild gespiegelt und* ***das ist nicht im Sinne des Erfinders****...»* (38).

Окремо слід виділити запитання та відповіді щодо значення та походження фразеологічних експресивів і комунікативів німецької мови. Користувачі порталів *de.answers.yahoo.com*, *gutefrage.net*, *kurzefrage.de*, *wer-weiss-was.de* та ін. виявляють значну зацікавленість щодо ФО цього типу, активно обговорюють їхню етимологію та відтінки значення. Формулювання проаналізованих нами запитань (а також більшості відповідей) дозволяють з великою долею ймовірності припустити, що вони були задані не спеціалістами (науковцями чи студентами-германістами), а пересічними користувачами. У більшості випадків питання стосувались походження тієї чи іншої фрази, напр.: *«Woher stammt der Spruch «Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt»? Und wie kam man auf diesen doch sehr bizzaren Spruch?»* (39). Часто питання доповнюється відомим користувачеві тлумаченням значення виразу, таким чином автор запитання робить наголос власне на етимологічній розвідці: *«... ab nach Kassel! kann mir jemand etwas über die herkunft bzw. den hintergrund dieser redewendung sagen? die bedeutung ist sowas wie «nun geh' schon endlich»* (40). Користувачі виявляють неабияку інтуїцію лінгвіста, вказують у своїх запитаннях ймовірні територіальний ареал чи часовий проміжок походження виразу, напр.: *«woher stammt der Ausspruch: «Hinein Onkel Otto»? Der Spruch muß irgendwann* ***so um 1940-50*** *entstanden sein. 5 Väter von Freunden und mein Vater,* ***alle Jahrgang 1930 bis 1932,*** *gebrauchen diesen Spruch, wissen aber nicht woher sie ihn haben. Einsatz dieses Spruches ist vom Torschuss beim Fußball bis zum Sprung in einen kalten See. Hoffentlich weiß jemand eine Antwort»* (41). Окремі користувачі послуговуються при цьому метамовою, яку могли б запозичити представники когнітивної лінгвістики: *«Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt»... wer kennt diesen Spruch noch??* ***Und welche Ideen kommen Euch?... wenn ihr diesen Spruch so ganz in Euch aufnehmt. Welche Phantasien... welche Gedanken...****»* (42). Цікавими є також

відповіді користувачів. Часто вони дублюють інформацію, отриману з довідкових джерел (словників, онлайн-енциклопедій). Напр., стосовно виразу *Das kann kein Schwein lesen* більшість дописувачів наводять відому серед лінгвістів версію походження про родину *Swyns* – шанованих і освічених людей, які проживали 300 років тому недалеко від м. Любек. Неписьменні земляки звертались до них за роз'ясненням різних документів. Інколи навіть *Swyn* не міг прочитати щось через нерозбірливий почерк чи зіпсутий (пожовклий) папір і тоді вигукували *«Dat kann kin Swyn lesen!»* (43; 44). Щодо ФО *Da wird (ja) der Hund in der Pfanne verrückt!* переповідають побудовану на грі слів історію про Тіля Ойленшпігеля: бровар, в якого навчався Тіль, попросив його підсмажити хміль (*der Hopfen*). Замість цього Тіль кинув на сковорідку собаку хазяїна, що мав кличку *Hopf* (39; 42). Користувачі, яким невідоме літературне підґрунтя цієї ФО, схильні наводити власні актуальні асоціації. Одна з дописувачок стверджує, що знає цей вираз, адже вона працює на фабриці солодощів, де продають марципанового песика на маленькій пластиковій сковорідці, та наводить посилання, за яким можна побачити фото цього виробу (42). Також і в інших випадках, коли мотивація ФО достовірно невідома, користувачі намагаються дати власне пояснення. Так, щодо виразу *Ich glaub(e) mein Schwein pfeifft!* висловлюється припущення, що це *«дещо змінений»* і *«грубо перекладений»* варіант англійського фразеологізму *to teach the pigs to play the flute − робити абсурдні речі* (45). Креативно, з опорою на інший фразеологізм пояснює походження ФЕ *Ei der Daus!* користувач *Mandy01*: *«Ich kenne die Version mit dem Teufel. «Ei der Daus» steht für so was wie «Oh, der Teufel». Das kommt von früher, wo ja fast überall* ***der Teufel seine finger im spiel hatte****»* (46). Те, що вираз *Wer mich liebt, lacht doch* невідомий автору запитання та більшості дописувачів, один з користувачів з гумором пояснює можливим виходом його з ужитку (архаїзацією): *«Der Ausspruch ist schon sehr alt, vielleicht für einige hier, schon zu alt? 8–)»* (47). Користувачі також вказують на залежність тлумачення ФО від контексту. Ось окремі відповіді щодо виразу *an mir soll es nicht liegen*: *«Kommt auch* ***auf den Zusammenhang*** *an. In etwa, daß man jemanden nicht daran hindern wird, etwas zu tun oder zu erreichen»*; *«Ich habe nichts gegen den Vorschlag, werde*

mich aber nicht aktiv dafür einsetzen. ***Etwas mehr Zusammenhang*** *wäre schön»* (48). Інколи користувачі віджартовуються, наводять вільні асоціації, напр., *exekutive09* на питання про походження ФК *Du kannst mir mal im Mondschein begegnen!* написав: *«Beethoven, Mondscheinsonata. Aus dieser Zeit stammt das. ;-)»* (49).

Цікавим видається відчуття носіїв мови щодо прецедентності окремих одиниць. Напр., при обговоренні походження ФО *Hinein, Onkel Otto!* один з користувачів стверджує, що **ніколи не чув цього виразу**, проте **припускає**, що *«... wie er sich anhört, könnte er aus einem schlager der vor- oder nachkriegszeit stammen oder aus einem spassfilm aus der zeit. dem heinz erhardt traue ich solche schöpfungen zu»*) (Г. Ергардт – німецький комік, музикант, актор і поет середини 20 ст. – наша прим.). Інший користувач пише, що ця ФО асоціюється у нього з талісманом телеканалу *HR* (*Hessischer Rundfunk*) початку телевізійної ери на прізвисько «Onkel Otto» – маленьким тюленчиком з антеною на голові, який з'являвся на екрані між рекламними роликами і здійснював стрибок у воду вниз головою, проте *«... Ob die Szene zum Spruch oder der Spruch zur Szene amimierte – wer weiß?»* (41). Така велика зацікавленість користувачів походженням ФЕіК вказує на те, що носії мови відчувають особливий статус цих одиниць, їхню національно-культурну маркованість, сприймають їх як прецедентні феномени.

3.3. Мультимедійність та інтерактивність Інтернет-комунікації. Прецедентний характер фразеологічних експресивів і комунікативів

Описані у Розділі 2 дослідження національно-культурного компонента семантики лексичних та фразеологічних одиниць тісно пов'язані з дослідженнями прецедентних феноменів (тут і далі – ПФ). Теорія прецедентності (від лат. *praecedens* – той, що йде попереду, попередній) започаткована Ю. М. Карауловим, за визначенням якого прецедентними є тексти, «значущі для особистості в пізнавальному й емоційному відношенні, добре відомі і широкому оточенню цієї особистості, звернення до яких неодноразово поновлюється в дискурсі цієї мовної особистості» [70, с. 216].

Актуальність дослідження ПФ обумовлена їхнім досить частотним вживанням у комунікації загалом та у медіадискурсі зокрема, де вони використовуються для досягнення ефекту мовної гри, амбівалентності та іронічності викладу інформації, невимушеності, створення карнавальної атмосфери, виступають «засобом вираження постмодерністської художності» [22]. У сучасній лінгвістиці вивченню проблем прецедентних текстів присвячено багато наукових праць [49; 88; 120; 134; 149]. А. А. Адзінова та О. А. Земська досліджують функціонування прецедентних феноменів у заголовках медійних текстів [3; 63].

Вчені наголошують на важливості загальної відомості цих одиниць. Д. Б. Гудков розглядає ПФ як одиниці, що входять до когнітивної бази тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти та відомі її пересічному представнику [49, с. 153]. На думку О. А. Нахімової, ПФ є інструментом трансляції з покоління в покоління «культурної пам’яті», способом об’єднання народу навколо його культурних цінностей [120, с. 12]. ПФ актуальні в когнітивному плані для всіх чи більшості носіїв певного менталітету, тому апеляції до них є зрозумілими для членів цієї лінгвокультурної спільноти [88]. О. О. Корнілов наводить слова письменника С. Довлатова про втрату людиною з переходом на чужу мову 90 % своєї особистості та справедливо стверджує, що разом із втратою середовища рідної мови втрачаються гумор, гра слів, двозначності, підтекст фраз, оскільки це все опирається на знання величезної маси реалій, пов’язаних з контекстом життя в конкретному культурно-інформаційному середовищі [84, с. 138-139]. Звідси випливає важливість ознайомлення з ПФ цільової спільноти для успішної міжкультурної комунікації.

Серед вербальних ПФ В. В. Красних виділяє прецедентні імена, висловлення, тексти і ситуації. До прецедентних висловлень, на думку вченої, належать цитати з текстів (крилаті вирази) і прислів’я [88, с. 47-48]. Д. Б. Гудков також виділяє паремії (прислів’я і приказки) як прецедентні висловлювання, адже вони є традиційними (народними) широковживаними одиницями. Паремії та їхні

трансформовані варіанти часто вживаються у пресі для реалізації різноманітних комунікативних і прагматичних завдань [49].

Ю. М. Великорода досліджує функціонування прецедентних феноменів в американському медіадискурсі і відзначає здатність ПФ привертати увагу читача до статті, завдяки чому вони часто вживаються у сильних текстових позиціях: заголовку, першому чи останньому абзацах. Преференцію вживання ПФ перед прямою номінацією дослідник пояснює, звертаючись до теорії релевантності Д. Спербера та Д. Уілсона, перевагою фактору отриманого когнітивного ефекту над фактором інтерпретаційних зусиль, адже ПФ як складні лінгвокультурні одиниці актуалізують значний обсяг фонових знань. Основними у медіадискурсі визначаються експресивна та естетична функція ПФ (поряд з номінативною, парольною, міфологічною, маніпулятивною, ідеологічною та функцією характеризації) [22].

При розгляді функціонування ФЕіК у форумах нами виявлена тенденція до сприйняття їх користувачами як прецедентних висловлювань, які ми називаємо прецедентами інтенційної та емоційно-оцінної концептосфер (використання цих одиниць в ролі заголовків постів, відповідні метамовні ремарки). Крім того, в ході аналізу вживаності ФЕіК в корпусі Інтернету ми виявили, що ці ФО часто використовуються в ролі назв художніх та документальних фільмів, телепередач, літературних творів тощо, серед них як одиниці, які мають власне літературне (в широкому розумінні) підгрунтя, так і інші ФЕіК. Наведемо для прикладу оригінальні назви фільмів німецького виробництва: «So siehst Du aus» (короткометражний худ. фільм; 1955 /1956); «Sieh zu, dass du Land gewinnst» (худ. фільм; 2006); «Du mich auch» (комедія; 1986); «Lass das – ich hass’ das» (комедія; 1983); «Land in Sicht» (документальний фільм про долю біженців; 2012 /2013); «Da hat doch einer dran gedreht» (худ. фільм; 1920).

ФЕіК вживаються також у перекладі оригінальних назв іншомовних фільмів. Вони можуть перегукуватися з окремим компонентом оригінальної назви: «Schluss mit dem Käse» («Cheese Chasers»; короткометражний фільм; США / 1951); «Heiliges Kanonenrohr!» («Sons o’ Guns»; комедія; США / 1936).

Проте частіше зв'язок слід шукати у сюжеті фільму: «Ich glaub' ich steh' im Wald» («Fast Times at Ridgemont High»; молодіжна комедія; США / 1982); «Du kannst mich mal» («Pour 100 briques, t'as plus rien»; комедія; Франція / 1982); «Ich glaub, mich knutscht ein Elch» («Stripes»; комедія; США / 1981); «Rette sich, wer kann!» («Полосатый рейс»; комедія; СРСР / 1961).

В цьому ряду можна навести також назви телесеріалів та інших телепередач: «Mann, halt die Luft an» («A Sharp Intake Of Breath»; телесеріал; Великобританія / 1977-1981); «Mein Name ist Hase» («The Bugs Bunny Show»; мультсеріал; США / 1960-1972); «Dreimal darfst Du raten» (телегра; 1962-1963); «Ab durch die Mitte» (телегра; 2012); «Mensch Meier» (телегра; 1985-1991); «Hast du Töne?» (музична телегра; 1999-2001); «Ach, du dickes Ei» (тележурнал для дітей, один з ведучих – лялька Паульхен, у якої замість носа було яйце; 1975-1977). Очевидно, що поряд з парольною на передній план тут виходить також розважальна функція досліджуваних одиниць.

Це стосується і вживання ФЕіК в назвах книг. Ці ФО використовуються як назви творів розважальної літератури, напр.: «Ich glaub, mich laust der Affe!: Deutsche Redensarten in unterhaltsamen Geschichten» (D. Breuers; 2008); «Ich glaub', mein Goldfisch humpelt! Kinderwitze» (1994), чи поєднуються з предметним заголовком науково-популярних книг: «Das hat gesessen! Unschlagbar im Streitgespräch» (W. Ruede-Wissmann; 2006); «Sonst noch was: oder Die Kunst, miteinander zu reden» (E. Heidenreich; 2008); «Bin ich Jesus? Die Kunst, nicht zu antworten» (D. Bauer u. a.; 2011); «Wer weiß, wozu es gut ist. Kleine Geschenke» (J. Zink; 1999); «Ach Du dicker Hund: Die Entwicklungsgeschichte vom Wolf zum Hund (U. Stein; 1989); «Klappe zu – Affe tot: 13 Tricks gegen den Monkey Mind beim Meditieren» (U. Domenika Bolls; 2012). За нашими відомостями, рідше вони зустрічаються в назвах творів художньої літератури: «Friß, Vogel, oder stirb» (I. Rodrian; 1989); «Dann gute Nacht Marie» (S. Becker; 2010); «Ich nehme alles zurück und behaupte das Gegenteil» (J. Rautenberg; 2012).

ФЕіК вживаються в ролі заголовків також в інших сферах, при цьому може використовуватися прийом подвійної актуалізації значення, пор.: «Ich Glaub Mich

Laust Der Affe»; «Du kannst mich mal Gern haben»; «Wenn alle Stricke reißen»; «Weiß der Geier» (музичні твори); «HÖRT HÖRT» (магазин музичних інструментів в м. Кельн); «Land in Sicht» (туристична агенція); «Holla die Waldfee» (ресторан у Фрайбурзі); «Hut ab» (назва гардеробу меблевого дизайнера N. H. Moormann); «Da ist der Wurm drin» (дитяча настільна гра – «змагання черв'ячків»); «Verflixt & zugenäht» (кравецький салон в Карлсруе); «Komme Was Wolle» (магазин пряжі у Відні).

Виявлений нами прецедентний характер функціонування ФЕіК поза Інтернет-дискурсом та в асинхронній комунікації потребує підтвердження також на матеріалах інших жанрів Інтернет-комунікації.

3.3.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в онлайн-ЗМІ

В останні десятиліття вагому нішу в лінгвістичних дослідженнях займає вивчення функціонування національних мов у масово-інформаційному дискурсі, основною метою якого є інформування широких мас різноманітними ЗМІ про події в навколишньому світі. Масово-інформаційний дискурс, який може функціонувати лише як опосередкований технічними засобами передачі і тиражування інформації, включає сьогодні друковану (газети і журнали), електронну (радіо і телебачення) і мережеву (онлайн / Інтернет-ЗМІ) форми [160].

Мовна практика сучасних засобів масової інформації являє собою надзвичайно барвисту картину. Однією з основних особливостей цієї сфери В. Г. Костомаров називає поєднання тенденцій до експресії і стандартизації у подачі інформації [85, с. 18]. Найважливішою рисою мови ЗМІ визначається пошук нових засобів експресії на фоні раціональних стандартів і штампів [140, с. 22]. Такими засобами є вживання значної кількості неологізмів та іншомовної лексики й одночасна активізація архаїзмів, переважання нескладних синтаксичних конструкцій, риторичні запитання тощо. Основні зміни медійної мови стосуються проникнення у пресу елементів живого просторічного мовлення, вживання різностильових мовних засобів, передусім змішування

лексики і ФО з різних сфер спілкування. Г. Бургер пише про «епохальний перерозподіл фразеологічного матеріалу» і вирішальну роль сучасних ЗМІ у цьому процесі [178, S. 131]. У дослідженні функціонування в пресі фразеологізмів російської мови В. Г. Костомаров також відзначає цю тенденцію [86, с. 206]. У вітчизняній науці аналізу функціонування ФО на сторінках газет присвячена низка досліджень, зокрема дисертація С. П. Коновець «Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань)» [82], стаття М. Г. Яцимірської «Фразеологічні одиниці – важливий засіб образності у мові газети» [162]. У німецькому мовознавстві активно досліджують особливості вживання ФО не лише в газетній публіцистиці [266; 278], але й в мові телебачення, зокрема, телевізійної реклами [167; 176; 264]. Автори довідника «Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung» характерною рисою текстів ЗМІ, головним чином такого виду текстів як глоси, рекламні слогани та заголовків газетних статей загалом називають креативне обігрування ФО [263, S. 220]. Велика кількість робіт вітчизняних та зарубіжних мовознавців присвячена дослідженню фразеологічних модифікацій у ЗМІ [87; 130; 167; 219].

Відмінними рисами сучасної преси є також інтертекстуальність та мультимедійність. Інтертекстуальність передбачає включення тексту в соціально-культурний досвід людства. В. Г. Костомаров зазначає, що у пресі в потоці інформації помітні прямі і приховані натяки, перефразовані цитатні посилання. Розуміння інформації ускладнюється навіть після перерви в декілька днів і потребує постійного поповнення фонового знання [86, с. 44]. Лінгвісти вже давно помітили особливі текстотвірні потенції фразеологізмів, їхню роль у формуванні когерентності і когезії тексту. Сучасні автори описують можливості використання ФО у створенні мультимедійних повідомлень, тобто прояв їхніх текстотвірних потенцій також для поєднання тексту і зображення чи відео. А. Саббан відзначає, що ФО (передусім образні ідіоми) на телебаченні часто візуалізуються за допомогою відеокамери і це потенційно викликає у глядачів

асоціації з дослівним значенням ідіоми чи одного з її компонентів. Як приклад дослідниця наводить репортаж *ARD* 1996 р., в якому коментар *«Das Fass zum Überlaufen brachte Waigel... mit seiner Rede beim letzten politischen Aschermittwoch der CSU»* подається спочатку з фрагментом відео, де Т. Вайгель (на той час голова ХСС і федеральний міністр фінансів – наша прим.) разом з іншими політиками підносить пивний бокал, а потім показується епізод, коли він стоїть за трибуною (пор.: *das Fass zum Überlaufen bringen – перейти межу дозволеного / можливого / толерованого; подія, що спричинює ескалацію ситуації*). Зв'язок між дослівним рівнем прочитання фразеологізму і відзнятим епізодом встановлюється за допомогою фрейму *Bierkrug – Bier lagert in Fässern – Fass*. Як правило, така подвійна актуалізація значення ФО не володіє інформативною цінністю, але на фоні загальної тенденції до т. зв. інфотейнменту посилює розважальну функцію телепередачі [272].

З появою та розвитком Інтернету традиційні ЗМІ знайшли своє місце на його теренах і швидко пристосувались до нового середовища. Об'єкт медіалінгвістичного дослідження, що постав у результаті, визначається як мережеві (електронні) ЗМІ або Інтернет-журналістика. У своїх роботах вчені порівнюють класичні і мережеві форми ЗМІ, визначають нові характеристики масово-інформаційного дискурсу, спричинені комунікацією в опосередкованій комп'ютером формі. Значна увага приділяється аналізу візуальних елементів, гіпертекстовій структурі інформації в Інтернет-ЗМІ [68; 71; 99] та інтерактивним можливостям мережевих видань [67].

Поряд з основною функцією – інформативною, мережеві ЗМІ, як і традиційні, виконують також ряд інших – розважальну, освітню (пізнавально-просвітницьку), рекламну та ідеологічну функції [59, с. 21]. Основний зміст онлайн-видань складається з новин, якими наповнюються різноманітні рубрики. Тематична палітра доволі традиційна, навігаційне меню веб-сторінки практично кожного мережевого видання містить такі розділи: *Politik*, *Wirtschaft*, *Gesellschaft*, *Kultur*, *Sport*, *Wissen / Wissenschaft, Computer* / *digital*. Крім того, деякі Інтернет-ЗМІ пропонують свої оригінальні рубрики, надають виданню індивідуальних

відмінних рис і привертають таким чином увагу читача, напр.: *Mobilität* (*Zeit Online*) і *einestages* (*Spiegel Online*).

Л. Ю. Щипіцина зараховує до жанрів комп'ютерно-опосередкованої реалізації масово-інформаційного дискурсу веб-сторінки мережевих ЗМІ, веб-сторінки агенств новин і журналістські та редакційні веблоги, виділяє при цьому веб-сторінку мережевого ЗМІ як прототиповий жанр [160, с. 376-377]. Веб-сторінки мережевих ЗМІ, в свою чергу, поділяються на веб-сторінки друкованих ЗМІ (*www.zeit.de*; *www.spiegel.de*) та веб-сторінки радіо- і телеканалів (*www.ard.de*; *www.mdr.de*). Переважна більшість газет та журналів функціонують як у друкованому, так і в мережевому вигляді, проте існує низка власне мережевих видань: *www.regioblick.de*; *www.netzeitung.de*. Веб-сторінка мережевого ЗМІ визначається як інформативний жанр КОК, подача у вигляді новин і їхнього аналізу інформації, необхідної для орієнтації людини в навколишньому світі. Відмінними форматними ознаками веб-сторінки мережевих ЗМІ є високий ступінь гіпертекстуальності, мультимедійності та інтерактивності, масовий характер комунікації з експлікованим типом адресанта. Крім того, онлайн-ЗМІ відзначаються надзвичайно високою швидкістю реагування на події у світі.

Для Інтернет-видань характерна активізація зворотного зв'язку з читачами. Якщо у традиційних ЗМІ листи читачів доступні здебільшого лише редакції (характерними є спорадичні публікації), то в Інтернеті завдяки практично необмеженому обсягу друкованої площі та простоті і швидкості відправки коментарів спостерігається зовсім інша картина. Відгуки читацької аудиторії такі ж доступні для масового перегляду, як і власне матеріали професійних журналістів. Таким чином, як зазначає Л. Ю. Щипіцина, в мережевих ЗМІ формується своєрідний поліавторський тип адресанта. Матеріали редакції доповнюються відгуками споживачів цих матеріалів, і кінцевий продукт – «складний поліавторський витвір», зазвичай сприймається разом з читацькими коментарями [160, с. 375-377]. Гіпертекстовий принцип організації Мережі сприяє інтеграції в масово-інформаційний дискурс Інтернету популярних

соціальних сервісів, енциклопедій, пошукових систем (*Facebook*; *Wikipedia*), що, в свою чергу, популяризує це видання серед читачів.

Аспект мультимедійності ЗМІ, інтеграції різних знакових систем у подачі інформації теж набуває в Інтернеті нового розвитку. Технічні можливості комп'ютерної обробки інформації та структура Глобальної мережі дозволяють легко поєднати текстові блоки із зображенням, звуком, відео чи анімацією. Об'єднання різних способів кодування інформації з безпосереднім текстом в пов'язану гіперпосиланнями систему може розглядатися вже не як гіпертекст, а як гіпермедіа [160, с. 79]. В російській науковій школі аспект мультимедійності текстів КОК співставний з поняттям *креолізованого тексту*, який визначається як складне текстове утворення, в якому вербальні та іконічні елементи утворюють візуальну, смислову і функціональну єдність, націлену на комплексний прагматичний вплив на адресата [7, с. 17]. Л. Ю. Щипіцина говорить про семіотичну гібридність КОК [160, с. 273]. У німецькому мовознавстві в останні роки формується окремий напрямок лінгвістичного аналізу зображень (*Bildlinguistik*) [171; 172; 179; 220; 287], йдеться про зміну парадигми мас-медійної комунікації під ключовим поняттям *iconic turn* [232]. Поєднання мови і зображення стали сьогодні найважливішими носіями інформації, за допомогою яких відбувається порозуміння в мас-медійному просторі, зображення розглядаються як «швидкі постріли у мозок» [246]. Вміння «прочитати зображення» є однією з основних культурних компетенцій, адже їх сприйняття вимагає значних культурних фонових знань. Сучасна людина отримує щодня стільки сигналів, зображень, текстів, що постійно зростають вимоги щодо їхньої оригінальності і візуалізація набуває вирішального значення.

У ході дослідження вживаності ФЕіК в Інтернет-дискурсі нами було виявлено їхнє часте використання в мережевих ЗМІ. Практично щодо кожної одиниці з середньою та високою вживаністю пошукова система подавала в результатах численні посилання на сторінки того чи іншого онлайн-видання. Для аналізу ми відібрали 85 статей, в яких ФЕіК функціонують у ролі заголовка (див. Додаток В). Більшість статей датована 2011-2012 роками – періодом, коли

здійснювався пошук; лише дві статті є архівними публікаціями друкованого видання. До переліку використаних нами онлайн-видань, крім сайтів відомих надрегіональних і регіональних газет та журналів (*Die Welt*, *Zeit Online*, *Der Spiegel*, *Focus online*, *Hamburger Abendblatt*, *Badische Zeitung*), ввійшли розважально-інформаційний портал *YAHOO!* (інформаційна частина *YAHOO! Nachrichten Deutschland*); портал *deventhos*, присвячений здоровому способу життя і альтернативній медицині та інші сайти інформативного спрямування.

У дослідженні текстів ЗМІ вчені традиційно приділяють значну увагу аналізу заголовків. Заголовок виступає ефективним засобом привертання уваги, зацікавлення аудиторії і виконує, таким чином, інтригуючу та рекламну функції. Остання забезпечується як мовними, так і позамовними засобами, зокрема, розміром та різновидом шрифту. Вчені виділяють також інформативну, експресивну, оцінну, директивну, контактовстановлюючу та текстотвірну функції; при цьому інформативна, експресивна та оцінна визначаються як основні функції заголовка. Заголовок розглядають як «конденсат змісту», «індикатор тексту», «камертон», який налаштовує аудиторію на «одну хвилю» з автором статті, «перший експресивно маркований елемент» (див. [8]). Серед досліджуваних заголовків Л. В. Артемова виділяє нейтральні та експресивно забарвлені і відзначає кількісну перевагу останніх [8]. Вчені вже давно звернули увагу на те, що в ролі експресивних заголовків часто використовуються фразеологізми: «виступаючи як згустки думок і почуттів, фразеологізми-заголовки завоювали мало не монопольне право стисло формулювати основну думку твору, інтригувати читача, натякаючи на описуване» [148, с. 252]. Н. І. Кочукова відзначає, що особлива роль відводиться при цьому трансформованим ФО, крилатим висловам, прислів’ям і приказкам. Одним із принципів формулювання заголовків є тенденція до економії мовного матеріалу, прагнення передати якомога більше змісту, емоційно-оцінного ставлення, використовуючи якнайменше мовних засобів, що породжує влучність і лаконізм газетних заголовків та наближає їх до афоризмів і крилатих слів за подібністю структури та інтонацій [87, с. 15]. Це, в свою чергу, пояснює активне

використання в ролі заголовків ФО, зокрема об'єкта нашого дослідження – фразеологічних експресивів та комунікативів.

До особливостей вживання в заголовках медійних текстів ФЕіК німецької мови належить їхнє поєднання з інформативною частиною заголовка, наприклад: *«**So weit kommt's noch**: Ex-Minister will Saarland auflösen»* (про плани колишнього федерального міністра економіки В. Клемента щодо кінця самостійності невеликих федеральних земель) (50); *«**Aus der Traum**: Gastgeber Polen geschockt und traurig»* (про вибуття господаря ЧЄ з футболу 2012 р. на груповому етапі турніру) (51); *«**Weiss der Geier** – was ist los Europa?»* (про спроби врегулювання фінансового ринку Об'єднаної Європи) (52); *«Endlich endlich: Gold für Deutschland! **Gott sei es gedankt!**»* (про першу золоту медаль німецьких спортсменів на літній олімпіаді 2010 р.) (53). ФЕіК виступають у цих прикладах емоційно-оцінними індикаторами, задають емоційний тон статті, виявляють авторську позицію.

Досліджувані одиниці як конвенціалізовані фрази, які вживаються в різних типових сценаріях і володіють визначеним ілокутивним потенціалом, використовуються в ролі заголовків для аналізу у статті відповідних ситуацій, напр.: *«Parteien. Analyse: **Nur keinen Streit vermeiden**»* (вибір цього ФК, який вживається як жартівливе примирення, пояснюється в основному тексті статті – член ліворадикальної партії С. Лейтгейсер-Шнаренбергер характеризується як *streitbare Frau*, а також за допомогою ФО *mit den Zähnen knirschen; die Zähne blecken*) (54). Таке накопичене вживання ФО слугує більшій експресивізації тексту. За допомогою розмовних фразеологізмів автори створюють фамільярну атмосферу у спілкуванні з читачем, висловлюють своє (негативне) ставлення до описуваних подій та фактів, напр.: *«Euro-Rettung. **Du mich auch**»* (про суперечку колишніх політичних соратників щодо питань стабілізації грошової одиниці та розширення ЄС) (55).

Вжита в ролі заголовка ФО може повторюватися в основному тексті статті. Такі заголовки носять як проспективний, так і ретроспективний характер. Наприклад, стаття *«**Rette sich, wer kann!** Griechen und Italiener bunkern ihre*

Euros» у *Handelsblatt* починається словами *«Rette sich, wer kann. Das ist die Devise für immer mehr Sparer in Griechenland und Italien»*, тобто вжитий ФК передає лейтмотив усієї публікації (56); натомість у статті ***«Mach dir nicht ins Hemd!»***, яка розповідає про творчість поп-виконавця Каспера, ФК із заголовка використовується як підсумкове підбадьорення артиста (57).

Фразеологічні експресиви і комунікативи нерідко використовуються як заголовки інтерв'ю, де вони дублюють одну з реплік респондента: *«Real Madrid droht erneut das frühe Aus*. *«**Es geht um Leben und Tod**»* (*«Am Dienstag geht es um Leben und Tod»* – слова головного тренера мадридського Реала Х. Рамоса перед вирішальним домашнім матчем) (58); *«**Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre**»: Prager Außenminister sieht im Sturz seiner Regierung kein Desaster»* (про урядову кризу в Чехії) (59).

На відміну від форумів, де ФЕіК вживаються здебільшого для емоціоналізації повідомлення, висловлення авторської оцінки та різноманітних спонукань у притаманному їм фразеологічному значенні, в статтях ЗМІ дуже часто зустрічаються випадки семантичної трансформації цих одиниць – навмисного обігрування прямого лексичного значення окремих компонентів чи усього виразу. Під **подвійною актуалізацією значення** (*Ambiquierung*) розуміють такий семантичний ефект, коли поряд із фразеологічним активується також дослівне значення фразеологізму, що може бути досягнуто не лише за допомогою формальної зміни виразу, але й через контекст [175, S. 107]. (Ми розглядали лише приклади семантичних змін без формальної трансформації). При цьому одна з площин значення фокусується більшою чи меншою мірою, а інша відходить на задній план, або два значення актуалізуються водночас.

Аналіз нашого корпусу показав, що такий креативний прийом є досить популярним серед авторів-журналістів. Прикладами одночасної активації прямого і фразеологічного значення є такі статті: ***«Da ist Zug drin»*** (коротка рецензія на фільм «Alois Nebel»; значення ФО *у цій справі є розмах* стосується використаної анімаційної техніки ротоскопіювання, водночас актуалізується значенням компонента *der Zug* (поїзд), оскільки основна дія фільму розгортається

на залізниці) (60); *«**Jetzt ist Sense!**»* (про мешканку одного німецького містечка, яка не дочекалась комунальних служб і сама бере до рук косу, щоб привести в порядок узбіччя недалеко від свого будинку; пор.: *Jetzt ist Sense! – Тепер досить! Годі!* і *die Sense* – коса. Стаття супроводжується відповідним фото) (61); *«**Heiliges Kanonenrohr!** Ex-Kriegsschiff wird Luxushotel in China»* (для заголовку вибрано цей ФЕ **здивування** невипадково – вхід в готель, про який йде мова в статті, знаходиться під пусковою ракетною установкою (пор.: *das Kanonenrohr* – ствол гармати) (62); *«**Ich glaub mich streift ein Bus!**»* (під таким заголовком в *Eßlinger Zeitung* 20.05.2011 р. вийшли оголошення поліції, в одному з яких розшукується водій легкового автомобіля, що напередодні зачепив автобус (пор.: ФЕ **здивування / (неприємної) несподіванки** *Ich glaub mich streift ein Bus!* і регулярне речення в тексті статті *«Trotzdem streifte der Pkw den Bus»*) (63); *«Betrug im Netz. **Sachen gibt's, die gibt's gar nicht»*** (ФЕ **здивування / (неприємної) несподіванки** вжито у заголовку до статті, в якій мова йде про махінації в Інтернеті – користувачі часто перераховують недобросовісним продавцям завдаток за товари, яких *«насправді не існує»* (дешеві авто і т. д.); тобто тут ми бачимо інтерпретацію дослівного значення усього компонентного складу фразеологізму) (64).

Активація за допомогою контексту дослівного значення виразу, винесеного в заголовок, може посилюватися за допомогою зображення. Такі інтегративні поєднання матеріальних і мовних образів володіють комунікативною доданою вартістю в журналістиці і рекламі [284, S. 225]. Наприклад, стаття в *Hamburger Abendblatt* під назвою *«**Da haben wir den Salat** – samt Pestiziden»*, в якій мова йде про виявлені в двох видах листового салату шкідливі речовини, супроводжується фото працівника лабораторії з пучком руколи в руках (пор. ФЕ *Da haben wir den Salat!* – розм. ірон. *От тобі й маєш!*) (65). Цікавим є приклад створення подвійної актуалізації у статті *«Klimawandel in Hessen. **Das kann ja heiter werden»***. Три додані фотографії, на яких зображена зима у м. Франкфурт 2008 року, обігрують пряме значення компонента *heiter* – 1. веселий, радісний (в т. ч. від прийому алкоголю; пор.: *in heiterer Stimmung sein* – бути напідпитку);

2. ясний, безхмарний. На першому фото зображено чоловіка на лавці у ясний сонячний день, друге демонструє веселу атмосферу на літньому майданчику, де вже ласують морозивом, а на третьому відзняті відвідувачі з пивними бокалами. Те, що у заголовку присутнє також власне переносне значення одиниці (*Das kann ja heiter werden* – розм. ірон. *Гарненька історія!*), виявляється в тексті статті, де висловлюється занепокоєння з приводу такого потепління (66).

Одним з прийомів активації двох площин значення є накопичене вживання в тексті синонімічних одиниць. Стаття ***«Ach du dickes Ei**: Bauer macht spektakulären Fund»* розповідає про цікаву знахідку англійського фермера – куряче яйце великого розміру, всередині якого виявився не додатковий жовток, а друге яйце в шкарлупі. Пряме значення компонентів використаної в ролі заголовку ФО підкреслюється вжитком в тексті словосполучення *«das dicke Ding»*, а фразеологічне (ФЕ **здивування**) – вигуками *«Oh mein Gott!»* і *«Das ist unfassbar!»* (67).

Крім випадків такої практично рівнозначної активації фразеологічного і дослівного значень, автори часто вживають ФЕіК в заголовках статей, зміст яких більшою мірою передає дослівне значення, аж до повної ремотивації виразу. Темою низки статей під назвою ***«Ach du dicker Hund!»*** (68; 69; 70) є проблема надлишкової ваги у собак (пор.: *Ach du dicker Hund! / Das ist ein dicker Hund!* – розм. *Це нечувано / неймовірно!*). Наступні приклади також демонструють активацію прямого значення вжитого в заголовку фразеологізму: ***«Jetzt mach mal halblang!»*** (71) – стаття про моду на взуття «до кісточки», тобто *halblang* стосується висоти черевичків, а не правдивості / доречності чиїхось слів (пор. *Nun / jetzt mach (mal) halblang!* – розм. фам. *Не перебільшуй!*); ***«Sieh zu, dass du Land gewinnst!»*** (72) – про відеогру від *National Geographic*, в якій у модулі «дослідник» можна «завойовувати» землі, правильно відповідаючи на запитання (пор.: *Sieh zu, dass du Land gewinnst!* – розм. *Провалюй!*). Інколи автори дають статті заголовок, що містить ФО, дослівне значення компонентів якої перегукується з основним текстом, а активація фразеологічного значення залишається на розсуд читача. Стаття ***«Das kommt nicht in die Tüte!»*** (73)

розповідає про вимогу Партії Зелених ввести збір у розмірі 22 центи на кожний поліетиленовий пакет (*die Plastiktüte*). Автор схвалює таке нововведення, проте вважає, що воно може сподобатися не всім (пор.: *Das kommt nicht in die Tüte!* – розм. фам. *Про це не може бути й мови!*). З огляду на критерії стійкості і відтворюваності ФО «нормальним» припущенням читача буде саме фразеологічне значення, воно активується першим, часто лише при побіжному погляді на заголовок. В ході подальшого ознайомлення з текстом статті може виявитися, що воно або не першорядне, або взагалі не актуалізується. Проте ці випадки, як і описана вище подвійна актуалізація значень, є прикладами семантично «ущільненого» формулювання, яке слугує проявом індивідуальності автора, його креативності і володіє афективним потенціалом. Таке використання мовних засобів призначене не стільки для передачі «подвійних» повідомлень, більшою мірою його метою є знаходження спільного горизонту з читачем. Реципієнт може отримувати від «розгадування» виразу, який має декілька варіантів прочитання, інтелектуальне задоволення та відчувати свою важливість. Завдяки спільному знанню, спільному погляду на речі та спільному емоційному фону читач відчуває зв'язок з продуцентом тексту та іншими читачами і, таким чином, ці одиниці виявляють потенціал творення спільноти.

Крім проаналізованих вище статей мережевих ЗМІ, ми включили до нашого корпусу також приклади вживання ФЕіК німецької мови в інтерактивному блоці видання *Focus Online* – коментарях читачів (всього 50 коментарів). Коментарі є відображенням зворотної реакції аудиторії на журналістський текст. *Focus Online*, як і більшість інших мережевих видань, забезпечує читачам можливість дати свою оцінку прочитаній статті та висловити власну точку зору щодо описаних подій. Таким чином, дискурсивна діяльність в опосередкованій комп'ютером реалізації масово-інформаційного дискурсу не обмежується розміщенням в Мережі матеріалів авторів-журналістів, а продовжується з кожним новим читацьким коментарем [160, с. 380]. На сайтах мережевих ЗМІ практикується модерація повідомлень, тому автори в основному дотримуються сформованого у цьому жанрі нетикету – у коментарях не допускається пряма

образа інших читачів, автора чи дійових осіб коментованої статті, заклики до насильства, міжнаціональної чи релігійної ненависті тощо. Тут не поширені такі графічні ознаки неформального спілкування, як використання смайлів, акронімів, ітерація літер. Більшість дописувачів формулюють свою думку стосовно прочитаної статті відповідно до правил граматики і орфографії. Раціональні аргументи читачі доповнюють висловленням емоційного ставлення до прочитаного, часто, як і автори статей, використовують в ролі заголовків і в основному тексті повідомлення фразеологічні експресиви і комунікативи.

Як правило, ФЕіК використовуються в ролі заголовків до повідомлень, в яких (негативна) емоційна оцінка переважає над раціональною, вживається розмовна лексика, експресивні синтаксичні конструкції, напр.:

*«**Ich glaub ich steh im Wald***

War Herr Waigel nicht in der Zeit zugegen, als CDU und CSU die diversen Schwarzgeldkonten in Liechtenstein und sonst wo auf der Welt hatten? Jetzt wird er Anti-Korruptionsbeauftragter. Ich bin sprachlos. Deutschland, der Sumpf von Heuchlern wird immer größer» (коментар до статті про корупційну аферу на *Siemens*) (74);

*«**Ach du liebe Güte!***

Wenn Sie damit nichts anfangen ist das in Ordnung. Aber 100000den das Hobby zu nehmen aus Gründen die niemand nachvollziehen kann ist totaler Quatsch!... Denken Sie bitte mal nach!» (про заборону пейнтболу) (75).

Коментарі, в заголовках яких використані менш експресивні одиниці, зокрема ФО, що передають епістемну оцінку, відзначаються раціональнішою аргументацією:

*«Vista – **da scheiden sich die Geister***

Einerseits sind ja wirklich nette Funktionen hinzugekommen, stabil ist WindoesXP ja ohnehin bereits gewesen. Andererseits plagen mich hier jedoch regelmäßig wiederkehrende Grafikfehler, die mich täglich zum Neustart zwingen, und auch mein Lieblingsspiel stürzt regelmäßig ab. Hoffentlich legt sich das mit dem SP...

Ein quentchen an Geschwindigkeitsbeginn ist jedenfalls schonmal zu spüren» (коментар до статті про нову версію ОС *Windows Vista*) (76).

Для підсилення власної оцінки, вираженої в заголовку, користувачі інколи повторюють вжиті ФЕіК чи їхні окремі компоненти у тексті коментаря:

«Ach du dickes Ei...

... jetzt merken sogar Politiker was sie zusammen mit den Rundfunkräten ausgehandelt haben. Das ist aber ein ganz großes faules Ei...» (77).

У наступному прикладі автор використовує в ролі заголовку ФК у його усталеній формі, а повідомлення починає видозміненим виразом, що свідчить про вживання цих одиниць у назвах як прецедентних феноменів:

«Und da fragst du noch?

Und da wird noch gefragt, warum die Politiker so ein schlechtes Image haben, angesichts der Diätenerhöhung?!» (78).

За допомогою влучного, часто жартівливого заголовка читачі прагнуть виявити свою креативність, у такий спосіб вони виділяють себе серед інших користувачів як мовна особистість. Проте на відміну від матеріалів журналістів, в коментарях читацької аудиторії значно рідше зустрічаються прийоми мовної гри, двозначності тощо. Нами виявлено лише один приклад використання подвійної актуалізації значення: ***«Ach Du Dickes Ei!****...»* (коментар до статті про зменшення асортименту пекарень у зв'язку з підвищенням цін на яєчну продукцію) (79). Основною функцією ФЕіК у коментарях читачів є висловлення власної оцінки щодо висвітлених в статті подій, створення відповідного емоційного фону, комунікативної близькості.

Вважаємо за доцільне у цьому параграфі детальніше проаналізувати особливості вживання ФЕ *Jetzt schlägt's dreizehn!* У п. 2.3. ми припускали наявність у внутрішній формі цієї одиниці асоціацій як із «надмірністю», так і з небезпекою, та анонсували відповідну емпіричну перевірку. В опрацьованих лексикографічних джерелах в основу семантичних та перекладних еквівалентів покладено власне першу асоціацію із очевидним негативним емоційно-оцінним семантичним компонентом (обурення): *Jetzt / nun / da schlägt's (aber) dreizehn /*

13! – ugs. *Das geht zu weit, jetzt ist aber Schluss damit. Die Wendung geht davon aus, dass eine Uhr höchstens zwölfmal schlagen kann, dreizehn Schläge also über das Normale hinausgehen* [201, S. 172] / розм. фам. *Це вже занадто! Далі нікуди! Дійшли до краю!* [121, с. 155] / разг. фам. *Это уже слишком! ≈ Это уж ни в какие ворота не лезет* [16, с. 133] / *Jetzt ist die Geduld zu Ende; Jetzt ist's genug! Da die Uhr nur zwölfmal schlägt, will man sagen, jetzt sei das Maß übervoll. Seit dem späten 19. Jh.* [250, S. 178] / *Это уж слишком! Что за безобразие!* [51, с. 170].

Ми проаналізували 40 прикладів вживання цієї ФО у статтях онлайн-ЗМІ (як в ролі заголовків, так і в основному тексті). Лише 3 (!) приклади виявили «чисте» лексикографічно кодифіковане значення «*щось переходить усі межі, викликає обурення*». Напр., у статті «*100 Stellen fehlen. Personalnot im Klinikum*» анонсується акція протесту працівників лікарні м. Гютерсло, які незадоволені браком робочої сили в установі та необхідністю виконувати велику кількість понаднормових годин. Ця акція проходитиме під гаслом «*Jetzt schlägt's dreizehn!*» (80). Темою статті «*Jetzt reicht's den Griechen aber!*», в якій теж вжито цей фразеологізм, є фінансово-економічна криза у Греції (81).

У 10 випадках простежується подвійна актуалізація значення ФО, адже експлікується також число *тринадцять*. У публікації «*Noch ein Bäckereibetrieb in Lintorf: Jetzt schlägt's 13*» висловлюється незадоволення мешканців та власників пекарень містечка Лінторф запланованим відкриттям ще однієї – тринадцятої – пекарні (82). Описані у статті «*Analyse zum Bischof von Limburg. Die Akte Franz-Peter Tebartz-van Elst*» події слугують доказом не виключно мовної прецедентності цієї окремої ФО, але й також її релевантності для різних сфер суспільної діяльності. Адже мова йде про акцію протесту проти завищених витрат на будівництво резиденції єпископа м. Лімбург, в рамках якої за допомогою комп'ютерних технологій годинник на дзвіниці о 12-й годині пробив 13 разів (83).

Ще у 5 прикладах експлікувалось число *тринадцять*, проводилась асоціація із «забобонним» тлумаченням його як небезпечного (*Aberglaube*) і всупереч цьому анонсувалась позитивна / приємна новина. Стаття «*Hochzeitsmesse zeigt neue Trends*», в якій мова йде про «весільний ярмарок», що відбуватиметься у

м. Аугсбург у січні 2013 р., починається словами: «*Jetzt schlägt's dreizehn! Denn wer 2013 heiratet, macht sich das Jahr zu einem Glücksjahr. Alles andere wäre purer Aberglaube...*» (84). Схожу гру слів спостерігаємо у статті «*Es geht auch ohne Tattoo*», яка по закінченню переможного для Німеччини ЧС з футболу 2014 р. розповідає про 13-го номера збірної Томаса Мюлера, який до того ж народився 13-го числа (13.09.1989 р.) та вперше зіграв на ЧС 13 червня 2010 р. (85).

У більшості аналізованих корпусних прикладів (22 із 40 статей) подвійна актуалізація значення ФЕ *Jetzt schlägt's dreizehn!* виявилась неочікуваною: у змісті матеріалів журналістів число *тринадцять* поєднується із розповіддю чи анонсуванням якоїсь позитивної події (без експлікації його «забобонного» тлумачення). Тобто фразеологічна одиниця набуває значення «*неймовірне стає можливим; настав вирішальний момент*». У статті «*Jetzt schlägt's 13 – Tina Maze hat nach Kombi-Gold noch lange nicht genug*» мова йде про 13-у нагороду відомої гірськолижниці зі Словенії (86), у статті «*Jetzt schlägt's 13: Adobe bringt Photoshop und Premiere Elements 13*» – про вихід нової (13-ї) версії комп'ютерної програми *Adobe Photoshop* (87), а в «*Lohr. Jetzt schlägt's 13!*» анонсується 13-й загальноміський забіг у м. Лор (88). У публікації «*Jetzt schlägt's 13: Jeff Gordon doch im Chase dabei!*» описана подія – у «п'ятницю 13-го» Джеф Гордон, незважаючи на певні труднощі, все ж був включений 13-м гонщиком у заїзд – саме так і тлумачиться «*Das kaum noch für möglich Gehaltene ist tatsächlich eingetreten*» (89).

Ми провели також аналіз функціонування цієї ФО в асинхронній комунікації. До нашої вибірки потрапили 40 прикладів вживання ФЕ *Jetzt schlägt's dreizehn!* у форумних повідомленнях та коментарях читачів на сайтах онлайн-видань. Результати підтвердили наше спостереження про нехарактерність мовнокреативного вжитку ФЕіК в асинхронній комунікації у порівнянні із журналістськими матеріалами. Лише в одному прикладі присутня подвійна актуалізація значення: користувач висловлює незадоволення поломкою настінного годинника *Westminster*, який о 10-й показував 6-у годину, а пробивав взагалі 13 разів (90).

У більшості випадків (34 повідомлення) ця ФО вжита у своєму лексикографічно кодифікованому значенні, тобто передає незадоволення (обурення) мовця з приводу якоїсь (нестерпної) ситуації, в т. ч. неприємної несподіванки, напр., у коментарях до статей про все більше зубожіння населення (91), про нові мовні регулювання, що видаються дописувачам абсурдними (92), про недосконалу роботу судів (93); у форумних повідомленнях про проблеми з учнем (94), поломку монітора (95) чи несподіваний рахунок на велику суму (96). При цьому у 6 випадках можна простежити вираження побоювання / страху мовця, тобто описана ситуація розглядається як небезпечна, зокрема у повідомленні про «нашестя комах» на балконі (97), у коментарі про шкідливу звичку подруги (паління) (98) та ін.

У 5 повідомленнях ФЕ *Jetzt schlägt's dreizehn!* вжито для вираження радості, приємної несподіванки, тобто ця одиниця, як і у матеріалах журналістів, набуває значення «*неймовірне стає можливим; настав вирішальний момент*». Наприклад, один з користувачів радіє, що йому за допомогою підказки форумчан врешті вдалося налаштувати комп'ютерну програму (99). Іншому користувачеві саме під час написання поста про поломку машини подзвонили з автомайстерні й вирішили усі формальності зі страхівкою (100).

Отже, проведена корпусна перевірка підтвердила наше припущення про релевантність для синхронного вжитку мотивації ФЕ *Jetzt schlägt's dreizehn!* як поняттям «надмірності», так і символьним значенням числа *тринадцять*. Несподіваним виявився результат щодо досить частого вживання цієї ФО для вираження приємної несподіванки, адже таке значення не фіксується жодним з розглянутих лексикографічних джерел. Тому ми вважаємо перспективним проведення на основі великих текстових корпусів функціонально-контекстуального аналізу ФО різних типів з метою уточнення лексикографічних відомостей.

3.3.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи в соціальних мережах

Комунікативне середовище Інтернету змінюється та вдосконалюється швидкими темпами. Ряд технологічних змін на початку 21 століття призвів до

формування «Веб 2.0» – нового покоління веб-сайтів, основну масу контенту яких створюють рядові користувачі. На цій основі сформувались т. зв. засоби соціальної масової комунікації (*social media*), які за допомогою цифрових каналів дають користувачам можливість спілкування та інтерактивного обміну інформацією. Вони функціонують як окремі соціальні мережі користувачів зі створеним ними вмістом (*user generated content*) [235]. Л. О. Браславець розуміє під соціальними мережами Інтернет-сервіси, які «надають користувачам можливість створити стандартизовану особисту веб-сторінку, розмістити в призначеному для користувача розділі свої дані, а також встановити і формалізувати зв'язки з іншими користувачами сервісу» [19, с. 10]. Дослідниця зазначає, що користувачі публікують у цих сервісах не лише особистісно-орієнтовану інформацію – очевидці значних подій висвітлюють їх тут паралельно з професійними журналістами і за рахунок масовості дають аудиторії ширшу і деталізованішу картину того, що відбувається. Л. О. Браславець поділяє сервіси соціальних мереж на основі їхньої структурно-функціональної організації на соціальні мережі анкетного типу (коренева сторінка цих сайтів містить профіль користувача); соціальні мережі щоденникового типу (блог-платформи) та колекційні соціальні мережі – хостинги (відповідно до типу основного контенту розрізняють сервіси для розміщення зображень, аудіофайлів, відеозаписів, колекцій посилань на Інтернет-ресурси та сервіси для розміщення інформації змішаного типу).

3.3.2.1. Фразеологічні експресиви і комунікативи в структурі соціальної мережі Фейсбук

Найпопулярнішою у світі соціальною мережею анкетного типу є *Фейсбук*, яка належить однойменній американській компанії *Facebook inc. Фейсбук* було засновано у лютому 2004 р. М. Цукербергом та його колегами як мережу для студентів декількох університетів у США. З вересня 2006 р. сайт став доступним й іншим користувачам Інтернету. Згідно з даними *alexa.com* соціальна мережа

Фейсбук є сьогодні другим за відвідуваністю сайтом у світі після *Google* (на 26.08.2015 р.) [291].

До емпіричної бази нашого дослідження ввійшли приклади вживання ФЕіК німецької мови користувачами соціальної мережі Фейсбук в ролі імені користувача (всього 41) та в назвах Фейсбук-спільнот, груп, публічних подій тощо (74 приклади) (див. Додаток Г). Приватні повідомлення користувачів нами не розглядались через відсутність вільного доступу до них.

У соцмережах, на відміну від анонімного спілкування на форумах (здебільшого без фото та під вигаданим ім'ям – нікнеймом), передбачена більшою мірою публічна діяльність користувача. Під час реєстрації система пропонує ввести реальні ім'я та прізвище, зареєстровані учасники отримують можливість завантажувати на своєму профілі фото та відео. ФЕіК, які користувачі використовують у виборі імені для своєї сторінки, свідчать про їхнє прагнення залишатися анонімними також і в соцмережі. Часто користувачі подають своє справжнє ім'я, а ФЕіК використовуються в ролі прізвища і виконують, таким чином, інтригуючу функцію та створюють ігрову (карнавальну) атмосферу. Наведемо тут окремі приклади імен користувачів цієї соцмережі: *Frank Fragmichwasleichteres; Fragmichwas Leichteres; Gewusst Wie; Marie-Luise Soweitkommtsnoch; Lina SchwammDrüber; Robin Dreimaldarfstduraten; Öftermal Wasneues; Falsch Verbunden.* Такі імена передають емоційний стан користувачів та певне «загравання-виклик» відвідувачам сторінки. Характерним є використання ФЕіК, які привносять негативний емоційний заряд (*Geh Heim; Du Kannstmichmal; Ichglaub Ichspinne; Pfui Deibel*). Інколи користувачі візуалізують вибране ім'я за допомогою відповідного фото у своєму профілі. Напр., на основному фото користувача *Potz Donner* зображена грозова хмара та блискавка. Відповідні зображення розміщені також на численних профілях під назвою *Zum Teufel* та *Pfui Teufel.* Користувачі використовують як імена й деякі інші ФЕ, передусім короткі, з імпліцитною структурою речення (*Achdu Meinegüte; David Ach du Liebezeit; Ach Du Liebes Lieschen; Achdudickes Ei*) та одиниці у формі звертання (*Mein Lieber Scholli; Mensch Meier*), які, вочевидь, перегукуються з

їхніми реальними прізвищами. Напр., унікальний ідентифікатор користувача під іменем *Mein Lieber Scholli – lukas.scholl*.

До найтиповіших функцій соціальних мереж анкетного типу зараховують самопрезентацію і самоствердження, інформування і отримання інформації, підтримання зв'язку з іншими користувачами. Соцмережа Фейсбук пропонує зручний набір інструментів для створення груп – об'єднань користувачів на добровільній основі для обговорення певних тем, та інших сторінок – спільнот, публічних подій, розваг тощо. В ролі назв таких сторінок теж активно використовують ФЕіК. Ці спільноти мають здебільшого яскраво виражений розважальний характер, їхній контент – різноманітні жартівливі пости, кумедні відео чи зображення. В соцмережі, наприклад, функціонують такі спільноти: *«Sachen gibt's, die gibt's gar nicht»* (101; 102; 103); *«Ich glaub mein Goldfisch humpelt xD»* (104); *«Ruhe auf den billigen Plätzen»* (105); *«Dreimal darfst du raten»* (106); *«Warum einfach, wenn es auch kompliziert geht?»* (107); *«ach du heiliger bimbam»* (108) та ін. Користувачі часто визначають в інформації про спільноту її розважально-гумористичне спрямування та підбирають відповідне основне фото (аватарку); при цьому, як правило, візуалізується окремий (субстантивний) компонент фразеологізму чи весь образ. Напр., спільнота *«Warum ist die Banane krumm?»* (109) містить опис *«Einfach mal Dumme Sprüche Posten und so xD»* та фото бананів. На аватарці спільноти *«Ich glaub, mein Hamster bohnert»* (110) завантажено фото кумедного хом'ячка, а на сторінці *«ich glaub ich steh im wald :o»* (111) – фото хлопчика в лісі, який здивовано роздивляється навколо. Така подвійна актуалізація значення, тобто візуалізація прямого значення конституентів ФЕіК, володіє афективним потенціалом та посилює розважальну функцію цих одиниць в ролі назв сторінок соцмережі. Якщо в назві спільноти вжито необразну ФО чи ФО без предметного субстантивного компонента, візуалізація може здійснюватися за допомогою зображення, яке передає відповідну емоцію (на фото спільноти *«das darf doch nicht wahr sein digga»* (112) білий ведмідь закриває лапою очі, ніби не вірячи в те, що бачить), чи виключно з використанням відповідного напису (дослівного або із вживанням лексичних

одиниць відповідного семантичного поля) також і на аватарці групи / спільноти (напр., в спільноті *«Was du kannst, kann ich schon lange»* (113) на основному фото розміщений напис цієї ФО, а на сторінці *«Das halte Ich für ein Gerücht»* (114) – повар з казанком і напис *«Gerüchteküche»*).

Вчені часто наголошують на особливому текстотвірному потенціалі ФО, «силі», що прагне знайти вираження в тексті чи зображенні, дає поштовх формулюванню думок. Ще Г. Бургер та його співавтори відзначали, що деякі автори володіють технікою «з одного фразеологізму «розвивати» цілі частини текстів чи навіть цілі завершені тексти» [175, S. 90]. Щодо функціонування ФЕіК в соцмережі можна сказати, що вони дають поштовх до створення цілих розважальних сторінок чи груп користувачів. В інформаційному розділі окремих спільнот чітко прослідковується така тенденція. Наприклад, в описі спільноти *«Du kriegst die Tür nicht zu»* (115) зазначено: *«Für alle, die auch diesen Spruch gerne verwenden, wenn sie irgendetwas so daneben, unfassbar oder irgendwie schräg finden!»* (на фото – старий будинок, в якому через насипаний пісок неможливо закрити двері); на сторінці *«Ich glaub mein Goldfisch humpelt xD»* (104) подана інформація: *«Der Spruch sagt unser Englisch- Lehrer immer. Teilt die Seite bitte und ladet freunde ein ;) Danke»* та розміщений пост *«ladet alle leute ein, die ihr kennt und lasst diesen Spruch wetberühmt werden ((:»*. Відзначимо, що в багатьох випадках вибір ФЕіК в ролі назви спільноти пояснюється бажанням користувача привернути увагу до своєї сторінки, зробити її популярною, набрати якнайбільше натисків кнопки «подобається» (відома у Фейсбук *«the like button»*), тобто ФЕіК виконують у цьому випадку рекламну функцію. Метою є не лише самопрезентація, тут може бути присутній також комерційний інтерес, адже сторінки з високим рейтингом можна пізніше продати зацікавленій компанії. Ми виявили велику кількість сторінок, на яких практично відсутні будь-які пости чи інша інформація, окрім прохання натискати «подобається» (*«Ahja, aber sonst geht's dir gut?»* (116); *«Der Zug ist abgefahren»* (117); *«stimmts oder hab ich recht?»* (118); *«Geh mir aus der Sonne»* (119) та ін.). Крім спільнот та груп розважального характеру, ФЕіК використовуються також як назви тематичних об'єднань,

публічних подій тощо. Група *«GEWUSST WIE – Tipps und Tricks für den Alltag»* (120) пропонує корисні поради з різних сфер життя; на сторінці *«Nichts wie hin»* (121) зібрані посилання на цікаві екскурсійні тури, а тематикою групи *«Himmel, Arsch und Zwirn»* (122) є все, що пов'язане з пряжею і плетінням. На перший план тут виходять згадувані вище афективний потенціал ФЕіК та потенціал творення спільноти.

3.3.2.2. Фразеологічні експресиви і комунікативи на фото- і відеохостингах

На початку 21 століття значне поширення отримали й соціальні мережі колекційного типу, зокрема фото- і відеохостинги. Фотохостинг – веб-сайт, призначений для зберігання та обміну зображеннями (цифровими фото). Користувачі мають можливість подати заголовок та опис фото, прокоментувати роботи інших членів спільноти. Найбільшою у світі є заснована в лютому 2004 р. фотоспільнота *Flickr* (*www.flickr.com*). Згідно з власними даними сайту тут розміщені мільярди фото зареєстрованих користувачів. У німецькомовному сегменті Інтернету також діють численні фотохостинги (як спеціалізовані веб-сайти, так і колекції фото інших популярних сайтів), напр.: *www.fotocommunity.de*; *www.piqc.de*; *www.natur-portrait.de*; *www.fotouristen.de*; *http://galerie.chip.de*. До нашої вибірки (див. Додаток Д) включено 184 приклади вживання ФЕіК в ролі заголовків до розміщених на хостингах фото, з них 172 – на *fotocommunity.de*, веб-порталі професійних фотографів та фотографів-аматорів. Заснована у лютому 2001 р., *fotocommunity.de* з 1,5 млн. зареєстрованих користувачів є найбільшою Інтернет-спільнотою фотолюбителів у Європі. На сайті завантажено десятки мільйонів фото та коментарів до них; крім того, тут часто організовуються фотоконкурси і розігруються тематичні призи.

Активне використання користувачами ФЕіК в ролі заголовків фото підтверджує нашу гіпотезу про прецедентний характер цих одиниць. Вжиті ФО відповідають відзнятим ситуаціям чи переданим на фото емоціям (або виражають

емоції автора). Напр., заголовок *«Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich!»* (пор.: розм. жарт. *Просто диву даєшся!* [122, с. 215]) передає приємне здивування автора, якому вдалося серед зими зафільмувати рідкісного птаха на озері (123). На іншому фото під такою ж назвою зображений чоловік, який зацікавлено розглядає картини у виставковому залі (124). Заголовок *«Warum einfach wenns auch kompliziert geht?»* (пор.: ugs. iron. *Das ist unnötig umständlich* [201, S. 184]) стосується чудернацько заплутаного вусика (винограду?) (125). Фото під назвою *«lass das, ich hass das.....»* (ця фраза вживається як жартівливо-погрозливе прохання припинити робити щось, що не подобається співрозмовнику) є макрозйомкою гусені з «сердитим виразом обличчя» (126). На одному із фото під заголовком *«Ab durch die Mitte»* (пор.: ugs. *Schnell fort! Los, vorwärts!* [201, S. 27] зображені три собаки, що біжать по снігу, а на іншому – кінь у русі (127; 128).

Прийом подвійної актуалізації значення ФЕіК, який користується великою популярністю серед журналістів, набуває не менш масового поширення і серед фотолюбителів, адже фото являє собою безпосередню візуалізацію того чи іншого образу. Як правило, актуалізується лише дослівне значення фразеологізму чи його окремого компонента, напр.: *«Ich glaub mein Schwein pfeift»* (на фото морська свинка із загостреною мордочкою начебто насвистує) (129); *«Da kannst Du Dich auf den Kopf stellen...»* (мавпочка повисла на дереві вниз головою) (130); *«Die Ruhe auf den billigen Plätzen»* (порожні засніжені трибуни старого стадіону) (131); *«... weiß der Geier»* (фото королівського грифа) (132); *«Gib ihm Saures»* (фото пластинок апельсину) (133); *«Ich glaub, mich streift ein Bus!»* (у вечірньому Берліні повз Брандербурзькі ворота проїжджає автобус, який на фото відобразився лише як декілька світлових смуг) (134). В останньому випадку можна припустити актуалізацію й фразеологічного значення – заголовок, вочевидь, передає здивування автора фото від отриманого ефекту гри світла. Подвійна актуалізація значення присутня також у таких прикладах: *«ich sehe grün»* (макрозйомка бабки в яскраво-зеленій траві; у глядачів складається враження, що комаха зайняла на стеблі спостережну позицію і розвідує

обстановку; пор.: фразеологічне значення виразу *Ich schöpfe neue Hoffnung; es besteht Aussicht auf Hilfe und Rettung* [250, S. 310]) (135); *«erzähl mir keinen vom Pferd...»* (невеликий собака на руках у жінки відсахнувся від коня у загородці, куди вона його піднесла; фразеологічне значення тут теж співприсутнє – фото повною мірою передає як переляк, так і здивування тварини) (136). У наступному прикладі автор актуалізував значення ФО та дослівне значення лише основи одного з компонентів: на фото під назвою *«ErLAUBen Sie mal!»* відзнято розлючену кішку у траві серед пожовклого листя (пор.: розм. фам. *(Але) дозвольте! (вияв протесту)* [121, с. 184] і *das Laub* – листя, зелень) (137).

Використання жартівливої чи креативно вжитої ФО часто виступає однією з умов вдалої презентації фотографії. ФЕіК виконують у таких випадках розважальну та парольну функції – натякають на спільну емоціосферу носіїв мови, спільний фоновий гумор, тобто виступають прецедентними феноменами. Користувачі у своїх коментарях нерідко дають захоплену оцінку дотепно підібраному заголовку. Напр., фото *«Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp....»*, на якому відзнято стрімкі сходинки ескалатора, отримало коментар: «*Toll geschnitten und dazu noch* ***ein ganz köstlicher Titel***» (138). На фото *«Wir werden das Ding schon schaukeln!!!!!!!!!!»* білочка гойдається на підвісному вазонку на фоні прапора Німеччини (пор.: значення ФО ugs. *Wir werden die Sache schon richtig erledigen; das schaffen wir schon* [201, S. 410] і *schaukeln* – розхитуватися, гойдатися). Це фото було змонтоване в очікуванні поєдинку між збірними Німеччини та Аргентини на ЧС з футболу 2010 р., який закінчився з рахунком 4 : 0 на користь німців, звідси коментар: *«Super, eine wunderbare Szene, und* ***der Titel passt ja gleich viermal****»* (139). Фото *«Mein lieber Scholli»*, на якому зображено уламки криги по всій поверхні води під мостом у Потсдамі (пор.: ФЕ **здивування**, (інколи) **перестороги** і *die Scholle* – крижина), отримало коментар: *«**Der Titel sagt alles!** TOP :)!»* (140). Багато коментарів має також фото *«Hasch mich, ich bin der Frühling»*, на якому відзнято двох зайців, що біжать (коментарі: *«<lach>* ***Ein herrlicher Titel, der schon beim Lesen das Schmunzeln ins Gesicht treibt****»*; *«:-)))) KLASSE...! Das hebt die Stimmung am grau nieseligen SamstagMorgen doch gewaltig*

*... :-) Schönes Foto ...**genial getitelt** ... :-))*) (141) та фото собаки смоляно-чорного окрасу, який спокійно сидить на камені в очікуванні (господаря), під заголовком *«Da kannst du warten bist du schwarz wirst»* (коментарі: *«**Der Titel ist klasse** ....:-))»; «... schöne Aufnahme und **genialer Titel**»*) (142). Такі заголовки викликають певні емоції у користувачів, нагадують про близьких їм людей, які любили вживати у своїй мові той чи інший вираз. До фото під назвою *«Das Berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten...»* одна з користувачок написала: ***«mußte jetzt direkt lachen, weil ich diesen Spruch schon so lange nicht mehr gehört hatte. Schön :-))»*** (143); до іншого фото під такою ж назвою поданий наступний коментар: ***«... was für ein Titel... muß an meine Mutter denken...»***) (144).

Часто користувачі підхоплюють гру слів автора, розвивають її далі у своїх коментарях, використовують також інші ФО; демонструють, що вони зрозуміли авторський задум. Напр., фото під назвою *«Die Spatzen pfeifen es von den Dächern»* (фото горобців на даху будинку) отримало коментар: *«Mit dem Titel **hast** Du mal wieder **den Vogel abgeschossen** :)))»* (145). До фото *«Nur keinen Streit vermeiden...»* (відзнято «суперечку» між чайкою та крохалем – птахом сімейства качиних) один з користувачів у коментарях пропонує свій заголовок: *«Nein – **immer drauf, was das Zeug hält**!!! *lach*....»*) (146). Цікавими є коментарі до фото *«Der Knüppel liegt beim Hund»* (хлопець лежить на лавці, неподалік стоїть собака та лежить кийок; пор.: значення ФО ugs. *Das also sind die unangenehmen Konsequenzen* [201, S. 423] і буквальне значення *Палиця лежить біля собаки*): *«Wuste garnicht das Du **auf den Hund gekommen bist**»*; *«Besser könnte der Titel nicht sein zu der Aufnahme, eine klasse Momentaufnahme»*; *«Der Titel **passt wie die F.a.A.** :-))))))))))»* (147). Справжнє змагання на креативність користувачі влаштували в коментарях до фото під заголовком *«Da haben wir den Salat...»*, на якому відзнята вкрита снігом гілка ялини: *«Eisbergsalat? :-)»*; *«Oh, Kiefernsalat mit Sahnesoße? Ein passendes Rezept für die Jahreszeit ;-))»*; *«Das ist aber ein feiner Salat – hätte ich auch gerne!»*; *«ich liebe auch schnee- und eissalat...»*; *«Ein schönes Bild vom *Wintersalat*»*; *«Diesen Salat gibt es nun auch bei uns.... umsonst :-)»*; *«Der Salat ist echt gut auf dem Bildschirm – kommt mir aber nicht in die Schüssel»* (148).

Великою популярністю сьогодні користуються також відеохостинги (відеоплатформи / відеопортали) – сайти, що дозволяють завантажувати та переглядати в Інтернеті відеоролики. Перегляд здійснюється в режимі потокового мовлення, тобто онлайн безпосередньо на запит користувача. За нашими відомостями, першим відеохостингом був заснований в 1997 р. сайт *shareyourworld.com*. На початку 21 століття із масовим поширенням Інтернету та здешевленням серверів було створено багато нових потужних відеоплатформ, зокрема *MyVideo* (2006), *Dailymotion* (2005), *Clipfish* (2006), *Vimeo* (2004), інтерфейс яких доступний багатьма мовами і які належать в наш час до найвідвідуваніших веб-сайтів у Мережі. Справжній прорив здійснив заснований у лютому 2005 р. відеопортал *YouTube*, який належить сьогодні компанії *Google.Inc*. Сайт *www.youtube.com* є третім за відвідуваністю в світі після пошукової машини *Google* та соцмережі *Facebook* [291]. Станом на травень 2013 р. статистичні служби подають дані про більше ніж 4 мільярди переглядів на *YouTube* на день [165]. Як і інші відеоплатформи, *YouTube* дозволяє безкоштовно завантажувати, переглядати та коментувати відеоролики. Тематичне наповнення сайту не обмежується, проте користувачі мають можливість поскаржитися на відеоролик, який не відповідає суспільно-моральним нормам. В підсумку на платформі розміщується як професійне (музичні кліпи, сюжети телепередач, уривки чи цілі кінофільми), так і аматорське відео різної якості та змісту. Крім того, з 2007 р. користувачі можуть заробляти на популярності своїх відеороликів.

Користувачі подають до кожного відео заголовок та інколи короткий опис. З метою привернути увагу потенційних глядачів у цій функції авторами часто використовуються фразеологічні експресиви і комунікативи. До нашої вибірки увійшло 79 прикладів вживання ФЕіК німецької мови в ролі заголовків відеороликів (77 відео на *YouTube* та 2 – на *MyVideo*) (див. Додаток Е). Вжита ФО передає загальний емоційний фон чи основну комунікативну інтенцію сюжету, напр.: *«Nicht schlecht, Herr Specht»* (автор знімає комп’ютерну гру і вихваляється результатом) (149); *«Warum einfach, wenns auch umständlich geht»* (чудернацько

забитий гол) (150); *«Ach du Schreck»* (підбірка відзнятих прихованою камерою «переляків») (151); *«wenn Blicke töten könnten!»* (кумедний погляд хом'ячка) (152).

Прецедентний характер ФЕіК підтверджується їхнім вживанням у відео різних жанрів. Наприклад, відео *«Kommt in den besten Familien vor»* (153) є рекламним роликом кабельного телебачення та Інтернету. Назви відеосюжетів також можуть дублювати репліки інтерв'ю: *«Es ist noch alles drin»* (інтерв'ю з гравцем футбольного клубу «Вердер») (154). У сюжеті про демонстрацію проти обмеження витрат міського бюджету на культуру та соціальну сферу, яка відбулась у м. Кельн 16.03.2013 р., заголовок *«Jetzt schlägt's 13!»* дублює напис на одному з транспарантів (155). ФЕіК використовуються часто як назви популярного сьогодні жанру відео – демонстрації епізоду комп'ютерних відеоігор. Емоційний характер таких заголовків повинен зацікавити цільову аудиторію: *«Let's Play Damnation #08 [HD] – Warum nicht gleich so?!!»* (156); *«Let's Play Hide; Halloween Special – Ach du meine Fresse!!!»* (157). Крім того, в ряді ігрових відеороликів використано описаний вище прийом актуалізації дослівного значення ФО чи її окремих компонентів (збігаються з назвою епізоду або героями гри), напр.: *«Let's Play ArcheAge 172 – Der Bär ist los»* (158). Цей прийом спостерігаємо і в багатьох інших відео: *«Ach Du dickes Ei... Waldhessens größtes Osterei steht in Kirchheim»* (велике тисове дерево оформлене як пасхальне яйце) (159); *«Da wird der Hund in der Pfanne verrückt Teil 1»* (собака грається сковорідкою) (160); *«Nicht schlecht, Herr Specht»* (дятел «лікує» дерево) (161); *«Jetzt ist Polen offen!»* (відзнято польсько-німецький кордон в день його відкриття) (162). Ідея візуалізації фразеологізмів повною мірою втілена у сюжеті *«5 vor 12 schlägts 13»* (163). Десятихвилинний відеоролик побудований майже виключно на образах близько сотні ФО, як словосполучень, так і одиниць зі структурою речення, зокрема ФЕіК (*Ach du grüne Neune! Ich glaube, mein Schwein pfeift! Klappe zu – Affe tot! Hast du alle Tassen im Schrank? Du spinnst wohl! Schwamm drüber! Kommt nicht in die Tüte! Es geht jetzt um die Wurst*). Відео зібрало понад 770 тисяч переглядів. Коментарі до нього свідчать, що користувачі

захоплені цим комічно-гротескним роликом, можливістю побачити приховані за такими нібито звичними виразами та словами картини, пропонують свої ФО для наступних сюжетів: *«Der Oberknaller..Tränen gelacht...respekt und viel erfolg :-)»*; *«sehr originelle Idee und hervorragend umgesetzt»*; *«echt geil :) man könnte noch was einbauen mit einer Zecke (Punk), oder «da platzt mir die Hutschnur» freu mich wahnsinnig auf teil 2 :)»*. Отже, при використанні ФЕіК у назвах фото і відео основними є їхні парольна та розважальна функції. Вони слугують самопрезентації користувача та привертанню уваги до його творчої роботи.

3.3.3. Фразеологічні експресиви і комунікативи в назвах веб-сайтів

Веб-сайт (від англ. *site* – місце, площадка) – віртуальне місце в Інтернеті під певним доменним іменем, яке складається з окремих веб-сторінок, поєднаних між собою за допомогою гіпертекстових технологій. Основною сторінкою комплексного веб-сайту є домашня сторінка (*homepage*), яка при запуску сайту відкривається першою.

В сучасній Інтернет-лінгвістиці веб-сайт розглядається як функціонально-тематична єдність. С. А. Матвєєва визначає сайт як дискурс, гіпертекстове утворення електронної комунікативної діяльності (твір), що перебуває в постійній динаміці та є реалізованою сукупністю взаємозалежних (тематично, семантично, інтенційно, фізично) веб-сторінок [110, с. 56]. А. Шторер також говорить про «цілісну тематичну концепцію» (*thematische Gesamtvorstellung*) і єдину комунікативну мету, яка переслідується при розробці окремих текстів [286]. Адреси сайтів (доменні імена), як правило, повністю повторюють назву тієї установи, фірми, проекту тощо, які вони представляють, або використовуються абревіатури (плюс ім’я верхнього домену).

Описана вище тенденція до вживання в німецькій лінгвокультурі ФЕіК як прецедентних висловлень підтверджується також досить частим використанням цих одиниць в ролі доменних імен. До нашої вибірки увійшли 62 адреси веб-сайтів, які повністю або частково утворені за допомогою ФЕіК німецької мови

(див. Додаток Ж). Ці назви передають основну комунікативну інтенцію та емоційний фон Інтернет-проекту, напр.: *www.das-waren-noch-zeiten.de* (віртуальна подорож у часі в 60-і роки минулого століття; пор.: *Das war(en) noch Zeit(en)! – Оце був час!* [122, с. 339]); *www.ruhig-blut.com* (персональна сторінка А. Лінднер – спеціаліста з антистресової терапії; пор.: *(Nur immer) ruhig Blut! – Не хвилюйтеся! Спокійно!* [121, с. 111]); *www.seikeinfrosch.de* (портал знайомств; пор.: *Sei kein Frosch!* – розм. *1. Не клей дурня, не кривляйся! 2. Сміливіше! Не вагайся!* [121, с. 227]). Крім того, вони часто виконують розважальну функцію, коли дослівний зміст ФО чи її окремого компонента перегукується з тематикою сайту: *www.wobrennts.de* (сайт добровільної пожежної частини м. Баймерштетен; пор.: *Wo brennt's (denn)?* – розм. *1. Що за поспіх? 2. Що трапилося?* [121, с. 121]); *www.dasistmeinbier.at* (клуб любителів пива – учасники розробляють власний рецепт пива, а одна з броварень втілює їхні ідеї на практиці; пор.: *Das ist (nicht) mein Bier* – ugs. *Das ist (nicht) meine Angelegenheit* [201, S. 119]); *www.fuerdiekatz.com* («Dein Katzen-Portal» – портал для кішок і їхніх господарів; пор.: *(Das) ist für die Katz(e)* – розм. *Усе це даремно, марно; ≈ коту під хвіст* [121, с. 373]); *www.allewetter.de* (прогноз погоди у понад 50 000 містах світу; пор.: *Alle Wetter!* – ugs. *Ausruf der Bewunderung, des Erstaunens* [201, S. 11]); *www.achdulieberhimmel.de* (реклама відпочинку в м. Бюсум; на сайті розміщено декілька фото місць відпочинку – будинки на фоні яскраво голубого неба; пор.: *(Ach) du lieber Himmel!* – ugs. *Ausruf der Überraschung, der Bestürzung* [201, S. 355]). Ми виявили також випадки використання ФЕіК як додаткового доменного імені. Під час відкриття сторінки за адресою *www.mich-trifft-der-schlag.de* відбувається переадресація на сайт фірми OBO *http://www.obo-bettermann.com/mtds/,* яка пропонує грозозахист (пор.: *Der Schlag soll mich (auf der Stelle) treffen* – розм. *Хай мене грім поб'є!* [122, с. 164]). За адресою *www.so-läuft-der-hase.de* переадресація здійснюється на персональну сторінку педагога-консультанта S. Hasenfuss *www.susanne-hasenfuss.de*, тобто ФО перегукується у цьому випадку із прізвищем власника сторінки. Вибір в ролі доменного імені ФЕіК, компоненти яких співпадають з іменем власника сайту, підтверджують й

такі приклади: *www.ei-der-daus.de* (веб-сторінка електромонтажної фірми A. Daus); *www.torwartschule-alles-in-butter.de* (школа підготовки воротарів тренера I. Butter); *http://mein-lieber-scholli.net* (Інтернет-сторінка фірми з облицювальних робіт J. Scholl).

Висновки до Розділу 3

Жанри Інтернет-комунікації слід розглядати як формати спілкування, в яких технічні конфігурації визначають мовний образ текстів і комунікативну поведінку мовців. Жанрова панорама Інтернет-дискурсу відзначається високою динамічністю – постійно утворюються нові жанрові формати та змінюються старі, а також наявністю численних міжжанрових зв'язків. Що більш діалогічною та синхронною є комунікація в Інтернеті, то частішими в ній є прояви ознак концептуально усного мовлення.

Вживання ФЕіК в асинхронній комунікації супроводжується основними фонетико-графічними особливостями концептуально усного мовлення (редукцією літер, клітизацією слів, ітерацією розділових знаків, використанням емотиконів) та служить для імітації спільного комунікативного простору, створення комунікативної близькості – емоційно-маркованого способу організації спілкування, передачі його неформального характеру. Фразеологічні експресиви і комунікативи використовуються для емоційного насичення повідомлень, активізації уваги співрозмовника, виклику інтересу до теми розмови та автора як мовної особистості і реалізують функцію самопрезентації.

Ми виявили також випадки мовнокреативного вживання цих одиниць. ФЕіК виконують розважальну функцію, виступають одним із засобів створення гумористично-ігрової тональності Інтернет-комунікації. Користувачі використовують ФЕіК в усіх структурних елементах форумів – власне у тексті повідомлень, у заголовках до них та як засоби докомунікативної самопрезентації особистості – в ролі нікнеймів і оріджинів (електронних підписів), передають карнавальний характер віртуального спілкування. На платформах питань-

відповідей спостерігається значна зацікавленість пересічних користувачів питанням етимології ФЕіК, а також тенденція до сприйняття цих одиниць як прецедентних феноменів.

Результати пошуку *Google* показали, що ФЕіК – серед них як одиниці, що мають власне літературне (в широкому розумінні) походження, так і інші широковживані стійкі фрази – часто використовуються в ролі назв фільмів, телепередач, літературних та музичних творів, магазинів, закладів харчування тощо. ФЕіК виконують у цьому випадку парольну функцію, виступають прецедентними феноменами інтенційної та емоційно-оцінної концептосфер німецької лінгвокультури.

Аналіз функціонування ФЕіК в онлайн-ЗМІ підтверджує існуючу тенденцію до посилення в сучасних мас-медіа експресивної функції, міжстильового перерозподілу лексичного і фразеологічного матеріалу. ФЕіК німецької мови особливо часто вживаються в ролі заголовків медійних текстів, чому сприяють такі виділені нами категорійні ознаки цих одиниць: синтаксична структура речення, відтворюваність, прагматична прив’язка, належність до ментального лексикону (більшості) членів мовної спільноти, національно-культурний компонент семантики. У поєднанні з інформативною частиною заголовка ФЕіК виступають емоційно-оцінними індикаторами, задають емоційний тон статті, описують типові сценарії та виявляють авторську позицію.

На відміну від форумів, де ФЕіК вживаються здебільшого у своєму звичному (фразеологічному) значенні, в статтях ЗМІ частими є випадки подвійної актуалізації значення – семантичної трансформації ФО, коли обігрується пряме лексичне значення окремих компонентів чи усього виразу. Такі приклади семантично «ущільненого» формулювання слугують проявом креативності автора і володіють афективним потенціалом. Реципієнт може отримувати від розшифрування виразу, який має декілька варіантів прочитання, також інтелектуальне задоволення, тобто, відповідно до теорії оптимальної релевантності, зростає кількість когнітивних ефектів, отриманих під час інтерпретації висловлення. Завдяки спільному знанню та спільному емоційному

фону читач відчуває зв'язок з продуцентом тексту та іншими читачами, що підтверджує наше припущення про функціонування ФЕіК як прецедентних одиниць та відображає поширену в Інтернет-комунікації загальну тенденцію до мовної гри і креативності.

Технічні можливості комп'ютерної обробки інформації та гіпертекстова структура Глобальної мережі дозволяють легко поєднати текстові блоки із зображенням, звуком, відео чи анімацією, внаслідок чого аспект мультимедійності ЗМІ набуває в Інтернеті нового розвитку. Аналіз матеріалів показав, що активація за допомогою контексту дослівного значення ФЕіК, винесених в заголовок, нерідко посилюється за допомогою зображення.

В інтерактивному блоці Інтернет-ЗМІ представлені коментарі читачів, що відображають зворотну реакцію аудиторії на журналістський текст. У тексті коментарів та в ролі заголовків до них користувачі активно вживають ФЕіК з метою виявити свою оригінальність, виділити себе як мовну особистість, привернути увагу до свого повідомлення. На відміну від матеріалів журналістів, в коментарях читацької аудиторії значно рідше зустрічаються прийоми мовної гри, двозначності тощо. Основною функцією ФЕіК є висловлення власної оцінки щодо висвітлених в статті подій, створення відповідного емоційного фону.

В соціальних мережах анкетного типу ФЕіК часто використовуються в ролі імені та / чи прізвища користувача. Такі імена передають емоційний стан користувачів (поширеним є використання одиниць, які привносять негативний емоційний заряд) та певне «загравання-виклик» відвідувачам сторінки, виконують інтригуючу функцію та створюють ігрову (карнавальну) атмосферу, виявляють прагнення користувача залишатися анонімним в Інтернет-комунікації.

У соцмережі Фейсбук особливий текстотвірний потенціал ФЕіК виявляється в тому, що вони дають поштовх до створення спільнот та груп користувачів (переважно розважального характеру). Вибір ФЕіК в ролі назви спільноти пояснюється бажанням користувача привернути увагу до своєї сторінки, зробити її популярною, тобто ФЕіК виконують, крім розважальної, рекламну та парольну функції. Візуалізація ФЕіК, вжитих в ролі назв, за

допомогою зображень на сторінці спільноти (в т. ч. подвійна актуалізація значення) посилює розважальний ефект цих одиниць.

Поширеним є також вживання ФЕіК користувачами соціальних мереж колекційного типу – фото- і відеохостингів. Вжиті одиниці відповідають відзнятим ситуаціям чи переданим на фото та відео емоціям (або виражають емоції автора). Прийом подвійної актуалізації значення ФЕіК також користується великою популярністю серед фото- і відеолюбителів. Використання жартівливого або креативно вжитого фразеологізму в ролі назви фотографії чи відеоролика нерідко виступає однією з умов їхньої вдалої презентації та самопрезентації користувача як творчої особистості. ФЕіК виконують у цих випадках також розважальну та парольну функції – натякають на спільну емоціосферу носіїв мови, спільний фоновий гумор, тобто виступають прецедентними феноменами.

Ця тенденція підтверджується використанням ФЕіК в ролі доменного імені. Вони часто виконують розважальну функцію, коли дослівний зміст ФО чи її окремого компонента перегукується з тематикою сайту.

Результати дослідження висвітлені автором у статтях [41; 42].

ВИСНОВКИ

В сучасній лінгвістиці щодо досліджуваних ФО існує багато гетерогенних підходів, які часто охоплюють більший чи менший обсяг одиниць, а також різнобій у термінології. У представлених концепціях ці мовні явища розглядаються як комунікативні одиниці чи як вторинні вигуки; серед прагматично-функціональних підходів їм нерідко відводиться статус залишкової категорії.

З прагматичним поворотом та із впровадженням методів корпусної лінгвістики у працях з фразеології релятивуються основні категорійні ознаки ФО – ідіоматичність та стійкість; фразеологізми розглядаються як понадслівні одиниці, які функціонують у мовленні більшою мірою завдяки процесам «відтворення», аніж «продукування». Поширеними є дослідження різножанрового контекстного функціонування ФО різних типів, а також їхньої лінгвокультурної специфіки.

У рамках лінгвофілософської концепції ідіоматичного карбування мови Г. Файльке та досліджень шаблонної мови Ш. Штайна серед дискурсивних одиниць інтенційного мовленнєвого вжитку виділено функціонально-семантичне поле **фразеологічних експресивів і комунікативів** – окремих висловлень, синтаксично оформлених у вигляді речень / еліптичних речень, закріплених узуально для вираження інтенцій, оцінок і емоцій мовця, які характеризуються вживаністю, відтворюваністю, відносною стійкістю, комплексним значенням і виконують комунікативну та експресивну функцію. Релевантними для ФЕіК визначено взаємодетерміновані критерії структурно-синтаксичної стійкості та функціональної фіксації (прагматичної стійкості). Аналіз існуючих класифікацій показав, що ФЕіК конвенціалізовано пов’язані з певними ілокутивними функціями, які відтворюються разом з лексико-структурним складом фрази, і щодо багатьох ФО цього типу їх можна визначити незалежно від контексту.

Функціонально-семантичне поле ФЕіК німецької мови ми представили у вигляді класифікаційної схеми тезаурусного типу – отримані на основі суцільної

лексикографічної вибірки одиниці формуються в окремі функціонально-семантичні групи (таксони і підтаксони), а експлікація перетину їхніх значень, тобто поліфункціональної специфіки ФЕіК, здійснюється за допомогою відсилань між таксонами.

Складність у проведенні дискретної межі між стійкими фразами із суто експресивною семантичною домінантою та одиницями продуктивного чи непродуктивного комунікативних стилів з визначеною комунікативною інтенцією зумовила необхідність виділення амбівалентно-перехідної ідіоматики експресивно-комунікативного спрямування, яка складає значну кількісну частку досліджуваного емпіричного мовного матеріалу.

У дослідженні національно-культурного компонента семантики ФЕіК виділено одиниці із символьною складовою (елементами міфологічно-релігійного характеру, зоонімами, числовим та колоративним символьними компонентами), ФЕіК з літературним у широкому розумінні підґрунтям та одиниці, які виникли на історичній національній основі. У семантиці останніх відображені історичні події, звичаї та традиції, особливості побуту та різних сфер народного господарства чи наявні німецькі антропоніми. Загалом частка національно-культурно маркованих ФЕіК, як засвідчив аналіз, склала понад 17 %, що з огляду на застосований широкий підхід до визначення ідіоматичності і відповідну вибірку досліджуваних одиниць дозволило зробити висновок про виражене акумулювання фонових знань носіїв мови в німецькому мовно-культурному ареалі не лише традиційними ідіомами, але і фразеологічними експресивами і комунікативами.

Ми розглядали мережу Інтернет як особливий текстовий макрокорпус. Розроблено методику визначення вживаності ФЕіК з використанням пошукової машини *Google* і виокремлено групи ФЕіК з високою, середньою, низькою та нульовою частотою вживання в Інтернет-текстах.

Інтернет-пошук релятивує розгляд формальної стабільності фразеологізмів. Як показало дослідження, за допомогою корпусного пошуку, зокрема з використанням в ролі корпусу матеріалів Інтернету та пошукових машин можна

визначити не лише окремі оказіональні форми ФО, але й форми, що за частотою вживання конкурують зі словниковими і, таким чином, претендують на лексикографічну фіксацію, чи одиниці, які повинні замінити маловживані та цілком невживані лексикографічно фіксовані варіанти фразеологічних одиниць.

Виявлені в лексикографічних джерелах ФЕіК, що вийшли чи виходять з ужитку, та низька фіксація багатьох широковідомих і часто вживаних одиниць дозволяють рекомендувати використання отриманих результатів в майбутніх проектах з укладення фразеологічних словників чи словників розмовної німецької мови. Інтернет як корпус виявився консистентним та відображає вживання ФО цього типу максимально наближено до мовної реальності.

Фразеологічні експресиви і комунікативи у мережі Інтернет виступають чинниками особливого виду квазіусної, писемно-усної комунікації. Вживання ФЕіК в асинхронній комунікації супроводжується основними фонетико-графічними особливостями концептуально усного мовлення і служить для імітації спільного комунікативного простору, створення комунікативної близькості – емоційно-маркованого способу організації спілкування.

Завдяки поєднанню діахронної та синхронної національно-культурної специфіки семантики і включенню механізмів вторинної інтертекстуальної алюзії фразеологічні експресиви і комунікативи німецької мови виконують в аналізованих жанрах Інтернет-комунікації парольну функцію – натякають на спільну емоціосферу носіїв мови, спільний фоновий гумор. ФЕіК виявляють потенціал творення спільноти і виступають прецедентними феноменами інтенційної та емоційно-оцінної концептосфер німецької лінгвокультури, її об’єднуючим фактором.

Аналіз функціонування ФЕіК в онлайн-ЗМІ підтверджує існуючу тенденцію до посилення в сучасних мас-медіа експресивної функції та міжстильового перерозподілу лексичного і фразеологічного матеріалу. ФЕіК німецької мови особливо часто вживаються в ролі заголовка, виступають у поєднанні з його інформативною частиною емоційно-оцінними індикаторами медійних текстів.

Завдяки технічним можливостям комп'ютерної обробки інформації та гіпертекстовій структурі особливістю Інтернет-комунікації є значно активніше поєднання візуального та вербального каналів інформації. У функціонуванні в Інтернет-дискурсі фразеологічних експресивів і комунікативів з цим феноменом нерозривно пов'язана подвійна актуалізація дослівного й ідіоматично-сигніфікативного прочитання фразеологічних одиниць, потенціал якої значно ширший, аніж у традиційних медіа. Фразеологічні експресиви і комунікативи виконують розважальну функцію, виступають одним із засобів створення гумористично-ігрової тональності Інтернет-комунікації. Прийом подвійної актуалізації значення ФЕіК, який користується великою популярністю серед журналістів, набуває не менш масового поширення серед фото- і відеолюбителів.

У соцмережі Фейсбук особливий текстотвірний потенціал ФЕіК виявляється в тому, що вони часто дають поштовх до створення спільнот та груп користувачів (переважно розважального характеру). Типовою є візуалізація ФЕіК, вжитих в ролі назв, за допомогою зображень на сторінці спільноти (в т. ч. подвійна актуалізація значення), яка посилює розважальний ефект цих одиниць.

Таким чином, аналіз функціонування ФЕіК німецької мови у текстах різних жанрових форматів Інтернет-дискурсу дав можливість зробити висновок про універсальний характер креативного вживання цих одиниць, їхньої розважальної та парольної функцій.

Різноманітне поширене використання ФЕіК в називній функції – в ролі заголовків медійних текстів, повідомлень асинхронної комунікації та коментарів читацької аудиторії онлайн-ЗМІ, нікнеймів й оріджинів на форумах та імен користувачів, назв груп та спільнот у соцмережах, назв фотографій і відеороликів та доменних імен, свідчить про додану дискурсивну вартість цих одиниць. У функції прецедентних феноменів ФЕіК (головним чином, ядро цього функціонально-семаничного поля – групи одиниць з високою та середньою частотою вживання) виступають носіями фонових знань й роблять свій внесок у творення когнітивно-світоглядної бази німецької лінгвокультури. Відсутність щодо більшості одиниць перекладних еквівалентів та водночас їхнє активне

використання у німецькомовному дискурсі може спричинити труднощі у міжкультурній комунікації та робить очевидною необхідність їхнього врахування для формування іншомовної компетенції, включення до навчальних програм з лексикології, лінгвокраїнознавства, спецкурсів з фразеології німецької мови, перекладу тощо.

Інтернет-дискурс як мовний корпус завдяки легкому доступу до великого масиву різножанрових текстів може і надалі використовуватися як для визначення частотності вживання певних мовних одиниць, наприклад, встановлення пареміологічного мінімуму тієї чи іншої лінгвокультури, так і для дослідження функціонування мовних одиниць різних рівнів, зокрема, у концептуально усному мовленні чи у соціолінгвістичних студіях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверина С. Н. Пословично-поговорочные паремии как аргументативные средства языка : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19 / Аверина Светлана Николаевна. – Краснодар, 2005. – 159 с.
2. Аврамова А. Г. Электронный дискурс в зеркале оппозиции «устный-письменный» / А. Г. Аврамова // Вестник Московского университета. Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 3. – С. 119-126.
3. Адзинова А. А. Явление прецедентности в заглавиях креолизованных текстов (на материале языка глянцевых журналов) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / А. А. Адзинова. – Майкоп, 2007. – 21 с.
4. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса (на материале английского языка) / Ольга Викторовна Александрова. – М. : Высшая школа, 1984. – 211 с.
5. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології / Микола Федорович Алефіренко. – Х. : Вища школа, видавництво при ХДУ, 1987. – 135 с.
6. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм : Монография / Николай Федорович Алефиренко. – М. : ЭЛПИС, 2008. – 270, [1] с.
7. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизированных текстов) : [Учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов] / Е. Е. Анисимова. − М. : Академия, 2003. – 128 с. − (Высшее образование).
8. Артемова Л. В. Оцінно-емотивна домінанта експресивності сучасних іспанських аналітичних статей (на матеріалі періодичних видань «El Pais», «El Mundo», «ABC») : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.05 / Артемова Людмила Василівна. – К., 2005. – 219 с.
9. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. – [2.

изд., испр.]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 895 с. – (Язык. Семиотика. Культура).

10. Архангельский В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии / Владимир Леонидович Архангельский. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 1964. – 315 с.
11. Балли Ш. Французская стилистика / Шарль Балли; [перевод с фр. К. А. Долинина ; под ред. Е. Г. Эткинда]. – М. : Изд- во иностр. лит., 1961. – 394 с.
12. Баоянь У. Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискуссии (на материале Интернет-дневников) : дис. … кандидата филол. наук : 10.02.01 / У Баоянь. – М., 2008. – 232 с.
13. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15 / Баран Ярослав Андрійович. – Івано-Франківськ, 1998. – 391 с.
14. Баранов А. Н. Аспекты теории фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – М. : Знак, 2008. – 656 с.
15. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с. – (Серія «Альма-матер»).
16. Бинович А. С. Немецко-русский фразеологический словарь / А. С. Бинович, Н. Н. Гришин. – М. : Русский язык, 1975. – 659 с.
17. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика : проблеми семантики і фукціонування : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.01 / Бойко Надія Іванівна. – К., 2006. – 501 с.
18. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика / Н. Н. Болдырев. – [2. изд., стер.]. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 2001. – 123 с.
19. Браславец Л. А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации : автореф. дис. на соискание ученой

степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Л. А. Браславец. – Воронеж, 2010. – 22 с.

20. Вавилова Е. Н. Жанровая квалификация дискурса телеконференций Фидонет : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е. Н. Вавилова. – Томск, 2001. – 24 с.
21. Валимова Г. В. Функциональные типы предложений в современном русском языке / Галина Васильевна Валимова. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 1967. – 331 с.
22. Великорода Ю. М. Прецедентні феномени в американському медійному дискурсі (на матеріалі часописів «Time» та «Newsweek») : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Ю. М. Великорода. – Львів, 2012. – 17 с.
23. Верещагин Е. М. Лингвострановедческая теория слова / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1980. – 320 с.
24. Верещагин Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Русский язык, 1990. – 246, [1] с. – (Б-ка преподавателя рус. яз. как иностранного).
25. Викторова Е. Ю. Коммуникативы в разговорной речи (на материале русского и английского языков) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19 / Викторова Елена Юрьевна. – Саратов, 1999. – 195 с.
26. Виноградов В. В. Русский язык / В. В. Виноградов. – [2-е изд.]. – М. : Высшая школа, 1972. – 616 с.
27. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – С. 140-161.
28. Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология : лингвокультурологический аспект / отв. ред. Н. А. Андрамонова. – Казань : Казанский гос. у-т, 2004. – С. 63-67.

29. Витгенштейн Л. Философские работы / Людвиг Витгенштейн; [составл., вступ. статья, примеч. М. С. Козловой ; перевод М. С. Козловой и Ю. А. Асеева]. – М. : Издательство «Гнозис», 1994. – Часть I. – 612 с.

30. Гак В. Г. К диалектике семантических отношений в языке / В. Г. Гак // Принципы и методы семантических исследований / [отв. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Наука, 1976. – С. 73-92.

31. Гак В. Г. Фразеорефлексы в этнокультурном аспекте / В. Г. Гак // Филологические науки. – 1995. – № 4. – С. 47-55.

32. Гак В. Г. Синтаксис эмоций и оценок / В. Г. Гак // Функциональная семантика, оценка, экспрессивность, модальность : In memoriam Е. М. Вольф / [Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; предисл. И. И. Челышевой]. – М. : ИЯЗ, 1996. – С. 20-31.

33. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.20 / Галичкина Елена Николаевна. – Астрахань, 2001. – 212 с.

34. Галкина-Федорук Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке / Е. М. Галкина-Федорук // Сборник статей по языкознанию. Профессору Московского университета академику В. В. Виноградову в день его 60-летия / [под ред. А. И. Ефимова]. – М. : Изд-во МГУ, 1958. – С. 103-124.

35. Гамзюк Н. В. Междометные фразеологические единицы немецкого языка (опыт диахронического исследования) : дис. … кандидата филол. наук : 10.02.04 / Гамзюк Николай Васильевич. – К., 1993. – 187 с.

36. Гамзюк М. В. Вигукові фразеологічні одиниці у контексті / М. В. Гамзюк // Семантико-стилістична будова тексту та функціонування одиниць різних мовних рівнів : темат. збірник наукових праць. – Київ : КДЛУ, 1995. – С. 155-158.

37. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення в процесі створення фразеологічних одиниць : на матеріалі німецької мови : монографія / Микола Васильович Гамзюк. – К. : Видавничий центр КДЛУ, 2000. – 256 с.

38. Гамзюк М. В. Емотивність фразеологічної системи німецької мови (досвід дослідження в синхронії та діахронії) : дис. … доктора філол. наук : 10.02.04 / Гамзюк Микола Васильович. – К., 2001. – 420 с.

39. Гордій О. М. Корпусні лінгвістичні дослідження і фразеологія / О. М. Гордій // Наукові записки; Серія «Філологічна» : матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурна комунікація: мова-культура-особистість». – Острог : Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2014. – Вип. 45. – С. 14-17.

40. Гордій О. М. Культурно-національний конотативний компонент ідіоматичності фразеологічних експресивів і комунікативів / О. М. Гордій // Мова і культура. Науковий журнал. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – Вип. 13. – Т. VIII (144). – С. 38-45.

41. Гордій О. М. Німецькі фразеологічні експресиви й комунікативи в асинхронній інтернет-комунікації / О. М. Гордій // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки; Серія : Філологічні науки (Мовознавство). – Луцьк : СНУ ім. Л. Українки, 2014. – № 4 (281). – С. 172-176.

42. Гордій О. М. Основні характеристики Інтернет-дискурсу / О. М. Гордій // Лінгвістика. Комунікація. Освіта : матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції, 27-28 березня 2014 р. – Луганськ : Вид-во ЛДАКМ, 2014. – С. 89-93.

43. Гордій О. М. Семантико-прагматичні особливості та поняття ідіоматичності фразеологічних експресивів і комунікативів / О. М. Гордій // Східнослов’янська філологія : зб. наук. праць ; Мовознавство. – Горлівка : Вид-во ГІІМ ДВНЗ «ДДПУ», 2012. – Вип. 23. – С. 162-174.

44. Гордий О. М. Структурно-синтаксические особенности фразеологических экспрессивов и коммуникативов. Понятие устойчивости и

воспроизводимости / О. М. Гордий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 2. – Ч. 2. – С. 57-61.

45. Гордій О. М. Фразеологічні експресиви і комунікативи як лінгвістичний феномен / О. М. Гордій // Studia methodologica. – Тернопіль : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2010. – Випуск 30. – С. 260-266.

46. Гордій О. М. Функціональне поле фразеологічних експресивів і комунікативів / О. М. Гордій // Наукові записки; Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. – Випуск 129. – С. 301-307.

47. Гордій О. М. Частотність вживання фразеологічних експресивів і комунікативів німецької мови в Інтернет-дискурсі / О. М. Гордій // Studia methodologica. – Тернопіль : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – Випуск 36. – С. 86-93.

48. Горошко Е. И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета / Е. И. Горошко // Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта : Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : зб. наук. праць; (Філол. науки.). – Луганськ, 2004. – Т. 3. – вип. V. – С. 8-30.

49. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М. : Гнозис, 2003. – 286, [1] с.

50. Гумбольдт В. Язык и философия культуры / Вильгельм фон Гумбольдт; [сост., общ. ред. и вступ. статьи А. В. Гулыш, Г. В. Рамишвили]. – М. : Прогресс, 1985. – 451 с. – (Языковеды мира).

51. Девкин В. Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики / В. Д. Девкин. – М. : Русский язык, 1994. – 768 с.

52. Дейк Ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : Сб. работ / Т. А. ван Дейк; [под ред. В. И. Герасимова]. – М. : Прогресс , 1989. – 310, [2] с.

53. Денисенко С. Н. Відображення фразеологічної картини світу в семантиці фразеологізмів / С. Н. Денисенко // Актуальні питання фразеології : зб. наук. праць. – К. : Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка, 2011. – Вип. 2. – С. 5-11.

54. Денисенко С. Н. Проблеми взаємодії мови і культури в сучасній лінгвістичній науці / С. Н. Денисенко // Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень і методика викладання іноземних мов професійного спілкування у вищій школі : зб. наук. пр. – Л. : Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, 2007. – С. 40-42.

55. Денисенко С. Н. Фразеологический концепт как аккумулятор етнокультурных ценностей / С. Н. Денисенко // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами : междунар. науч. конф. – Белград, 2013. – С. 400-413.

56. Дєрік І. М. Просодичні особливості дискурсу інформаційних повідомлень ділової тематики в Інтернеті (експериментально-фонетичне дослідження) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15 / Дєрік Ілона Морисівна. – О., 2007. – 264 с.

57. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / [під загальн. ред. І. С. Шевченко]. – Х. : Константа, 2005. – 356 с.

58. Добровольский Д. О. Национально-культурная специфика во фразеологии (I) / Д. О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1997. – № 6. – С. 37-48.

59. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – [изд. 2-е, стер.]. – М. : УРСС, 2005. − 286 с.

60. Долинин К. А. Стилистика французского языка / Константин Аркадьевич Долинин. – Л. : Просвещение, 1978. – 344 с.

61. Дружин Г. В. Прагматический аспект сетикета (нетикета) / Г. В. Дружин // Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : зб. наук. праць ; (Філол. науки.). – Луганськ : Альма-матер, 2003. – Т. 1 : Структура представлення знань про світ, суспільство, людину: у пошуках нових змістів. – С. 73-83.

62. Заборовская С. В. Особенности виртуального дискурса в пространстве Интернет (на примере интернет-дневников) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.02 / Заборовская Светлана Витальевна. – Х., 2006. – 217 с.

63. Земская Е. А. Цитация и виды её трансформации в заголовках современных газет / Е. А. Земская // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. – М., 1996. – С. 157-168.

64. Иванов Л. Ю. Воздействие новых информационных технологий на русский язык: системно-языковая и культурно-речевая проблематика / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи : [К 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова] / Н. Ю. Шведова и др. (редкол.). – М. : Индрик, 2001. – С. 131-147.

65. Ипполитова Н. Б. Изобразительно-выразительные средства в публицистике : Учебное пособие / Н. Б. Ипполитова. – Саранск : Мордов. гос. у-т им. Н. П. Огарева, 1988. – 79, [1] с.

66. Исабеков С. Е. Немецкие идиоматические устойчивые фразы непословичного и нецитатного характера (поговорки) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / С. Е. Исабеков. – М., 1973. – 31 с.

67. Какорина Е. В. СМИ и интернет-коммуникация (области пересечения и проблема взаимодействия) / Е. В. Какорина // Язык современной публицистики : сб. статей / [под ред. Г. Я. Солганика]. − М. : Флинта : Наука, 2005. − С. 67-98.

68. Калмыков А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. − М. : ЮНИТИ, 2005. − 383 с.

69. Караджев Б. И. Коммуникативно-прагматический потенциал русских пословиц : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Б. И. Караджев. – М., 2009. – 24 с.

70. Караулов Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю. Н. Караулов // Русский язык и языковая личность. – Москва : Наука, 1987. – С. 216-220.

71. Карпова Т. Б. Сетевые СМИ как новый тип дискурса / Т. Б. Карпова // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : материалы 2-й Международной научной конференции,

Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 14-16 февраля 2008 года / [сост. М. Н. Володина]. – М. : Филологический фак. МГУ им. М. В. Ломоносова , 2008. − С. 393-395.

72. Квеселевич Д. И. Русско-английский словарь междометий и релятивов / Д. И. Квеселевич, В. П. Сасина. – М. : Русский язык, 1990. – 398, [1] с.
73. Киприянов В. Ф. Коммуникативы как лексико-грамматический класс слов в русском языке / В. Ф. Киприянов // НДВШ. Филологические науки. – 1975. – № 3. – С. 79-87.
74. Киприянов В. Ф. Фразеологизмы-коммуникативы в современном русском языке : [Учеб. пособие для спецкурсов и спецсеминаров по общей и рус. фразеологии] / В. Ф. Киприянов. – Владимир : Владимирский гос. педагог. ин-т, 1975. – 68 с.
75. Кожина Е. К. Коммуникативы: структурно-семантический, лингвопрагматический и эстетико-изобразительный аспекты : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01 / Кожина Елена Константиновна. – Таганрог, 2004. – 166 с.
76. Козырева Л. Ф. Устойчивые фразы и контекст / Людмила Филипповна Козырева. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. ун-та, 1983. – 120 с.
77. Козырева Л. Ф. Междометные устойчивые фразы в аспекте теории номинации / Л. Ф. Козырева // Фразеологическая номинация : особенности семантики фразеологизмов : межвузовский сборник научных трудов. – Ростов-на-Дону: Ростовский-на-Дону гос. педагог. ин-т, 1989. – С. 72-80.
78. Колшанский Г. В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1975. – 231 с.
79. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве : Монография / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Альма-матер, 2006. – 392 с.
80. Компанцева Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты : дис. … доктора филол. наук : 10.02.02 / Компанцева Лариса Феликсовна. – Луганск, 2007. – 503 с.

81. Компьютеры, сети, Интернет : Энциклопедия / Ю. Н. Новиков, Д. Ю. Новиков, А. С. Черепанов, В. И. Чуркин. – СПб. : Питер, 2002. – 925 с.

82. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови» / С. П. Коновець. – К., 2002. – 20 с.

83. Константинова А. А. Коммуникативно-прагматический потенциал пословиц и поговорок в современной англо-американской прессе : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / А. А. Константинова. – М., 2007. – 24 с.

84. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О. А. Корнилов. – [2. изд., испр. и доп.]. – М. : ЧеРо, 2003. – 347, [1] с.

85. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе : Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / Виталий Григорьевич Костомаров. – М. : Изд-во МГУ, 1971. – 267 с.

86. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи / В. Г. Костомаров. – [3. изд., испр. и доп.]. – Спб. : Златоуст, 1999. – 319 с. – (Язык и время ; Вып. 1).

87. Кочукова Н. І. Експресивно-виражальні можливості трансформованих стійких сполучень слів (на матеріалі української преси кінця ХХ – початку ХХІ століття) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.01 / Кочукова Наталія Іванівна. – Слов’янськ, 2004. – 182 с.

88. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология : [Лекц. курс] / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 282, [1] с.

89. Красных В. В. Свой среди чужих : миф или реальность / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.

90. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог, роман / Ю. Кристева // Вестник Московского университета. Серия 9 : Филология. – 1995. – № 1. – С. 97-124.

91. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность : функциональные и структурные аспекты : [сб. обзоров] / [отв. ред. С. А. Ромашко]. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 7-25.

92. Кузь Г. Т. Вигукові фразеологізми в українській мові : етнолінгвістичні та функціональні аспекти : дис. … кандидата філол. наук : 10.02.01 / Кузь Галина Тарасівна. – Чернівці, 2001. – 187 с.

93. Куклина И. Н. Явления фразеологизации и дефразеологизации в языке современной прессы : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01 / Куклина Ирина Николаевна. – М., 2006. – 251 с.

94. Кукса А. Л. Коммуникемы немецкого и русского языков с семантикой «утверждения» / «отрицания» и «оценки» : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19, 10.02.04 / Кукса Алексей Леонидович. – Ростов-на-Дону, 2004. – 172 с.

95. Кунин А. В. Английская фразеология : теоретический курс / Александр Владимирович Кунин. – М. : Высшая школа, 1970. – 344 с. – (Б-ка филолога).

96. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка : опыт систематизированного описания / Александр Владимирович Кунин. – М. : Международные отношения, 1972. – 287, [1] с.

97. Куницына В. Н. Межличностное общение : Учебник для вузов / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб. : Питер, 2001. – 544 с. – (Серия «Учебник нового века»).

98. Куценко Л. В. Вигукові фразеологізми в сучасній українській мові : дис. … кандидата філол. наук : 10.02.01 / Куценко Людмила Василівна. – Дніпропетровськ, 1995. – 143 с.

99. Кушнерук С. Л. Расширение коммуникативного пространства : специфика текстов электронных СМИ в сравнении с печатными / С. Л. Кушнерук // Политическая лингвистика. − Екатеринбург, 2007. − Вып. 3 (23). − С. 140-143.

100. Лингвистический энциклопедический словарь / [Гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энцикл., 1990 – 682, [3] с.

101. Лукашенко Н. Г. Іспаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгво-стилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків) : дис. … кандидата філол. наук : 10.02.05 / Лукашенко Наталія Григорівна. – К., 2006. – 278 с.

102. Лукьянова Н. А. Экспрессивность в системе, словаре и речи / Н. А. Лукьянова // Человеческий фактор в языке : Языковые механизмы экспрессивности / отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1991. – С. 157-178.

103. Лунев М. В. Ситуативно обусловленные устойчивые фразы в русском языке : дис. … кандидата филол. наук : 10.02.01 / Лунев Максим Владимирович. – Тула, 2006. – 181 с.

104. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : монография / Ольга Васильевна Лутовинова. – Волгоград : Перемена, 2009. – 476 с.

105. Лысенко С. А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19 / Лысенко Сергей Александрович. – Воронеж, 2010. – 184 с.

106. Макаров М. Л. Жанры в электронной коммуникации: quo vadis? / М. Л. Макаров // Жанры речи : Сб. науч. ст. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. – Вып. 4. Жанр и концепт. – С. 336-351.

107. Маклюэн М. Галактика Гутенберга : становление человека печатающего / Маршал Маклюэн; [пер. И. О. Тюриной]. – М. : Акад. проект : Фонд «Мир», 2005. – 495 с. – (Концепции).

108. Мартине А. Основы общей лингвистики / А. Мартине // Новое в лингвистике – М. : Изд-во иностранной литературы, 1963. – Вып. 3. – С. 366-566.

109. Маслова В. А. Лингвокультурология / Валентина Авраамовна Маслова. – [4-е изд., стер.]. – М. : Академия, 2010. – 202, [2] с.

110. Матвєєва С. А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15 / Матвєєва Світлана Анатоліївна. – Луганськ, 2006. – 212 с.

111. Меликян В. Ю. Экспрессивные текстообразующие функции коммуникем / В. Ю. Меликян // НДВШ. Филологические науки. – 1998. – № 1. – С. 73-82.

112. Меликян В. Ю. К проблеме классификации нечленимых предложений / В. Ю. Меликян // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания : межвуз. сб. – Ростов-на-Дону : РГПУ, 2001. – Ч. 1. – С. 88-99.

113. Меликян В. Ю. Очерки по синтаксису нечленимого предложения / Вадим Юрьевич Меликян. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. гос. пед. ун-та, 2001. – 136 с.

114. Михайлов В. А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В. А. Михайлов, С. В. Михайлов // Актуальные проблемы теории коммуникации : Сборник научных трудов / [Василик М. А. и др. (редкол.)]. – СПб. : Изд.-во СПбГПУ, 2004. – С. 34-52.

115. Можейко М. А. Дискурс / М. А. Можейко, О. С. Лепин // Всемирная энциклопедия : Философия / [главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов]. – М. : АСТ; Мн. : Харвест, Современный литератор, 2001. – С. 316-319.

116. Мокиенко В. М. Славянская фразеология : [Учеб. пособие для филол. спец. ун-тов] / Валерий Михайлович Мокиенко. – М. : Высшая школа, 1980. – 207 с.

117. Мусаелян С. С. Этикетные коммуникемы русского языка : системный и функциональный аспекты : автореф. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19, 10.02.01 «Теория языка», «Русский язык» / С. С. Мусаелян. – Ростов-на-Дону, 2008. – 27 с.

118. Мягкова Е. Ю. Эмоциональная нагрузка слова: опыт психолингвистического исследования / Елена Юрьевна Мягкова. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1990. – 106, [3] с.

119. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка / Арманд Грантович Назарян. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Высшая школа, 1987. – 287, [1] с.

120. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : монография / Елена Анатольевна Нахимова. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2007. – 207 с.

121. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. / [уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Рад. школа, 1981. – Т. 1. – 416 с.

122. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. / [уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Рад. школа, 1981. – Т. 2. – 382 с.

123. Новиков Л. А. Семантика русского языка : [Учеб. пособие для филол. спец. ун-тов] / Л. А. Новиков. – М. : Высшая школа, 1982. – 272 с.

124. Основы теории коммуникации : Учебник / [М. А. Василик и др.; под ред. М. А. Василика]. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

125. Остапович О. Я. Корпусний аналіз текстових електронних масивів у вивченні фразеології іноземних мов. Методологічні принципи, практична аплікація, межі й застереження / О. Я. Остапович // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки; Філологічні науки. – 2008. – № 5. – С. 391-399.

126. Остапович О. Я. Ідіоматичність мови і мовлення як лінгвокогнітивна універсалія / О. Я. Остапович // «Мова і культура». – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – (Випуск 13). – Том 2 (138). – С. 146-157.

127. Полищук Н. В. Проблемы междометной фразеологической номинации / Н. В. Полищук // Фразеологическая семантика в парадигматике и синтагматике : сб. научных трудов. – М. : МГПИИЯ им. Мориса Тореза, 1984. – Вып. 226. – С. 178-189.

128. Прохоренко Е. Я. Своеобразие идентичностей в киберпространстве / Е. Я. Прохоренко // Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта : Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : зб. наук. праць; (Філол. науки.). – Луганськ, 2004. – Т. 1. – вип. V. – С. 56-67.

129. Прутчикова В. В. Семантико-функциональные особенности немецких пословичных высказываний : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / Прутчикова Валентина Васильевна. – Днепропетровск, 2002. – 234 с.

130. Пташник С. Б. Структурно-семантичні особливості фразеологічних модифікацій та їхні функції в німецькому газетному тексті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / С. Б. Пташник. – Л., 2003. – 18 с.

131. Пузиков М. А. Семантика и звуковой состав первичных и вторичных междометий (на материале русского языка) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19 / Пузиков Максим Александрович. – Комсомольск-на-Амуре, 2006. – 173 с.

132. Райхштейн А. Д. Немецкие идиоматические фразы / А. Д. Райхштейн // Иностранные языки в школе. – 1969. – № 4. – С. 4-14.

133. Райхштейн А. Д. Немецкие устойчивые фразы / Александр Давидович Райхштейн. – Ленинград : Просвещение, 1971. – 184 с.

134. Сахарук І. В. Типологія прецедентних феноменів у сучасному українському дискурсі / І. В. Сахарук // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – Вип. 23. – С. 197-203.

135. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К., 2006. – 716 с.

136. Сербенська О. А. Трансформація фразеологічних одиниць у мові газети / О. А. Сербенська // Вісник Львівського університету ім. І. Франка; Сер. : Журналістика. – 1978. – Вип. 10. – С. 72-77.

137. Сидорков С. В. Пословично-поговорочные паремии как фактор структурно-смысловой организации дискурса : автореф. дис. на соискание ученой степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / С. В. Сидорков. – Краснодар, 2003. – 48 с.

138. Синельникова Л. Н. Лингвистика : настоящее время / Л. Н. Синельникова // Вісник ЛДПУ ім. Т. Шевченка. – Луганськ, 2001. – № 10 (42). – С. 10-16.

139. Словарь-тезаурус современной русской идиоматики / [под ред. А. Н. Баранова, Д. О. Добровольского]. – М. : Мир энциклопедий Аванта+, 2007. – 1134, [2] с.

140. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О. А. Стишов. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2003. – 388 с.

141. Столярова М. О. Етикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / М. О. Столярова. – К., 2005. – 20 с.

142. Телия В. Н. О термине «фразема» (в связи с описаним вариантности фразеологизмов) / В. Н. Телия // Проблемы лингвистического анализа : Фонология, грамматика, лексикология / отв. ред. Э. А. Макаев. – М. : Наука, 1966. – С. 186-199.

143. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / Вероника Николаевна Телия. – М. : Наука, 1986. – 141, [2] с.

144. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / Вероника Николаевна Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.

145. Телия В. Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава в контексте культуры / В. Н. Телия // Фразеология в контексте культуры / [отв. ред. В. Н. Телия]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – С. 14. – (Studia philologica).

146. Торсуева И. Г. Теория высказывания и интонация / И. Г. Торсуева // Вопросы языкознания. – 1976. – № 2. – С. 53-65.

147. Трофимова Г. Н. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01 / Трофимова Галина Николаевна. – М., 2004. – 509 с.

148. Ужченко В. Д. Народження і життя фразеологізму / Віктор Дмитрович Ужченко. – К. : Рад. школа, 1988. – 279 с.

149. Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред. Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский гос. ун-т, 2004. – 312 с.

150. Формановская Н. И. Русский речевой этикет : лингвистический и методический аспекты / Н. И. Формановская. – М. : Русский язык, 1982. – 126 с.

151. Фразеология в контексте культуры / [отв. ред. В. Н. Телия]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 333 с. – (Studia philologica).

152. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії / Віктор Антонович Чабаненко. – К. : Вища школа, 1984. – 167 с.

153. Черемисина Н. В. Стационарные предложения как коллоквиальный феномен / Н. В. Черемисина // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи : респ. сб. научн. трудов. – Горький : Издательство Горьковского педагогического института иностранных языков им. Н. А. Добролюбова, 1982. – С. 151-157.

154. Чугуй А. В. Коммуникемы в аспекте степени нечленимости: язык и речь : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. В. Чугуй. – Краснодар, 2008. – 24 с.

155. Шаронов И. А. Коммуникативы как функциональный класс и объект лексикографического описания / И. А. Шаронов // Русистика сегодня. – 1996. – № 2. – С. 89-112.

156. Шаронов И. А. Приемы речевой агрессии: насмешка и ирония / И. А. Шаронов // Агрессия в языке и речи : сборник научных статей / [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. – М. : МГГУ, 2004. – С. 38-51.

157. Шаховский В. И. Эмотивный компонент значения и методы его описания : Учебное пособие к спецкурсу / Виктор Иванович Шаховский. – Волгоград : ВГПИ, 1983. – 94 с.

158. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / Виктор Иванович Шаховский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 190, [2] с.

159. Шевелев В. М. Русскоязычный компьютерный дискурс в лингвистическом и социокультурном контекстах / В. М. Шевелев // Актуальні питання сучасної філології : Вестник Харьк. нац. ун-та; Сер. : Филология. – 2002. – № 538. – Вып. 34. – С. 45-50.

160. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : дис. … доктора филол. наук : 10.02.04 / Щипицина Лариса Юрьевна. – Архангельск, 2010. – 459 с.

161. Эмирова А. М. Некоторые актуальные вопросы современной русской фразеологии : (Опыт семант. анализа фразеол. единиц) : Учеб. пособие по спецкурсу для филологов / А. М. Эмирова. – Самарканд : Самаркандский гос. университет им. Алишера Навои, 1972. – 97 с.

162. Яцимірська М. Г. Фразеологічні одиниці – важливий засіб образності у мові газети / М. Г. Яцимірська // Порівняльно-типологічне вивчення східнослов'янських мов : Вісник Львівського університету; Сер. : Філологічна. – Львів : Видавництво Львівського університету ім. І. Франка, 1987. – Вип.18. – С. 52-56.

163. Androutsopoulos J. K. Online Gemeinschaften und Sprachvariation. Soziolinguistische Perspektiven auf Sprache im Internet / Jannis K. Androutsopoulos // Zeitschrift für Germanistische Linguistik 31. – 2003. – № 2. – S. 173-197.

164. Androutsopoulos J. K. Neue Medien. Neue Schriftlichkeit? / Jannis K. Androutsopoulos // Medialität und Sprache : Mitteilungen des Germanistenverbandes 54. – 2007. – № 1. – S. 72-97.

165. Anzahl der bei YouTube aufgerufenen Videos pro Tag von Oktober 2009 bis Mai 2013 (in Milliarden) [Електронний ресурс] / Statista (Das Statistik-Portal). – Режим доступу : http://de.statista.com/statistik/daten/studie/39174/umfrage/entwicklung-der-anzahl-views-pro-tag-auf-youtube-zeitreihe/. – Назва з екрана. – Дата звернення : 16.11.2014.

166. Anzahl der Internetnutzer in ausgewählten Weltregionen im Jahr 2013 sowie eine Prognose bis 2018 (in Millionen) [Електронний ресурс] / Statista (Das Statistik-Portal). – Режим доступу : http://de.statista.com/statistik/daten/studie/157868/umfrage/anzahl-der-weltweiten-internetnutzer-nach-regionen/. – Назва з екрана. – Дата звернення : 15.01.2015.

167. Balsliemke P. «Da sieht die Welt schon anders aus» : Phraseologismen in der Anzeigenwerbung; Modifikation und Funktion in Text-Bild-Beziehungen / Petra Balsliemke. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2001. – 339 S. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 7).

168. Beckmann S. «Ich zähle bis drei...» – «Zählen kann jeder». Überlegungen zur pragmatischen Funktion von Phraseologismen am Beispiel einiger Dialogsequenzen aus Elias Canettis Roman «Die Blendung» / S. Beckmann, P.-P. König // Dialoganalyse III : Referate der 3. Arbeitstagung, Bologna 1990 / [S. Stati, E. Weigand, F. Hundsnurscher (Hrsg.)]. – Tübingen : Niemeyer, 1991. – Teil 2. – S. 263-273. – (Beiträge zur Dialogforschung ; Bd. 2).

169. Biber D. Corpus linguistics : investigating language structure and use / D. Biber, S. Conrad, R. Reppen. – Cambridge : Cambridge University Press, 1998. – x, 300 p. – (Cambridge approaches to linguistics).

170. Bickel H. Das Internet als linguistisches Korpus [Електронний ресурс] / H. Bickel // Linguistik online 28. – 2006. – № 3. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/28_06/bickel.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 16.11.2014.

171. Bild im Text – Text und Bild / [U. Fix, H. Wellmann (Hrsg.)]. – Heidelberg : Winter, 2000. – XVII, 425 S. – (Sprache – Literatur und Geschichte ; Bd. 20).

172. Bildlinguistik : Theorien – Methoden – Fallbeispiele / [H.-J. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl (Hrsg.)]. – Berlin : Erich Schmidt, 2011. – 384 S. – (Philologische Studien und Quellen ; H. 228).

173. Brockhaus Wahrig. Band 3 / [M. Kučerová (Mitverf.)]. – Wiesbaden : Brockhaus, 1981. – 837 S.

174. Burger H. Idiomatik des Deutschen / Harald Burger. – Tübingen : Niemeyer, 1973. – 117 S. – (Germanistische Arbeitshefte ; 16).

175. Burger H. Handbuch der Phraseologie / H. Burger, A. Häcki Buhofer, A. Sialm. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 1982. – 433 S.

176. Burger H. Funktionen von Phraseologismen in den Massenmedien / Harald Burger // Aktuelle Probleme der Phraseologie : Symposium, 27. – 29.09.1984 in Zürich / Hrsg. H. Burger. – Bern ; Frankfurt am Main u. a. : Lang, 1987. – S. 11-28. – (Zürcher germanistische Studien ; Bd. 9).

177. Burger H. Phraseologie im Kinder- und Jugendbuch / Harald Burger // Wortbildung und Phraseologie / Hrsg. R. Wimmer. – Tübingen : Narr, 1997. – S. 233-254. – (Studien zur deutschen Sprache ; Bd. 9).

178. Burger H. Phraseologie : eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. – [3., neu bearb. Aufl.]. – Berlin : Erich Schmidt, 2007. – 240 S. – (Grundlagen der Germanistik ; 36).

179. Burger H. Mediensprache : eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien / Harald Burger, Martin Luginbühl. – [4., neu bearb. und erw. Aufl.]. – Berlin ; Boston, Mass. : De Gruyter, 2014. – XII, 532 S.

180. Burri G. Spontanschreibung im Chat [Електронний ресурс] / Gabriela Burri // Linguistik online 15. – 2003. – № 3. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/15_03/burri.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 16.11.2014.

181. Caja Th. «Wie im richtigen Leben…»: Soziale Identität und sprachliche Kommunikation in einer Newsgroup / Th. Caja, H. Ehmer // Soziales im Netz : Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet / [Hrsg. Th. Caja]. – Opladen ; Wiesbaden : Westdt. Verl., 1999. – S. 220-239.

182. Carston R. Relevance theory and the saying / implicating distinction / R. Carston // The Handbook of Pragmatics / [L. R. Horn, G. Ward (eds.)]. – Oxford : Blackwell, 2004. – P. 633-656.

183. Černyševa I. I. Feste Wortkomplexe des Deutschen in Sprache und Rede / I. I. Černyševa. – M. : Verlag «Vysšaja škola», 1980. – 143 S.

184. Chat-Kommunikation : Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation ; Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld / [Hrsg. Michael Beißwenger]. – Stuttgart : Ibidem-Verl., 2001. – XXIII, 552 S.

185. Cognition and Categorization / [E. Rosch, B. B. Lloyd (eds.)]. – Hillsdale ; New York : Erlbaum, 1978. – viii, 328 p.

186. Computational approaches to the lexicon / [B. T. Atkins, A. Zampolli (eds.)]. – Oxford : Oxford University Press, 1994. – xvi, 479 p.

187. Coulmas F. Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik / Florian Coulmas. – Wiesbaden : Athenaion, 1981. – 262 S. – (Linguistische Forschungen ; 29).

188. Crystal D. The language revolution / David Crystal. – Cambridge : Polity, 2004. – viii, 142 p. – (Themes for the 21st Century).

189. Crystal D. Language and the Internet / David Crystal. – [2nd ed.]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – xi, 304 p.

190. Crystal D. Internet Linguistics : A Student Guide / David Crystal. – New York : Routledge, 2011. – 192 p.

191. Deutsches Sprichwörter-Lexikon : Ein Hausschatz für das deutsche Volk : in 5 Bänden / Hrsg. Karl Friedrich Wilhelm Wander. – [Sonderausg., unveränd. Nachdr. der Ausg. 1964 ; Unveränd. Nachdr. der Ausg. Leipzig, 1867]. – Darmstadt : WBG, Wiss. Buchges., 2007.

192. Deutschmann P. Vom Tratsch im Globalen Dorf. Internet und Phrase / P. Deutschmann, H. Höller // Europäische Phraseologie im Vergleich : gemeinsames Erbe und kulturelle Vielfalt : EUROPHRAS 95 / [Hrsg. Wolfgang Eismann]. – Bochum : Brockmeyer, 1998. – S. 137-150. – (Studien zur Phraseologie und Parömiologie ; 15).

193. Diemer S. Das Internet als Korpus? : Aktuelle Fragen und Methoden der Korpuslinguistik / S. Diemer // Saarland Working Papers in Linguistics 2. – 2008, P. 29-57.

194. Dietz H.-U. Rhetorik in der Phraseologie : zur Bedeutung rhetorischer Stilelemente

im idiomatischen Wortschatz des Deutschen / Hans-Ulrich Dietz. – Tübingen : Niemeyer, 1999. – IX, 422 S. – (Reihe Germanistische Linguistik ; 205).

195. Dobrovol'skij D. Idiome im mentalen Lexikon : Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung / Dmitrij O. Dobrovols'kij. – Trier : Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1997. – 228 S. – (Fokus ; Bd. 18).

196. Dobrovol'skij D. Symbole in Sprache und Kultur : Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive / Dmitrij Dobrovol'skij, Elisabeth Piirainen. – Bochum : Brockmeyer, 1997. – 485 S. – (Studien zur Phraseologie und Parömiologie ; 8).

197. Dobrovol'skij D. Pragmatische Faktoren bei der syntaktischen Modifizierbarkeit von Idiomen / D. Dobrovol'skij // Pragmatische Syntax / Hrsg. F. Liedtke. – Tübingen : Niemeyer, 2001. – S. 271-308. – (Beiträge zur Dialogforschung ; Bd. 23).

198. Dobrovol'skij D. Zum syntaktischen Verhalten deutscher Idiome (am Beispiel der Passivtransformation) / D. Dobrovol'skij // Akten des X. Internationalen Germanistenkongresses Wien 2000 : «Zeitenwende – Die Germanistik auf dem Weg vom 20. ins 21. Jahrhundert» / [Hrsg. P. Wiesinger]. – Bern ; Berlin u. a : Peter Lang, 2002. – Band 2. – S. 379-384.

199. Dobrovol'skij D. Figurative language : cross-cultural and cross-linguistic perspectives / Dmitrij Dobrovol'skij, Elisabeth Piirainen. – Amsterdam ; Oxford : Elsevier, 2005. – xii, 419 p. – (Current research in the semantics / pragmatics interface ; v. 13).

200. Döring N. Identitäten, soziale Beziehungen und Gemeinschaften im Internet / Nicola Döring // Internet für Psychologen / Hrsg. Bernard Batinic. – [2., überarb. und erw. Aufl.]. – Göttingen u. a. : Hogrefe-Verl., 2000. – S. 379-415.

201. Duden : Redewendungen : Wörterbuch der deutschen Idiomatik / [Hrsg. B. Alsleben]. – Mannheim u. a. : Dudenverlag, 2002. – 955 S. – (Der Duden ; Bd. 11).

202. Durco P. Bekanntheit, Häufigkeit und lexikographische Erfassung von Sprichwörtern. Zu parömiologischen Minima für DaF / P. Durco // Phraseologiae

Amor : Festschrift für Gertrud Gréciano zum 60. Geburtstag / [Hrsg. H. Buhofer]. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2001. – S. 99-106. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 8).

203. Dürscheid Ch. Sprachliche Merkmale von Webseiten / Christa Dürscheid // Deutsche Sprache 28. – 2000. – Heft 1. – S. 60-73.

204. Dürscheid Ch. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen [Електронний ресурс] / Christa Dürscheid // Linguistik online 22. – 2005. – № 1. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 17.11.2014.

205. Dürscheid Ch. Getippte Dialoge in neuen Medien. Sprachkritische Aspekte und linguistische Analyse [Електронний ресурс] / Ch. Dürscheid, S. Brommer // Linguistik online 37. – 2009. – № 1. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.org/37_09/duerscheidBrommer.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 17.11.2014.

206. Elspaß S. Phraseologie in der politischen Rede : Untersuchungen zur Verwendung von Phraseologismen, phraseologischen Modifikationen und Verstößen gegen die phraseologische Norm in ausgewählten Bundestagsdebatten / Stephan Elspaß. – Opladen ; Wiesbaden : Westdt. Verl., 1998. – 319 S.

207. Feilke H. Sprachlicher Common sense und Kommunikation : Über den «gesunden Menschenverstand», die Prägung der Kompetenz und die idiomatische Ordnung des Verstehens / Helmuth Feilke // Der Deutschunterricht. – 1993. – № 6. – S. 6-21.

208. Feilke H. Sprache als soziale Gestalt : Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik / Helmuth Feilke. – Frankfurt a. M. : Suhrkamp, 1996. – 363 S.

209. Feilke H. Idiomatische Prägung / Helmuth Feilke // Zwischen Grammatik und Lexikon / [Hrsg. Irmhild Barz]. – Tübingen : Niemeyer, 1998. – S. 69-80. – (Linguistische Arbeiten ; 390).

210. Fiedler S. Phraseologie im Comic : Eine Untersuchung anhand der Zeitschrift MOSAIK / Sabine Fiedler // Phraseologismen als Gegenstand sprach- und

kulturwissenschaftlicher Forschung : Akten der Europäischen Gesellschaft für Phraseologie (EUROPHRAS) und des Westfälischen Arbeitskreises «Phraseologie / Parömiologie» (Loccum 2002) / [Hrsg. Csaba Földes]. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2004. – S. 187-196. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 15).

211. Filatkina N. Pragmatische Beschreibungsansätze / N. Filatkina // Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – S. 132-158. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

212. Finkbeiner R. Idiomatische Sätze des Deutschen : Doktorsavhandling ... tyska språket / Rita Finkbeiner. – Stockholm : Acta Universitatis Stockholmiensis, 2008. – 294 S.

213. Fix U. Das Verhältnis von Syntax und Semantik im Wortgruppenlexem. Versuch einer objektivierten Klassifizierung und Definition des Wortgruppenlexems : Leipzig, Univ., Sekt. Kulturwiss. u. Germanistik, Diss. A / Ulla Fix. – Leipzig, 1971. – 238 S.

214. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / Wolfgang Fleischer. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1982. – 250 S.

215. Fleischer W. Stilistik der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, G. Michel, G. Starke. – Frankfurt a. M. u. a. : Lang, 1996. – 341 S.

216. Geflügelte Worte (Büchmann) / Hrsg. Georg Büchmann. – München ; Zürich : Droemer-Knaur, 1977. – 320 S.

217. Gläser R. Phraseologie der englischen Sprache / Rosemarie Gläser. – [2., unveränd. Aufl.]. – Leipzig : Verlag Enzyklopädie, 1990. – 201 S.

218. Gläser R. Fachphraseologie / Rosemarie Gläser // Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – S. 482-505. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

219. Grassegger H. Redensarten in der Fernsehwerbung : Zur Struktur und Modifikation von Idiomen in multimedialer Kommunikation / Hans Grassegger // Europhras 88 :

Phraséologie Contrastive / [Hrsg. G. Gréciano]. – Strasbourg : Universite des Sciences Humaines, Departement d'Etudes Allemandes, 1989. – S. 141-154.

220. Große F. Bild-Linguistik : Grundbegriffe und Methoden der linguistischen Bildanalyse in Text- und Diskursumgebungen / Franziska Große. – Frankfurt, M. ; Berlin. u. a. : Lang, 2011. – 301 S. – (Germanistische Arbeiten zu Sprache und Kulturgeschichte ; Bd. 50).

221. Gülich E. «Was sein muß, muß sein». Überlegungen zum Gemeinplatz und seiner Verwendung / E. Gülich // Bielefelder Papiere zur Linguistik und Literaturwissenschaft. – 1978. – № 7. – S. 1-41.

222. Gülich E. Routineformeln und Formulierungsroutinen. Ein Beitrag zur Beschreibung «formelhafter Texte» / Elisabeth Gülich // Wortbildung und Phraseologie / [Hrsg. R. Wimmer]. – Tübingen : Narr, 1997. – S. 131-175. – (Studien zur deutschen Sprache ; Bd. 9).

223. Günther U. E-mail-Briefe. Eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit / U. Günther, E. Wyss // Textstrukturen im Medienwandel / [Hrsg. E. Hess-Lüttich]. – Frankfurt am Main, Berlin u. a. : Lang, 1996. – S. 61-86. – (Forum angewandte Linguistik ; Bd. 29).

224. Haase M. Internetkommunikation und Sprachwandel / M. Haase, M. Huber, A. Krumeich, G. Rehm // Sprachwandel durch Computer / [Hrsg. R. Weingarten]. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. – S. 51-85.

225. Hallsteinsdottir E. Phraseologisches Optimum für Deutsch als Fremdsprache. Ein Vorschlag auf der Basis von Frequenz- und Geläufigkeitsuntersuchungen [Електронний ресурс] / E. Hallsteinsdottir, M. Sajankova, U. Quasthoff // Linguistik-online 27. – 2006. – № 2. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/27_06/hallsteinsdottir_et_al.pdf. – Назва з екрана. – Дата звернення : 18.11.2014.

226. Hammer F. Zur Phraseologie der Reisereportagen in deutschen und französischen Frauenzeitschriften / Françoise Hammer // Wer A sägt, muss auch B sägen : Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen

Arbeitskreis / [Hrsg. D. Hartmann]. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2002. – S. 177-190. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 9).

227. Handwörterbuch der deutschen Gegenwartssprache : In 2 Bänden / [G. Kempcke, Ch. Blumrich (Hrsg.)]. – Berlin : Akademie-Verlag, 1984. – 1399 S.
228. Hanks P. Contextual dependency and lexical sets / P. Hanks // International Journal of Corpus Linguistics 1. – 1996. – № 1. – P. 75-88.
229. Harris Z. Discours Analysis / Z. Harris // Language 28. – 1952. – № 1. – P. 1-30.
230. Häusermann J. Phraseologie : Hauptprobleme der deutschen Phraseologie auf der Basis sowjetischer Forschungsergebnisse / Jürg Häusermann. – Tübingen : Niemeyer, 1977. – X, 134 S. – (Linguistische Arbeiten ; 47).
231. Hemmi A. «Es muss wirksam werben, wer nicht will verderben» : kontrastive Analyse von Phraseologismen in Anzeigen-, Radio- und Fernsehwerbung / Andrea Hemmi. – Bern u. a. : Lang, 1994. – 296 S. – (Zürcher germanistische Studien ; Bd. 41).
232. Iconic Turn : Die neue Macht der Bilder / [Ch. Maar, H. Burda (Hrsg.)]. – Köln : DuMont-Literatur-und-Kunst-Verl., 2004. – 452 S.
233. Internetbasierte Kommunikation / Hrsg. Michael Beißwenger. – Oldenburg : Red. OBST, 2004. – 192 S. – (Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie ; 68).
234. Jucker A. Gutenberg und das Internet. Der Einfluss von Informationsmedien auf Sprache und Sprachwissenschaft [Електронний ресурс] / A. Jucker // Net.worx. – 2004. – № 40. – Режим доступу : www.mediensprache.net/networx/networx-40.pdf. – Назва з екрана. – Дата звернення : 18.11.2014.
235. Kaplan A. M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media / A. M. Kaplan, M. Haenlein // Business Horizons 53. – 2010. – № 1. – P. 59-68.
236. Kempcke G. Zur Darstellung der kommunikativen Wendungen in den gegenwartsprachlichen Wörterbüchern des Deutschen / Günter Kempcke // Europhras 92. Tendenzen der Phraseologieforschung / [Hrsg. B. Sandig]. – Bochum : Brockmeyer, 1994. – S. 304-314. – (Studien zur Phraseologie und Parömiologie ; 1).

237. Kennedy G. An introduction to corpus linguistics / Graeme Kennedy. – London ; New York : Routledge, 1998. – xii, 315 p. – (Studies in language and linguistics).

238. Klappenbach R. Probleme der Phraseologie / R. Klappenbach // Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig 17. – 1968. – Heft 2 /3. – S. 221-227.

239. Kleine Enzyklopädie – deutsche Sprache / [W. Fleischer, G. Helbig, G. Lerchner (Hrsg.)]. – Frankfurt / M. u. a. : Lang, 2001. – 845 S.

240. Koch P. Sprache der Nähe – Sprache der Distanz: Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte / Peter Koch, Wulf Oesterreicher // Romanistisches Jahrbuch 36. – 1985. – S. 15-43.

241. Koch P. Schriftlichkeit und Sprache / P. Koch, W. Oesterreicher // Schrift und Schriftlichkeit / [H. Günther, O. Ludwig (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : de Gruyter, 1994. – S. 587-604.

242. Koller W. Redensarten : linguistische Aspekte, Vorkommensanalysen, Sprachspiel / Werner Koller. – Tübingen : Niemeyer, 1977. – 229 S. – (Reihe Germanistische Linguistik ; 5).

243. Kommunikationsform E-Mail / [A. Ziegler, Ch. Dürscheid (Hrsg.)]. – Tübingen : Stauffenburg-Verl., 2002. – 318 S. – (Textsorten ; Bd. 7).

244. Korhonen J. Zur Syntax und Semantik von Satzidiomen im heutigen Deutsch / J. Korhonen // Proceedings of the Fourteenth International Congress of Linguists, Berlin, GDR, August 10-15, 1987 / [Hrsg. W. Bahner]. – Berlin, 1990. – Bd. II. – S. 980-982.

245. Korpora, Web und Datenbanken : computergestützte Methoden in der modernen Phraseologie und Lexikographie / Hrsg. S. Ptashnyk. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2010. – 267 S. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 25).

246. Kroeber-Riel W. Bildkommunikation : Imagerystrategien für die Werbung / W. Kroeber-Riel. – München : Vahlen, 1993. – XIII, 361 S.

247. Kühn P. Pragmatische Phraseologie : Konsequenzen für die Phraseographie und Phraseodidaktik / P. Kühn // Europhras 92. Tendenzen der Phraseologieforschung / [Hrsg. B. Sandig]. – Bochum : Brockmeyer, 1994. – S. 411-428. – (Studien zur Phraseologie und Parömiologie ; 1).

248. Kühn P. Phrasemsemantik : Von der Kontextisolierung zur Gebrauchsspezifizierung / P. Kühn // Lexikalische Semantik, Phraseologie und Lexikographie : Abgründe und Brücken ; Festgabe für Regina Hessky / [Hrsg. R. Brdar-Szabo]. – Frankfurt a. M. u. a. : Lang, 2004. – S. 147-157. – (Duisburger Arbeiten zur Sprach- und Kulturwissenschaft ; Bd. 57).

249. Kunkel-Razum K. Phraseme in populärwissenschaftlichen Texten / Kathrin Kunkel-Razum // Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – S. 312-315. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

250. Küpper H. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache / Heinz Küpper. – Stuttgart ; München ; Düsseldorf ; Leipzig : Klett, 1997. – 959 S.

251. Lexikologie : ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen / Hrsg. David A. Cruse. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2002. – 1. Halbbd. – XXII, 942 S. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft ; Bd. 21).

252. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Band 1-5 / Hrsg. L. Röhrich. – Freiburg, Basel, Wien: Verlag Herder, 1994. – 1834 S.

253. Löbner S. Semantik : eine Einführung / Sebastian Löbner. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2003. – XV, 387 S.

254. Luckmann T. Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens : Kommunikative Gattungen / Thomas Luckmann // Kultur und Gesellschaft / [Hrsg. F. Neidhardt]. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1986. – S. 191-211. – (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderhefte ; 27).

255. Lüger H.-H. Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmalinguistische Untersuchung / Heinz-Helmut Lüger. – Wien : Edition Praesens, 1999. – 313 S.

256. Machonis P. A. Transformations of Verb Phrase Idioms: Passivization, Particle Movement, Dative Shift / P. A. Machonis // American Speech 60. – 1985. – № 4. – P. 291-308.

257. McEnery T. Corpus Linguistics : An introduction / T. McEnery, A. Wilson. – [2nd ed.]. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 2001. – 235 p.

258. McLuhan M. Das Medium ist die Massage : ein Inventar medialer Effekte / Marshall McLuhan, Quentin Fiore; [M. Baltes, R. Höltschl (Übers.)]. – Stuttgart : Tropen, 2011. – 160 S.

259. Meibauer J. Pragmatik : eine Einführung / Jörg Meibauer. – [2., verb. Aufl.]. – Tübingen : Stauffenburg-Verl., 2001. – X, 208 S.

260. Minsky M. A. Framework for Representing Knowledge / M. Minsky // The Psychology of Computer Vision / [Ed. P. Winston]. – New York : McGraw-Hill, 1975. – P. 211-277.

261. Moraldo S. M. Twitter: Kommunikationsplattform zwischen Nachrichtenticker, Small Talk und SMS / Sandro M. Moraldo // Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im WorldWideWeb. Band 1. : Kommunikationsplattformen / [Hrsg. Sandro M. Moraldo]. – Rom : Aracne, 2009. – S. 245-281.

262. Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung : Zweites Internationales Symposium zur Gegenwärtigen Linguistischen Forschung über Computervermittelte Kommunikation, Universität Hannover, 4. – 6. Oktober 2004 / Hrsg. Jannis K. Androutsopoulos. – Hildesheim ; Zürich ; New York : Olms, 2006. – 322 S. – (Germanistische Linguistik ; 186 /187).

263. Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – 613 S. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

264. Pieper J. Vorkommen und Funktion von Phraseologismen in deutschen Fernseh-Talkshows / Jutta Pieper // Wer A sägt, muss auch B sägen : Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis / [Hrsg. D. Hartmann]. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2002. – S. 287-298. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 9).

265. Pilz K. D. Phraseologie : Versuch einer interdisziplinären Abgrenzung, Begriffsbestimmung und Systematisierung unter besonderer Berücksichtigung der

deutschen Gegenwartssprache / Klaus Dieter Pilz. – Göppingen : Kümmerle, 1978. – 2 Bde. – 1038 S. – (Göppinger Arbeiten zur Germanistik ; 239).

266. Pilz K. D. Phraseologie in der (regionalen) Tageszeitung / Klaus Dieter Pilz // EUROPHRAS 90 : Akten der Internationalen Tagung zur Germanistischen Phraseologieforschung, Aske / Schweden, 12. – 15. Juni 1990 / [Hrsg. Christine Palm]. – Stockholm : Almqvist och Wiksell Internat., 1991. – S. 181-209. – (Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Germanistica Upsaliensia ; 32).

267. Preußer U. Phraseologismen in Horoskopen : Über sprachliche Formelhaftigkeit in Kürzesttexten / Ulrike Preußer // Wer A sägt, muss auch B sägen : Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis / [Hrsg. D. Hartmann]. – Baltmannsweiler : Schneider Verlag Hohengehren, 2002. – S. 313-324. – (Phraseologie und Parömiologie ; Bd. 9).

268. Quasthoff U. M. Kommunikative Normen im Entstehen : Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation / Uta M. Quasthoff // Sprachwandel durch Computer / [Hrsg. R. Weingarten]. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. – S. 23-50.

269. Reichstein A. D. Zur Analyse der festgeprägten Sätze im Deutschen / A. D. Reichstein // Deutsch als Fremdsprache 10. – 1973. – № 4. – S. 212–222.

270. Rothkegel A. Feste Syntagmen : Grundlagen, Strukturbeschreibung und automatische Analyse / Annely Rothkegel. – Tübingen : Niemeyer, 1973. – 204 S. – (Linguistische Arbeiten ; 6).

271. Sabban A. «Une femme est une femme». Zur pragmatischen Fixierung tautologischer Sätze / A. Sabban // Europhras 92. Tendenzen der Phraseologieforschung / [Hrsg. B. Sandig]. – Bochum : Brockmeyer, 1994. – S. 525-547. – (Studien zur Phraseologie und Parömiologie ; 1).

272. Sabban A. Textbildende Potenzen von Phrasemen / A. Sabban // Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – S. 237-253. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

273. Schenk A. The Syntactic Behavior of Idioms / A. Schenk // Idioms. Structural and psychological perspectives / [eds. M. Everaert]. – Hillsdale, N. J. ; Hove : L. Erlbaum Associates, 1995. – P. 253-271.

274. Schindler W. Phraseologismen und Wortfeldtheorie / W. Schindler // Studien zur Wortfeldtheorie / [Hrsg. P. R. Lutzeier]. – Tübingen : Niemeyer, 1993. – S. 87-106. – (Linguistische Arbeiten ; 288).

275. Schmitz U. Auswirkungen elektronischer Medien und neuer Kommunikationstechniken auf das Sprachverhalten von Individuum und Gesellschaft / U. Schmitz // Sprachgeschichte / Hrsg. W. Besch. – [2., vollst. neu bearb. und erw. Aufl.]. – Berlin : de Gruyter, 2000. – Teilbd. 2. – S. 2168-2175.

276. Schwitalla J. Gesprochenes Deutsch : eine Einführung / Johannes Schwitalla. – [2., überarb. Aufl.]. – Berlin : Erich Schmidt, 2003. – 240 S. – (Grundlagen der Germanistik ; 33).

277. Seiler F. Deutsche Sprichwörterkunde / Friedrich Seiler. – München : Beck, 1967. – X, 457 S.

278. Skog-Södersved M. Phraseologismen in den Printmedien / Mariann Skog-Södersved // Phraseologie : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / [H. Burger et al. (Hrsg.)]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2007. – 1. Halbbd. – S. 269-275. – (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK) ; 28).

279. Sperber D. Relevance : communication and cognition / Dan Sperber, Deirdre Wilson. – [2nd ed.]. – Oxford : Blackwell, 1995. – viii, 326 p.

280. Stathi K. Korpusbasierte Analyse der Semantik von Idiomen [Електронний ресурс] / K. Stathi // Linguistik online 27. – 2006. – № 2. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/27_06/stathi.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 18.11.2014.

281. Stein S. Neuere Literatur zur Phraseologie und zu ritualisierter Sprache / Stephan Stein // Deutsche Sprache 22. – 1994. – S. 152-180.

282. Stein S. Formelhafte Sprache : Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch / Stephan Stein. – Frankfurt am Main u. a. : Lang, 1995. – 375 S. – (Sprache in der Gesellschaft ; Bd. 22).

283. Stein S. Formelhafte Texte. Musterhaftigkeit an der Schnittstelle zwischen Phraseologie und Textlinguistik / Stephan Stein // Phraseologie und Phraseodidaktik / [Hrsg. M. Lorenz-Bourjot]. – Wien : Praesens, 2001. – S. 21-39. – (Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung, Sonderheft ; 4.2001).

284. Stöckl H. Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache : zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text ; Konzepte, Theorien, Analysemethoden / Hartmut Stöckl. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2004. – XIII, 421 S. – (Linguistik-Impulse & Tendenzen ; 3).

285. Storrer A. Schriftverkehr auf der Datenautobahn. Besonderheiten der schriftlichen Kommunikation im Internet / Angelika Storrer // Neue Medien im Alltag : Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes / [Hrsg. G. G. Voß]. – Opladen : Leske und Budrich, 2000. – S. 153-177.

286. Storrer A. Was ist «hyper» am Hypertext? / Angelika Storrer // Sprache und neue Medien / [Hrsg. W. Kallmeyer]. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2000. – S. 222-249. – (Institut für Deutsche Sprache (Mannheim) : Jahrbuch ; 1999).

287. Straßner E. Text-Bild-Kommunikation – Bild-Text-Kommunikation / Erich Straßner. – Tübingen : Niemeyer, 2002. – 106 S. – (Grundlagen der Medienkommunikation ; Bd. 13).

288. Stubbs M. Words and phrases : corpus studies of lexical semantics / Michael Stubbs. – Oxford : Blackwell, 2001. – xix, 267 p.

289. Teubert W. Korpuslinguistik, Hermeneutik und die soziale Konstruktion der Wirklichkeit [Електронний ресурс] / Wolfgang Teubert // Linguistik online 28. – 2006. – № 3. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/28_06/teubert.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 19.11.2014.

290. The handbook of pragmatics / [L. R. Horn, G. Ward (eds.)]. – Oxford : Blackwell, 2004. – xix, 842 p. – (Blackwell handbooks in linguistics).

291. The top 500 sites on the web : global [Електронний ресурс] / Alexa (analytics products). – Режим доступу : http://www.alexa.com/topsites. – Назва з екрана. – Дата звернення : 26.08.2015.

292. Usage of content languages for websites [Електронний ресурс] / W3Techs (Web Technology Surveys). – Режим доступу : http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all. – Назва з екрана. – Дата звернення : 19.11.2014.

293. Variantenwörterbuch des Deutschen : die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol / Hrsg. Ulrich Ammon. – Berlin : de Gruyter, 2004. – 954 S.

294. Wander K. F. W. Das Sprichwort, betrachtet nach Form und Wesen, für Schule und Leben, als Einleitung zu einem grossen volksthümlichen Sprichwörterschatz / Karl Friedrich Wilhelm Wander. – [Nachdr. d. Ausg. 1836 ; hrsg. u. eingel. von Wolfgang Mieder]. – Bern ; Frankfurt am Main ; New York : Lang, 1983. – 247 S.

295. Websprache.net : Sprache und Kommunikation im Internet / [Hrsg. Torsten Siever]. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2005. – 331 S. – (Linguistik – Impulse & Tendenzen ; 10).

296. We knew the web was big… [Електронний ресурс] / Official Google Blog. – 25. Juli 2008. – Режим доступу : http://googleblog.blogspot.com.tr/2008/07/we-knew-web-was-big.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 19.11.2014.

297. Wenz K. Formen der Mündlichkeit und Schriftlichkeit in digitalen Medien [Електронний ресурс] / Karin Wenz // Linguistik online 1. – 1998. – № 1. – Режим доступу : http://www.linguistik-online.de/wenz.htm. – Назва з екрана. – Дата звернення : 19.11.2014.

298. Wortverbindungen – mehr oder weniger fest / [Hrsg. K. Steyer]. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2004. – 448 S. – (Institut für Deutsche Sprache (Mannheim) : Jahrbuch ; 2003).

299. 80 % der Personen ab zehn Jahren nutzten im ersten Quartal 2014 das Internet : IKT 2014 [Електронний ресурс] / destatis.de (Statistisches Bundesamt) − Режим доступу : https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/ITNutzung/Aktuell_ITNutzung.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 07.02.2015.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Butterfly648. Ich brauche dringend Hilfe! [Електронний ресурс] / Butterfly648 // Форум abnehmen.com. – Дата публікації : 01.06.2009. – Режим доступу : http://www.abnehmen.com/threads/113911-ich-brauche-dringend-hilfe. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
2. Johann Richard zur Megede. Modeste [Електронний ресурс] / Johann Richard zur Megede // SPIEGEL ONLINE. – Режим доступу : http://gutenberg.spiegel.de/buch/1829/11. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
3. LePenseur. Ja, das wäre ansich schon ein recht netter Gedanke, <...> [Електронний ресурс] / LePenseur // Форум antibuerokratieteam.de. – Дата публікації : 31.03.2007. – Режим доступу : http://www.antibuerokratieteam.de/2007/03/29/boese-amis-nette-mullahs. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
4. BlueMoondeo. Moin moin, müsste relativ einfach sein <...> [Електронний ресурс] / BlueMoondeo // ford-forum.de. – Дата публікації : 23.07.2010. – Режим доступу : http://www.ford-forum.de/archive/index.php/t-71009.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
5. Be fast. Ach Speedy, das hab ich doch schon am Freitag geahnt und bin deshalb extra pünktlich und mit gewaschenem Hals am Schiersteiner Hafen erschienen. <...> [Електронний ресурс] / be fast // Форум triathlon-szene.de. – Дата публікації : 13.07.2008. – Режим доступу : http://www.triathlon-szene.de/forum/archive/index.php/t-3326-p-2.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
6. Sarah H. Ein kleiner Hund in einer großen Stadt [Електронний ресурс] / Sarah H. // amazon.de. – Дата публікації : 06.06.2006. – Режим доступу : http://www.amazon.de/product-reviews/B0000C6VV3. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

7. Katrin Lange packt einige der bekannten Historien rund um Eulenspiegel in eine neue bunte Geschichte von unmissverständlichen Missverständnissen, irrtümlichen Reichtümern <...> [Електронний ресурс] / [Verband Deutscher Bühnen und Medienverlagen]. – goethe.de. – Режим доступу : http://www.goethe.de/kue/the/kjt/kjt/stu/de10647159.htm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

8. Wenn Troche kaum Einsatzzeiten bei der WM hat und sich so auch nicht bei Veh empfehlen kann, <...> [Електронний ресурс] / [guest]. – comunio.de. – Дата публікації : 29.05.2010. – Режим доступу : http://www.comunio.de/external/phpBB2/viewtopic.php?t=393934. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

9. Oberbayer. So wahr ich hier sitze. Was stört dich? [Електронний ресурс] / oberbayer // Форум transfermarkt.de. – Дата публікації : 25.06.2011. – Режим доступу : http://www.transfermarkt.de/homosexualitaet-+-fussball-iii/thread/forum/6/thread_id/692546/page/31. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

10. JaniniPanini. Die wenigsten Leute wissen, dass man nicht nur zu wenig, sondern auch zuviel schlafen kann. <...> [Електронний ресурс] / JaniniPanini // Форум talkteria.de. – Режим доступу : http://www.talkteria.de/forum/topic-32111.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

11. GilbMLRS. JETZ WIRD ZURÜCKGESCHOSSEN <...> [Електронний ресурс] / GilbMLRS // allmystery.de. – Дата публікації : 12.06.2008. – Режим доступу : http://www.allmystery.de/themen/uh44879-60. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

12. Schumacher R. Und sonst hast du keine Schmerzen? Schau mal, was laut Forums-Definition alles hier rein gehört, <...> [Електронний ресурс] / Reinhard Schumacher // Форум drehscheibe-online.de. – Дата публікації : 06.05.2006. – Режим доступу : http://www.drehscheibe-foren.de/foren/read.php?17,1426185,page=all. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

13. Ideakatz. Das ist gar kein Ausdruck! Eine andere Werkstatt war nicht nur flexibler, sondern auch noch freundlich. <...> [Електронний ресурс] / ideakatz // mazda-forum.info. – Дата публікації : 15.06.2012. – Режим доступу : http://www.mazda-forum.info/mazda-mx-5/51149-ich-braeuchte-rat-rost-am-seitenblinker-3.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
14. Maximilian. Falsche Hymne bei Deutschland-Spiel [Електронний ресурс] / Maximilian // politikforen.net. – Дата публікації : 18.06.2008. – Режим доступу : http://www.politikforen.net/archive/index.php/t-63506.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
15. Ich habe die Schnauzte endgültig voll! Schluss …. aus ….. Amen! Es ist strengstens verboten das Forum der Herrn Werner R. Niedermeier <...> [Електронний ресурс] / [guest]. – rauchernews.de. – Дата публікації : 16.08.2010. – Режим доступу : http://www.rauchernews.de/news/2010/08/16/rauchverbot-von-funktionieren-kann-keine-rede-sein/. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
16. Nuthello. Wow Nina! Das ist starker Tabak, mir bleibt die Spucke weg! Du entschuldigst dich für die Länge deines Eintrags?!! <...> [Електронний ресурс] / Nuthello // Форум liebeskummer.ch. – Дата публікації : 13.04.2009. – Режим доступу : http://www.liebeskummer.ch/topic/64123-komm-nicht-von-ihm-los. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
17. Tigerlilly. Huhu! Also ich kann kein unnormales oder krankhaftes Verhalten erkennen, keine Sorge.<...> [Електронний ресурс] / Tigerlilly // das-hamsterforum.de. – Дата публікації : 04.06.2012. – Режим доступу : http://www.das-hamsterforum.de/index.php?page=Thread&threadID=145096. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
18. Chevolutzer. Von der Big Brother Seite. Interview. <...> [Електронний ресурс] / chevolutzer // ioff.de. – Дата публікації : 13.06.2007. – Режим доступу : http://www.ioff.de/archive/index.php/t-272255-p-6.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

19. Samson1de. Erst mal danke für die antwort. war ja auch nur nen versuch, <...> [Електронний ресурс] / Samson1de // forum.worldofplayers.de. – Дата публікації : 18.10.2006. – Режим доступу : http://www.dartnewsforum.de/archive/index.php/t-1572.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
20. R-12914. USB-OBD Interface Webasto-Standheizung [Електронний ресурс] / R-12914 // Форум motor-talk.de. – Дата публікації : 11.11.2013. – Режим доступу : http://www.motor-talk.de/forum/usb-obd-interface-webasto-standheizung-t2983813.html?page=6&. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
21. Dirk O. Hallo Marc, ne, ne – so schnell schießen die Preußen nicht. <...> [Електронний ресурс] / Dirk O. // zierfischforum.info. – Дата публікації : 28.04.2003. – Режим доступу : http://www.zierfischforum.info/archiv-2003/26380-paludarium.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
22. Bx-junkie. So... der Verband ist, wie soll es anders sein wieder ab <...> [Електронний ресурс] / bx-junkie // molosserforum.de. – Дата публікації : 21.08.2011. – Режим доступу : http://www.molosserforum.de/ernaehrung-and-gesundheit/16807-kreuzbandriss-27.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
23. Mimi. Nein, du bist wohl zu heiss gebadet worde ???? spass beiseite. <...> [Електронний ресурс] / mimi // Yahoo! Clever. – Дата публікації : 2011. – Режим доступу : http://de.answers.yahoo.com/question/index?qid=20111216013314AAz1N8y. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
24. Grillfaxe. Manchmal kommt es vor, das selbst die ausgemachtesten Fleischesser einfach keine Lust auf Eiweiß haben. <...> [Електронний ресурс] / Grillfaxe // mysaarbq.de. – Дата публікації : 28.04.2012. – Режим доступу : http://www.mysaarbq.de/viewtopic.php?f=8&t=7712. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
25. Mini225. Es ist zum Mäuse melken :-([Електронний ресурс] / mini225 // Форум Rund ums Baby. – Дата публікації : 16.09.2009. – Режим доступу : http://www.rund-ums-baby.de/forenarchiv/teenies/Es-ist-zum-Maeuse-melken_1733.htm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

26. Dr.snuggles. Ich nehme alles zurück und behaupte das gegenteil [Електронний ресурс] / dr.snuggles // Форум Rund ums Baby. – Дата публікації : 30.05.2010. – Режим доступу : http://www.rund-ums-baby.de/forenarchiv/aktuell/Ich-nehme-alles-zurueck-und-behaupte-das-gegenteil_41020.htm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
27. Ralph. He, he, he, Ruhe auf den billigen Plätzen! :o))) [Електронний ресурс] / Ralph // Форум Rund ums Baby. – Дата публікації : 27.03.2007. – Режим доступу : http://www.rund-ums-baby.de/alleinerziehend/Hehe-he-Ruhe-auf-den-billigen-Plaetzen-o_98980.htm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
28. Dr. Klaus Kunz. Pfui Spinne! [Електронний ресурс] / Dr. Klaus Kunz // Форум golem.de. – Дата публікації : 19.11.2007. – Режим доступу : http://forum.golem.de/read.php?21477,1141770. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
29. Kalliner. Ach Du kriegst die Tür nicht zu... [Електронний ресурс] / Kalliner // Форум Motor Talk. – Дата публікації : 24.01.2011. – Режим доступу : http://www.motor-talk.de/forum/ach-du-kriegst-die-tuer-nicht-zu-t2541984.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
30. ICHGLAUBICHSPINNE. Heisst das, dass Pokerroom für die nächsten 10 ersten Plätze 4.100 Euro ausspielt? <...> [Електронний ресурс] / ICHGLAUBICHSPINNE // turnonriver.com. – Дата публікації : 31.11.2007. – Режим доступу : http://turnonriver.blogspot.com/2007/10/pokerolymp-open-2-turnierteilnahme-bei.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
31. AchDuDickesEi. Fange morgen mit Alma an... [Електронний ресурс] / AchDuDickesEi // Форум abnehmen.com. – Дата публікації : 28.08.2009. – Режим доступу : http://www.abnehmen.com/threads/120178-fange-morgen-mit-alma-an. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
32. Krulezz. Java Problem! Bitte um Hilfe! Es geht um Leben und Tod [Електронний ресурс] / Krulezz // gutefrage.net. – Дата публікації : 25.12.2011. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/java-problem-bitte-um-hilfe-es-geht-um-leben-und-tod. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

33. Laworka. Welches ist nun der allerbeste Computer für den Hausgebrauch? [Електронний ресурс] / Laworka // gutefrage.net. – Дата публікації : 14.07.2012. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/welches-ist-nun-der-allerbeste-computer-fuer-den-hausgebrauch. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

34. Cyracus. Du bist relativ neu hier. Dass Du die «Hilfreichste Antwort» auslobst, finde ich sehr lobenswert (viele machen das ja leider nicht). <...> [Електронний ресурс] / cyracus // gutefrage.net. – Дата публікації : 21.05.2011. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/mobbing-am-arbeitzplatz-durch-eine-eigentliche-fuehrungsperson. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

35. Liese05. Da steckt man nicht drin! Ich habe gerade eines bei Ebay Kleinanzeigen <...> [Електронний ресурс] / liese05 // gutefrage.net. – Дата публікації : 13.04.2012. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/ebay-sollte-ich-das-kaufen. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

36. Steefi. Tja, jetzt bin ich so schlau wie vorher. Bei Heise.de sagt jemand ja und sonst sagen alle (Händer) nein. <...> [Електронний ресурс] / steefi // gutefrage.net. – Дата публікації : 13.04.2012. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/kann-ich-einfach-das-betriebssystem-lion-drueberinstallieren#answers. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

37. Thomasss96. Wie teuer ist ein Taxi von Miami nach Fort Myers? [Електронний ресурс] / thomasss96 // gutefrage.net. – Дата публікації : 14.10.2011. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/wie-teuer-ist-ein-taxi-von-miami-nach-fort-myers-. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

38. Giedel. Viele Musiker verwenden bei ihren Aufnahmen Stereoeffekte. Am einleuchtensten jedoch wird das Ganze, wenn du dir <...> [Електронний ресурс] / giedel // gutefrage.net. – Дата публікації : 21.03.2012. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/wieso-gibst-bei-kopfhoererohrhoerer-einen-fuers-linke-und-einen-fuers-rechte-ohr. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

39. Fastfaller. Woher stammt der Spruch «Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt»? [Електронний ресурс] / Fastfaller // cosmiq. – Дата публікації : 22.07.2007. –

Режим доступу : http://www.cosmiq.de/qa/show/309425/Woher-stammt-der-Spruch-Da-wird-ja-der-Hund-in-der-Pfanne-verrueckt-Und-wie-kam-man-auf-diesen-doch-sehr-bizzaren-Spruch. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

40. Johneff …ab nach Kassel! [Електронний ресурс] / johneff // Wer weiß was. – Дата публікації : 25.01.2004. – Режим доступу : http://www.wer-weiss-was.de/deutsch/ab-nach-kassel. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

41. Woher stammt der Ausspruch: «Hinein Onkel Otto»?. <...> [Електронний ресурс] / guest // kurzefrage.de. – Режим доступу : http://www.kurzefrage.de/literatur-kunst/123364/woher-stammt-der-Ausspruch-Hinein-Onkel. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

42. Willou. Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt... wer kennt diesen Spruch noch?? <...> [Електронний ресурс] / willou // Yahoo! Respuestas. – Дата публікації : 10.11.2008. – Режим доступу : https://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081110013124AAIHUPr. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

43. Remo. Woher kommt «Das kann ja kein Schwein lesen»? [Електронний ресурс] / Remo // Yahoo! Clever. – Дата публікації : 17.01.2010. – Режим доступу : http://de.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100117120857AAB34eK. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

44. Superfreddchen. Woher kommt die Redewendung «Das kann ja kein Schwein lesen»? [Електронний ресурс] / superfreddchen // Yahoo! Clever. – Дата публікації : 15.07.2007. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/woher-kommt-die-redewendung-das-kann-ja-kein-schwein-lesen. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

45. SnakeUwe. Also wenn etwas passiert was eigentlich so nicht passieren kann <...> [Електронний ресурс] / SnakeUwe // gutefrage.net. – Дата публікації : 31.12.2010. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/ich-glaube-mein-schwein-pfeift-. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

46. Mandy01. Ich kenne die Version mit dem Teufel. «Ei der Daus» steht für <...> [Електронний ресурс] / Mandy01 // kurzefrage.net. – Дата публікації : 2009. –

Режим доступу : http://www.kurzefrage.de/musik-partyzone/59435/ei-der-Daus-weiss-jemand-woher-dieser-Ausspruch-der-wohl-Erstaunen. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

47. Manuela. In Berlin, wird er auch eher so gebraucht, wie Pauline schon schreibt «wer mich liebt, lacht trotzdem»... <...> [Електронний ресурс] / Manuela // Yahoo! Clever. – Дата публікації : 2006. – Режим доступу : http://de.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061027151543AAdnX0A. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

48. Sally321. An mir soll es nicht liegen – was bedeutet das genau? [Електронний ресурс] / sally321 // gutefrage.net. – Дата публікації : 19.02.2011. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/an-mir-soll-es-nicht-liegen---was-bedeutet-das-genau. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

49. Exekutive09. Beethoven, Mondscheinsonata. Aus dieser Zeit stammt das. ;-) [Електронний ресурс] / exekutive09 // gutefrage.net. – Дата публікації : 22.09.2009. – Режим доступу : http://www.gutefrage.net/frage/woher-kommt-der-spruch-du-kannst-mir-mal-im-mondschein-begegnen. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

50. So weit kommt’s noch: Ex-Minister will Saarland auflösen [Електронний ресурс] / sol.de. – Дата публікації : 26.04.2010. – Режим доступу : http://www.sol.de/titelseite/topnews/Saarland-Clement-Wettbewerbsfaehigkeit-aufloesung-Eigenstaendigkeit-So-weit-kommts-noch-Ex-Minister-will-Saarland-aufloesen;art26205,3247940. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

51. Aus der Traum: Gastgeber Polen geschockt und traurig [Електронний ресурс] / [dpa]. – Frankfurter Rundschau. – Дата публікації : 17.06.2012. – Режим доступу : http://www.fr-online.de/em-2012-gruppe-a/aus-der-traum--gastgeber-polen-geschockt-und-traurig,16091476,16404786.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

52. Wolf STAG. Weiss der Geier – was ist los Europa? [Електронний ресурс] / Wolf STAG // myheimat.de. – Дата публікації : 15.11.2011. – Режим доступу :

http://www.myheimat.de/essen/politik/weiss-der-geier-was-ist-los-europa-d2360898.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

53. Wagner P. Endlich endlich: Gold für Deutschland! Gott sei es gedankt! [Електронний ресурс] / P. Wagner // jetzt.de [Süddeutsche Zeitung]. – Дата публікації : 12.08.2008. – Режим доступу : http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/443421/Endlich-endlich-Gold-fuer-Deutschland-Gott-sei-es-gedankt. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

54. Analyse: Nur keinen Streit vermeiden [Електронний ресурс] / [dpa]. – Focus Online. – Дата публікації : 04.07.2011. – Режим доступу : http://www.focus.de/politik/deutschland/parteien-analyse-nur-keinen-streit-vermeiden_aid_642662.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

55. Dausend P. Euro-Rettung: Du mich auch [Електронний ресурс] / P. Dausend // ZEIT ONLINE. – Дата публікації : 27.10.2011. – Режим доступу : http://www.zeit.de/2011/44/Portraet-Hirsch-Baum. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

56. Rette sich, wer kann! Griechen und Italiener bunkern ihre Euros [Електронний ресурс] / [Reuters]. – Handelsblatt. – Дата публікації : 04.01.2012. – Режим доступу : http://www.handelsblatt.com/finanzen/rohstoffe-devisen/devisen/rette-sich-wer-kann-griechen-und-italiener-bunkern-ihre-euros/6019854.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

57. Peters H. Mach dir nicht ins Hemd! [Електронний ресурс] / H. Peters // Die Welt. – Дата публікації : 24.07.2011. – Режим доступу : http://www.welt.de/print/wams/kultur/article13504381/Mach-dir-nicht-ins-Hemd.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

58. Real Madrid droht erneut das frühe Aus: «Es geht um Leben und Tod» [Електронний ресурс] / kicker online. – Дата публікації : 09.03.2009. – Режим доступу : http://www.kicker.de/news/fussball/chleague/startseite/artikel/505589/. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

59. «Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre»: Prager Außenminister sieht im Sturz seiner Regierung kein Desaster [Електронний ресурс] / Die Welt. – Дата

публікації : 23.03.2009. – Режим доступу : http://www.welt.de/wams_print/article3463753/Immer-mit-der-Ruhe-und-einer-guten-Zigarre.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

60. Da ist Zug drin [Електронний ресурс] / Die Welt. – Дата публікації : 12.12.2013. – Режим доступу : http://www.welt.de/print/welt_kompakt/article122833790/Da-ist-Zug-drin.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
61. Jetzt ist Sense! [Електронний ресурс] / Kölner Stadt Anzeiger. – Дата публікації : 05.06.2012. – Режим доступу : http://www.ksta.de/rhein-berg-oberberg/natur-jetzt-ist-sense-,15189112,16303118.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
62. Heiliges Kanonenrohr! Ex-Kriegsschiff wird Luxushotel in China [Електронний ресурс] / Bild. – Дата публікації : 06.10.2011. – Режим доступу : http://www.bild.de/reise/hotels/luxushotel/kriegsschiff-wird-luxushotel-kiew-china-20326822.bild.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
63. Ich glaub mich streift ein Bus [Електронний ресурс] / Eßlinger Zeitung. – Дата публікації : 20.05.2011. – Режим доступу : http://www.esslinger-zeitung.de/lokal/polizeibericht/Artikel716347.cfm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
64. Mathea Ch. Betrug im Netz: Sachen gibt’s, die gibt’s gar nicht [Електронний ресурс] / Ch. Mathea // news.de. – Дата публікації : 25.08.2010. – Режим доступу : http://www.news.de/wirtschaft/855070468/sachen-gibt-s-die-gibt-s-gar-nicht/1. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
65. Hillmer A. Da haben wir den Salat – samt Pestiziden [Електронний ресурс] / A. Hillmer // Hamburger Abendblatt. – Дата публікації : 03.02.2010. – Режим доступу : http://www.abendblatt.de/ratgeber/wissen/article1367146/Da-haben-wir-den-Salat-samt-Pestiziden.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
66. Badenhop P. Klimawandel in Hessen. Das kann ja heiter werden [Електронний ресурс] / P. Badenhop // Frankfurter Allgemeine. – Дата публікації : 26.07.2011. – Режим доступу : http://www.faz.net/aktuell/rhein-

main/hessen/klimawandel-in-hessen-das-kann-ja-heiter-werden-1511548-b2.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

67. Ach du dickes Ei: Bauer macht spektakulären Fund [Електронний ресурс] / Yahoo! Nachrichten. – Дата публікації : 23.01.2013. – Режим доступу : http://de.nachrichten.yahoo.com/ach-du-dickes-ei--bauer-macht-spektakulären-fund--104438090.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

68. Tkalec M. Ach, du dicker Hund [Електронний ресурс] / M. Tkalec // Berliner Zeitung. – Дата публікації : 10.09.2003. – Режим доступу : http://www.berliner-zeitung.de/archiv/ach--du-dicker-hund,10810590,10114666.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

69. Eltzel B. Ach du dicker Hund: Roxy muss abspecken [Електронний ресурс] / B. Eltzel // Berliner Zeitung. – Дата публікації : 07.08.2012. – Режим доступу : http://www.berliner-zeitung.de/berlin/ach-du-dicker-hund--roxy-muss-abspecken,10809148,16825898.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

70. Nassoufis A. Fütterung von Tieren: Ach du dicker Hund! [Електронний ресурс] / A. Nassoufis // Mitteldeutsche Zeitung. – Дата публікації : 26.09.2010. – Режим доступу : http://www.mz-web.de/panorama/fuetterung-von-tieren-ach-du-dicker-hund-,20642226,17669634.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

71. Epking T. Jetzt mach mal halblang! [Електронний ресурс] / T. Epking // Die Welt. – Дата публікації : 28.10.2008. – Режим доступу : http://www.welt.de/wams_print/article2641818/Jetzt-mach-mal-halblang.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

72. Sieh zu, dass du Land gewinnst! [Електронний ресурс] / Westdeutsche Allgemeine Zeitung. – Дата публікації : 25.05.2011. – Режим доступу : http://www.derwesten.de/spiele/news/sieh-zu-dass-du-land-gewinnst-id4690561.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

73. Stöhr M. Das kommt nicht in die Tüte! [Електронний ресурс] / M. Stöhr // Der Freitag. – Дата публікації : 29.11.2011. – Режим доступу :

http://www.freitag.de/autoren/mark-stoehr/das-kommt-nicht-in-die-tute. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

74. Unternehmer. Ich glaub ich steh im Wald [Електронний ресурс] / Unternehmer // Focus. – Дата публікації : 15.12.2008. – Режим доступу : http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/korruptionsaffaere-siemens-buesst-mit-milliardenzahlung_aid_356124.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

75. EINSER. Ach du liebe Güte! [Електронний ресурс] / EINSER // Focus. – Дата публікації : 07.05.2009. – Режим доступу : http://www.focus.de/politik/deutschland/waffenrecht-paintball-soll-auf-den-index_aid_396820.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

76. Pat. Vista – da scheiden sich die Geister [Електронний ресурс] / Pat // Focus. – Дата публікації : 19.03.2008. – Режим доступу : http://www.focus.de/digital/computer/microsoft_aid_265856.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

77. Möschke H.-J. Ach du dickes Ei.... [Електронний ресурс] / Hans-Jürgen Möschke // Focus. – Дата публікації : 30.03.2013. – Режим доступу : http://www.focus.de/kultur/medien/richter-in-hessen-zahlen-hohe-zwangsabgabe-der-gez-irrsinn-kommt-die-justiz-teuer-zu-stehen_aid_950975.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

78. Ott R. Und da fragst du noch? [Електронний ресурс] / Rudolf Ott // Focus. – Дата публікації : 12.11.2007. – Режим доступу : http://www.focus.de/politik/deutschland/focus-interview_aid_138826.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

79. Ach Du Dickes Ei! [Електронний ресурс] / [Gast]. – Focus. – Дата публікації : 14.03.2012. – Режим доступу : http://www.focus.de/finanzen/news/grossbaeckereien-befuerchten-einschraenkungen-deutschland-droht-eine-eier-not_aid_724052.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

80. 100 Stellen fehlen. Personalnot im Klinikum [Електронний ресурс] / Westfalen-Blatt. – Дата публікації : 13.05.2015. – Режим доступу : http://www.westfalen-

blatt.de/OWL/Lokales/Kreis-Guetersloh/Guetersloh/1972737-100-Stellen-fehlen-Personalnot-im-Klinikum. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

81. Jetzt reicht's den Griechen aber! [Електронний ресурс] / Deutsche Welle. – Дата публікації : 06.01.2014. – Режим доступу : http://www.dw.de/jetzt-reichts-den-griechen-aber-06012014/a-17344222. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

82. Dangelmeyer Jo. Noch ein Bäckereibetrieb in Lintorf: Jetzt schlägt's 13 [Електронний ресурс] / Joachim Dangelmeyer // Westdeutsche Zeitung. – Дата публікації : 19.03.2014. – Режим доступу : http://www.wz-newsline.de/lokales/kreis-mettmann/ratingen/noch-ein-baeckereibetrieb-in-lintorf-jetzt-schlaegt-s-13-1.1589958. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

83. Analyse zum Bischof von Limburg. Die Akte Franz-Peter Tebartz-van Elst [Електронний ресурс] / RP.online. – Дата публікації : 14.10.2013. – Режим доступу : http://www.rp-online.de/panorama/ausland/die-akte-franz-peter-tebartz-van-elst-aid-1.3743390. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

84. Deniz D. Hochzeitsmesse zeigt neue Trends [Електронний ресурс] / Diana Deniz // Augsburger Allgemeine. – Дата публікації : 07.01.2013. – Режим доступу : http://www.augsburger-allgemeine.de/augsburg/Hochzeitsmesse-zeigt-neue-Trends-id23395616.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

85. Es geht auch ohne Tattoo [Електронний ресурс] / Berliner Morgenpost. – Дата публікації : 01.07.2014. – Режим доступу : http://www.morgenpost.de/printarchiv/sport/article129637994/Es-geht-auch-ohne-Tattoo.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

86. Jetzt schlägt's 13 – Tina Maze hat nach Kombi-Gold noch lange nicht genug [Електронний ресурс] / nachrichten.at. – Дата публікації : 11.02.2015. – Режим доступу : http://www.nachrichten.at/sport/wintersport/ski-wm/Jetzt-schlaegt-s-13-Tina-Maze-hat-nach-Kombi-Gold-noch-lange-nicht-genug;art134896,1644619. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

87. Jetzt schlägt's 13: Adobe bringt Photoshop und Premiere Elements 13 [Електронний ресурс] / fotointern.ch. – Дата публікації : 24.09.2014. – Режим

доступу : http://www.fotointern.ch/archiv/2014/09/24/jetzt-schlaegts-13-adobe-bringt-photoshop-und-premiere-elements-13. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

88. Vogeltanz Y. Lohr. Jetzt schlägt's 13! [Електронний ресурс] / Yvonne Vogeltanz // Main Post. – Дата публікації : 07.01.2013. – Режим доступу : http://www.mainpost.de/regional/main-spessart/Jetzt-schlaegts-13;art768,8717974. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

89. Fritzsche M. Jetzt schlägt's 13: Jeff Gordon doch im Chase dabei! [Електронний ресурс] / Mario Fritzsche // Motorsport total.com. – Дата публікації : 13.09.2013. – Режим доступу : http://www.motorsport-total.com/usracing/news/2013/09/jetzt-schlaegts-13-jeff-gordon-doch-im-chase-dabei-13091302.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

90. Alpenriese. Jetzt schlägts 13 [Електронний ресурс] / Alpenriese // Форум dg-chrono.de. – Дата публікації : 15.03.2015. – Режим доступу : http://www.dg-chrono.de/dg-chrono.de/forum/viewtopic.php?f=15&t=3762. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

91. Marie B. Also jetzt schlägt's dreizehn! Um das herauszufinden, mußte extra eine teure Studie angefertigt werden? Für wie blöd hält man uns eigentlich? <...> [Електронний ресурс] / Marie B. // Junge Freiheit. – Дата публікації : 03.11.2014. – Режим доступу : https://jungefreiheit.de/wirtschaft/2014/immer-mehr-deutschen-droht-altersarmut. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

92. Schmidt E. Jetzt schlägt's dreizehn! Höchste Zeit, daß sich ein Verband oder eine Partei, die <...> [Електронний ресурс] / Eberhard Schmidt // Junge Freiheit. – Дата публікації : 03.11.2014. – Режим доступу : https://jungefreiheit.de/kultur/gesellschaft/2014/oesterreich-gender-schreibweise-wird-pflicht. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

93. Hubert. Na, jetzt schlägts dreizehn, so deppate Rechtssprecher nehmen einem Bürger <...> [Електронний ресурс] / hubert // Tageszeitung online. – Дата публікації : 27.03.2015. – Режим доступу : http://www.tageszeitung.it/2015/03/27/staranwalt-fuer-chiku. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

94. Lady-aschenblödel. Nachhilfeunterricht bei Klein Yussuf [Електронний ресурс] / Lady-aschenblödel // beepworld.de. – Режим доступу : http://lady-aschenbloedel.beepworld.de/lehrer-unterricht.htm. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

95. Zuendler. DELL Monitor jetzt reichts! [Електронний ресурс] / zuendler // dforum.de. – Дата публікації : 06.11.2010. – Режим доступу : http://www.dforum.net/archive/index.php/t-586871.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

96. Ramming. Jetzt schlägt es dreizehn... [Електронний ресурс] / Ramming // Bautagebuch Allkauf Life 10. – Дата публікації : 27.05.2013. – Режим доступу : http://familie-ramming-baut.blogspot.com/2013_05_01_archive.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

97. Nikola. Dickmaulrüssler [Електронний ресурс] / Nikola // Форум haus.de. – Дата публікації : 04.06.2001. – Режим доступу : http://bb.haus.de/haus/viewtopic.php?t=5476. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

98. Lippauer A. Lisa raucht!!!! Jetzt schlägt es dreizehn!!!! [Електронний ресурс] / Astrid Lippauer // meinbezirk.at. – Дата публікації : 21.11.2010. – Режим доступу : http://www.meinbezirk.at/wolfsberg/wirtschaft/den-trafikanten-reicht-es-und-uns-auch-d300841.html. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

99. Maier Jo. Jetzt schlägts 13!!! Tatsächlich – und ich bastel und werkel da rum! <...> [Електронний ресурс] / Josef Maier // Форум androidpit.de. – Дата публікації : 02.01.2013. – Режим доступу : https://www.androidpit.de/forum/502006/viber-klingelton-aendern. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

100. Derwahreeasy. Bin bei der letzten Durchsicht auch darauf hingewiesen worden (beidseitig), <...> [Електронний ресурс] / derwahreeasy // Форум motor-talk.de. – Дата публікації : 12.05.2011. – Режим доступу : http://www.motor-talk.de/forum/lack-am-kotfluegel-hire-und-hili-loest-sich-ab-hilfe-t2631089.html?page=3. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

101. Sachen gibt es die gibt es gar nicht [Електронний ресурс] : група / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/groups/103772363124810. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

102. Sachen gibt's, die gibt's gar nicht [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Sachen-gibts-die-gibts-gar-nicht/210979585601379. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

103. Sachen gibt's, die gibt's gar nicht [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/sachengibtsdiegibtsgarnet. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

104. Ich glaub mein Goldfisch humpelt xD [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Ich-glaub-mein-Goldfisch-humpelt-xD/327761107235512. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

105. Ruhe auf den billigen plätzen [Електронний ресурс] : особистий блог / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/ruhe-auf-den-billigen-plätzen/217205201641967. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

106. Dreimal darfst du raten [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Dreimal-darfst-du-raten/204967219574882. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

107. Warum einfach wenn es auch kompliziert geht? [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Warum-einfach-wenn-es-auch-kompliziert-geht/289853434418456. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

108. Ach du heiliger bimbam [Електронний ресурс] : сторінка спільноти / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/ach-du-heiliger-bimbam/154901194604091. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

109. Warum ist die Banane krumm? [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Warum-ist-die-Banane-krumm-/474275495918986. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

110. Ich glaub, mein Hamster bohnert [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/hamsterbacke. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

111. Ich glaub ich steh im wald :o [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/ich-glaub-ich-steh-im-wald-o/216286828403147. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

112. Das darf doch nicht wahr sein digga [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/das-darf-doch-wohl-nicht-wahr-sein-digga/204523592926388. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

113. Was du kannst, kann ich schon lange [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Was-du-kannst-kann-ich-schon-lange/172417099599199. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

114. Das halte Ich für ein Gerücht [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Das-halte-Ich-für-ein-Gerücht/211894425516911. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

115. Du kriegst die Tür nicht zu [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/tuernichzu. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

116. Ahja, aber sonst geht’s dir gut? [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Ahja-aber-sonst-gehts-dir-gut/213673115385691. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

117. Der Zug ist abgefahren [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Der-Zug-ist-abgefahren/157478907651854. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

118. Stimmts oder hab ich recht? [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/stimmts-oder-hab-ich-recht/130961293593609. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

119. Geh mir aus der Sonne [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Geh-mir-aus-der-Sonne/402177753204552. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
120. GEWUSST WIE – Tipps und Tricks [Електронний ресурс] : група / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/groups/346219135397336. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
121. Nichts wie hin [Електронний ресурс] : спільнота / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/pages/Nichts-wie-hin/121729784564418. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
122. Himmel, Arsch und Zwirn [Електронний ресурс] : група / Facebook. – Режим доступу : https://www.facebook.com/groups/365236246861380. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
123. Frömming U. Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich! [Електронний ресурс] : фото / Uli Frömming // fotocommunity.de. – Дата публікації : 10.02.2010. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/20159113. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
124. Abraham Jo. Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich [Електронний ресурс] : фото / Joachim Abraham // fotocommunity.de. – Дата публікації : 12.11.2011. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/26326405. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
125. Egger A. Warum einfach wenns auch kompliziert geht? [Електронний ресурс] : фото / Anja Egger // fotocommunity.de. – Дата публікації : 22.12.2013. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/32757591. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
126. Perlet A. Lass das, ich hass das [Електронний ресурс] : фото / Angelika Perlet // fotocommunity.de. – Дата публікації : 11.09.2010. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/1498344. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.
127. Stahl L. Ab durch die Mitte [Електронний ресурс] : фото / Larissa Stahl // fotocommunity.de. – Дата публікації : 09.12.2010. – Режим доступу :

http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/23208219. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

128. Völkel P. Ab durch die Mitte [Електронний ресурс] : фото / Pascale Völkel // fotocommunity.de. – Дата публікації : 21.02.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/27177323. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

129. Zimmermann B. Ich glaub mein Schwein pfeift [Електронний ресурс] : фото / Beate Zimmermann // fotocommunity.de. – Дата публікації : 04.09.2006. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/6663318. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

130. Löffler H. Da kannst Du Dich auf den Kopf stellen... [Електронний ресурс] : фото / Harald Löffler // fotocommunity.de. – Дата публікації : 13.09.2011. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/25768776. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

131. Eintagsfliegemithalbtagsjob. Die Ruhe auf den billigen Plätzen [Електронний ресурс] : фото / Eintagsfliegemithalbtagsjob // fotocommunity.de. – Дата публікації : 20.01.2013. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/30041016. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

132. Knapp D. ..... weiß der Geier [Електронний ресурс] : фото / Detlef Knapp // fotocommunity.de. – Дата публікації : 02.12.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/29661449. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

133. Scheuermann T. Gib ihm Saures [Електронний ресурс] : фото / Traute Scheuermann // fotocommunity.de. – Дата публікації : 05.04.2002. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/125192. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

134. Ich glaub, mich streift ein Bus [Електронний ресурс] : фото / fotouristen.de. – Дата публікації : 01.02.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/125192. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

135. Andrea 0085. Ich sehe grün [Електронний ресурс] : фото / Andrea 0085 // fotocommunity.de. – Дата публікації : 27.02.2013. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/30342194. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

136. Schneider H. Erzähl mir keinen vom Pferd... [Електронний ресурс] : фото / Helmut Schneider // fotocommunity.de. – Дата публікації : 18.04.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/27687045. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

137. Simona S. ErLAUBen Sie mal! [Електронний ресурс] : фото / Simona S. // fotocommunity.de. – Дата публікації : 06.11.2011. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/26268390. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

138. Pilger G. Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp [Електронний ресурс] : фото / Günter Pilger // fotocommunity.de. – Дата публікації : 30.01.2010. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/20035959. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

139. Heid U. Wir werden das Ding schon schaukeln!!!!!!!!!!!!!!! [Електронний ресурс] : фото / Ulrike Heid // fotocommunity.de. – Дата публікації : 03.07.2010. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/21636699. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

140. Intschie A. Mein lieber Scholli [Електронний ресурс] : фото / A. Intschie // fotocommunity.de. – Дата публікації : 11.01.2009. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/15625214. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

141. Uli P. Hasch mich, ich bin der Frühling ... [Електронний ресурс] : фото / Uli P. Weber // fotocommunity.de. – Дата публікації : 10.03.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/27330270. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

142. Günther kessen. Da kannst du warten bist du schwarz wirst [Електронний ресурс] : фото / günther kessen // fotocommunity.de. – Дата публікації : 08.04.2012. –

Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/27591008. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

143. Gemünden H. G. Das Berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten ... [Електронний ресурс] : фото / Hans Georg Gemünden // fotocommunity.de. – Дата публікації : 22.03.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/27435913. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

144. Renate K. Das Berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten [Електронний ресурс] : фото / Renate K. // fotocommunity.de. – Дата публікації : 05.02.2008. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/11691894. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

145. Fidibauer. Die Spatzen pfeifen es vom Dach [Електронний ресурс] : фото / Fidibauer // fotocommunity.de. – Дата публікації : 15.09.2013. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/31997588. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

146. Hasler G. Nur keinen Streit vermeiden... [Електронний ресурс] : фото / Gunther Hasler // fotocommunity.de. – Дата публікації : 13.11.2006. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/7187681. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

147. Buddrich J. R. Der Knüppel liegt beim Hund [Електронний ресурс] : фото / J. R. Buddrich Der Möwenbändiger // fotocommunity.de. – Дата публікації : 14.05.2007. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/8919666. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

148. Klüber Jö. Da haben wir den Salat... [Електронний ресурс] : фото / Jörg Klüber // fotocommunity.de. – Дата публікації : 30.11.2012. – Режим доступу : http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/29647814. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

149. Cako02a. Nicht schlecht Herr specht [Електронний ресурс] : відеофайл / cako02a // YouTube. – Дата публікації : 21.07.2013. – Режим доступу :

http://www.youtube.com/watch?v=fWLLkA1tVv8. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

150. Csabinho. PES: warum einfach wenns auch umständlich geht [Електронний ресурс] : відеофайл / Csabinho // YouTube. – Дата публікації : 28.05.2007. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=MFECEOX1aJo. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

151. Glotznetsobloed. Ach du schreck [Електронний ресурс] : відеофайл / glotznetsobloed // YouTube. – Дата публікації : 04.07.2009. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=wSN0HAJXXu0. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

152. TheMoschtmann. Wenn Blicke töten könnten [Електронний ресурс] : відеофайл / TheMoschtmann // YouTube. – Дата публікації : 07.09.2009. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=BHBE3EqtDrE. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

153. Steinperl W. Kommt in den besten Familien vor [Електронний ресурс] : відеофайл / wagner steinperl // YouTube. – Дата публікації : 23.02.2011. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=YgouRxhPru0. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

154. Es ist noch alles drin [Електронний ресурс] : відеофайл / [Werder Bremen]. – YouTube. – Дата публікації : 01.05.2009. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=L_uTFPT2CBU. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

155. Schorn M. Jetzt schlägt’s 13! [Електронний ресурс] : відеофайл / Martin Schorn // YouTube. – Дата публікації : 31.03.2013. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=lGgb4RHQnKg. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

156. MisterFreaKoo. Let’s Play Damnation #08 [HD] – Warum nicht gleich so ?!! [Електронний ресурс] : відеофайл / MisterFreaKoo // YouTube. – Дата публікації : 03.11.2013. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=Db9yjHJajyQ. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

157. SirZeros. Let’s Play Hide; Halloween Special – Ach du meine Fresse!!! [Електронний ресурс] : відеофайл / SirZeros // YouTube. – Дата публікації : 31.10.2012. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=LvuLL576IPU. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

158. Let’s Play ArcheAge 172 – Der Bär ist los [Електронний ресурс] : відеофайл / [Let’s Play ArcheAge]. – YouTube. – Дата публікації : 11.08.2013. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=z58f8m3NjjI. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

159. Kreisanzeigeronline. Ach Du dickes Ei... Waldhessens größtes Osterei steht in Kirchheim [Електронний ресурс] : відеофайл / Kreisanzeigeronline // YouTube. – Дата публікації : 23.04.2011. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=fXkX3KssChM. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

160. Haingärtner B. Da wird der Hund in der Pfanne verrückt Teil 1 [Електронний ресурс] : відеофайл / Baerbel Haingärtner // YouTube. – Дата публікації : 01.06.2012. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=MIJFrMA9Pp4. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

161. MrAstroBach. Nicht schlecht Herr Specht [Електронний ресурс] : відеофайл / MrAstroBach // YouTube. – Дата публікації : 23.05.2012. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=qVRIR9HqxnQ. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

162. Surfrider03096. Jetzt ist Polen offen [Електронний ресурс] : відеофайл / surfrider03096 // YouTube. – Дата публікації : 21.12.2007. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=SQH-7_t5FQQ. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

163. 5 vor 12 schlägts 13 [Електронний ресурс] : відеофайл / [konopkafilme]. – YouTube. – Дата публікації : 21.11.2010. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=Y3JOe8ddfII. – Назва з екрану. – Дата звернення : 26.08.2015.

ДОДАТКИ

Додаток А

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ЕКСПРЕСИВІВ І КОМУНІКАТИВІВ			
	ФРАЗЕОЛОГІЧНІ КОМУНІКАТИВИ	АМБІВАЛЕНТНО-ПЕРЕХІДНА ІДІОМАТИКА ЕКСПРЕСИВНО-КОМУНІКАТИВНОГО СПРЯМУВАННЯ	ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКСПРЕСИВИ
НЕПРОДУКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ [+ негативна оцінка]+ [+ незадоволення]	**Неприйняття** грубі та вульгарні вирази / прокляття *Der / die (usw.) kann mich gern haben! Leck mich am Arsch! Pfui über dich! Der Teufel soll dich holen!* емоційні вказівки замовкнути / забиратися геть (покинути приміщення)/ триматися (тримати руки) подалі від кого-н. / чого-н. *Halt die Klappe! Mach dich vom Acker! Lass dich einmotten! Hand von der Butter!* **Погроза** *Ein Schlag, und du stehst im Hemd! Wir sprechen uns noch!* (**Критичне / образливе**) **зауваження** образа *Du bist wohl des Wahnsinns knusprige Beute? Du bist wohl (als Kind) zu heiß gebadet (worden)! Bist du noch zu retten?* осуд / критика *Das ist (doch) keine Art (und Weise)! Du machst mir Laune! Du hast wohl Tomaten auf den Augen;* реакція на запитання / міркування співрозмовника, які мовець бажає залишити без відповіді і вказує на їхню недоречність *Warum ist die Banane krumm? Wie kommt Kuhscheiße / Spinat aufs Dach?* сумнів у правдивості слів співрозмовника (+ епістемна оцінка, + несподіванка / здивування) *Hast du's nicht ein bisschen kleiner? Das kannst du deiner Großmutter erzählen; Die Botschaft hör' ich wohl;*	**← Відмова / заперечення** (+ незадоволення) *Nur über meine Leiche! Mein Bedarf ist gedeckt; Sonst noch was! Das hast du dir (so) gedacht; So siehst du aus! (Das) kommt (gar) nicht in die Tüte! (Das) kannst du dir an den Hut stecken; Lieber (10 Jahre) nichts zu Weihnachten; Ich kann mich fassen; I bewahre!* **← Епістемна оцінка** відсутність інформації, незнання (+ незадоволення / несподіванка) *(Das) weiß der Teufel! Frag mich was Leichtes / Leichteres; Da bin ich überfragt;* нерозуміння; неясність інформації / ситуації *Jetzt bin ich (genau) so schlau wie vorher; Ich verstehe nur Bahnhof / Bratkartoffeln; Dunkel ist der Rede Sinn; Was will uns der Dichter damit sagen? Begreife einer die Welt! Da bleibt einem der Verstand stehen.* очевидність, володіння інформацією (+ підтвердження сказаного / запевнення / клятви) *Was für eine Frage! Da fragst du noch? Das sieht / merkt doch ein Blinder (mit dem Krückstock / Stock)!* розуміння інформації / обставин ситуації *Nachtigall, ich / ick hör' dir trapsen; Da liegt der Hund begraben; (Ach / aha), daher pfeift / weht der Wind; Daher der Name Bratkartoffel! Ich hab's!* розбіжність думок / сумнів / підозра *Da / Hier scheiden sich die Geister; Oder wie seh' ich das? Das ist die (große) Frage / Das ist noch sehr die Frage; Wer weiß, wozu es gut ist; Es steckt etw. dahinter.* статус інформації: давність *Das / es pfeifen die Spatzen von den / allen Dächern; Das ist (alles)*	**Незадоволення** прокляття / грубі вирази (+ неприйняття) *Scheiß die Wand an! Da soll doch der Teufel dreinschlagen! Himmel, Arsch und Wolkenbruch!*; обурення / гнів / роздратування / розпач *Das ist (doch) die Höhe! Da hört (sich) doch alles auf! Es ist zum Mäusemelken!;* розчарування (+ раціональна оцінка) *Ausgerechnet Bananen! Da haben wir die Bescherung! Jetzt haben wir / hast du den Salat!;* примирення з ситуацією / безсилля / безпорадність (+ раціональна оцінка) *So musste es kommen / das musste ja (so) kommen; Nun stehe ich (usw.) da mit meinem gewaschenen Hals(e);* **Здивування / (приємна чи неприємна) несподіванка** (+погрозливе зауваження;+ переляк *Sachen gibt's (die gibt's gar nicht)! Da wird der Hund in der Pfanne verrückt! Ei der Tausend! (Ach) du kriegst die Tür nicht zu! Haste / hast du Töne? (Ach) du meine / liebe Güte! (Ach) du grüne Neune! Mein lieber Scholli! Mensch Meier!;* **Переляк** (+ інші емоції)

	Сценарій **«Сварка / суперечка»** опис / розвиток суперечки *Ein Wort gibt das andere; Wir sind geschiedene Leute;* непоступка *Da kannst du dich auf den Kopf stellen o. Ä.; Und wenn du platzt!* звинувачення / пошук винних *Haltet den Dieb! Das / der Karnickel hat angefangen / Wer war das Karnickel?*	*kalter Kaffee; Etw. / das ist eine alte Jacke*); *Das ist das erste, was ich höre*; **Оцінно-ситуативні фрази→** негативна оцінка (+ незадоволення / роздратування) *Schön ist anders! Da ist Holland in Not; Da hat der Teufel seine Hand im Spiel; Bis hierher und nicht weiter! Umgekehrt / umgedreht wird ein Schuh draus; Da ist der Wurm drin; Da beißt sich die Katze in den Schwanz;* позитивна оцінка (+ задоволення) *Glück muss der Mensch haben! Da liegt Musik(e) drin; Das ist die Idee des Jahrhunderts;* різноаспектні оцінно-ситуативні фрази: оцінка місця / території (+відмова / схвалення) *Da / hier werden abends die Bürgersteige hochgeklappt; Hier ist der tote Hund begraben*; *Da möchte ich nicht tot über dem Zaun hängen; Hier lasst uns Hütten bauen!* (емоційна) оцінка ситуації (обставин + місця): *Da wackelt die Wand! Da ist der Kuckuck los! Da ist der Bär los!* зміна ситуації *Das Blatt / das Blättchen hat sich gewendet; Das Eis ist gebrochen; Vor Tische las man's anders;* важливість / бажання *Es geht um Kopf (und Kragen) / ums Ganze; Es geht um die Wurst; Koste es / es koste, was es wolle;* байдужість: *Das ist gehüpft / gehupft wie gesprungen; Das ist mir Jacke wie Hose; Alles ein Brei; Scheiß (doch) der Hund drauf!;* надокучливість (+ незадоволення): *Immer die alte Leier! (Es ist) (immer) das alte / gleiche / dasselbe Lied!* нестерпність (обставин ситуації / дій кого-н.) (+ незадоволення; + погроза): *Jetzt ist Sabbat; Das Maß ist voll; Jetzt hat es (aber) geklingelt; Jetzt / nun ist (aber) Sense!* закінчення чого-н.	*Um Himmels willen! (O) (Schreck), laß nach!;* **Сором** *Ich / jmd. würde (vor Scham, Angst) am liebsten in ein Mauseloch kriechen;* **Співчуття** *O jegerl! Da machst du 'was mit* **Огида** *Pfui Teufel! Man kann gar nicht so viel fressen, wie man kotzen möchte;* **Задоволення** (радісне) полегшення *Gott sei's getrommelt und gepfiffen! Dem Himmel sei's gedankt!* радість *(Und) der Himmel hängt voller Geigen! Es ist alles in (bester / schönster) Butter; Das ist ein Ding wie 'ne Wanne;* **Емоційне вираження фізичного (та психологічного) стану мовця** *Ich könnte mich so verschenken; Ich bin am Boden zerstört; Ich bin kein Mensch mehr.*
ПРОДУКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ **[+позитивна оцінка] [+задоволення ; здивування]**	Сценарій «**Вирішення конфлікту»** примирення *Vergeben und vergessen! Schwamm drüber! Liebe Kinder, zankt euch nicht, spuckt euch lieber ins Angesicht!* виправдання *Wer kann für Unglück? Ich bin auch nur ein Mensch! Sieht doch die Katz(e) den Kaiser an!* поступка / визнання права співрозмовника / іншої особи діяти на власний розсуд *Wenn dein Seelenheil daran hängt; Das kannst du halten wie ein Dachdecker; Tu, was du nicht lassen kannst!* **Похвала / визнання** *Nicht schlecht, Herr Specht! Alle Achtung! Hut ab (vor der Leistung)!* **Згода / схвалення / домовленість** *Da sage ich nicht nein; An mir soll es nicht liegen; (Die Sache) ist geritzt;* **Конкретизація проблеми / ситуації** питання чи спонукання розповісти про суть проблеми *Wo drückt (denn) (dich) der Schuh? Wo brennt's (denn)? (He)raus mit der Sprache!* роз'яснення ситуації *Es muss von der Leber (he)runter; Die Sache ist die*		

	(und der Umstand ist der); **Підтвердження (сказаного) / запевнення / клятви** *Das kannst / darfst du annehmen! (Na), wer sagt's denn? Stimmt's, oder hab'(e) ich recht? So wahr ich hier stehe; Ich will mich hängen lassen, wenn… ;* **Підбадьорення / заспокоєння / утихомирення** *Kopf hoch! (Nur Mut) (es) wird schon schiefgehen! Es wird nicht gleich den Kopf kosten; Das ist (doch) / (noch) kein Beinbruch! Nur keine jüdische Hast! Nicht / niemals ärgern, nur wundern!* **Пересторога** *Holzauge, sei wachsam!* **Спонукання до дії** заклики рушати в дорогу / вставати *Ab nach Kassel! Erhebe dich, du schwacher Geist! Ab die Post!* заохочення братися до справи *Da hilft kein Maulspitzen (es muss gepfiffen sein; (Immer) ran an den Sarg, und mitgeweint! Weiter im Text!* заклики боротися зі (спільним) ворогом *Auf ihn mit Gebrüll!* **Вихваляння / задоволення собою** *Köpfchen, Köpfchen! Wo steht das Klavier? Uns kann keiner;*	(+ незадоволення / задоволення): *Das Spiel ist aus; (Und) fertig ist die Laube! Leergebrannt ist die Stätte; Ende der Fahnenstange (Weiterklettern auf eigene Gefahr);* очікування: позитивне очікування / надія *Noch ist Polen nicht verloren; Da / es ist noch alles drin; Hoffen wir das Beste, (lieber Leser)! Ich sehe grün;* невизначене очікування (+ епістемна оцінка) *Abwarten und Tee trinken; Lassen wir uns überraschen; Das liegt / steht noch in weiter / nebelhafter Ferne;* негативне / скептичне очікування, в т. ч. безнадія (+ епістемна оцінка) *Wenn's aufs Äußerste kommt; (Na), dann prost Mahlzeit! Da / hier ist nichts zu wollen; Ich will Emil / Hans / Meier o. Ä. heißen, wenn…;* оцінна характеристика важливих сфер міжособистісного спілкування: час *Es ist / wird (die) höchste Eisenbahn; Das war(en) noch Zeit(en)!* погода *Bei diesem Wetter jagt man keinen Hund vor die Tür; Hab Erbarmen, Petrus!* кількість *Weniger wäre mehr; Sage und schreibe; Das kann die / eine Maus auf dem Schwanz forttragen;* гроші / вартість *Was kostet die Welt? Dafür muss (ei)'ne alte Frau / Oma lange stricken; Wir haben's ja;* риси характеру / зовнішності *Kommst du heut(e) nicht, kommst du morgen; Angst hat er keine, aber rennen kann er; Wenn Blicke töten könnten!* (емоційна) передачі інтенсивності дії / ознаки *Hast du / haste nicht gesehen…; Ehe man sich's versieht; … dass es nur so staubt; Was das Zeug hält;* різне *Das Kind muss (doch) einen Namen haben / kriegen; Komm mit, du frierst; Friss, Vogel, oder stirb!*	

Додаток Б

Анкета опитування респондентів

Iwano-Frankiwsk, den 26. November 2013

Sehr geehrte Damen und Herren,
haben Sie herzlichen Dank dafür, dass Sie sich die Mühe geben, den vorliegenden Fragebogen auszufüllen.

Für die Verfassung der Forschungsarbeit «Expressive und kommunikative Formeln des Deutschen in der Internet-Kommunikation» benötige ich die Beurteilung der von mir gesammelten Belege durch die Muttersprachler und bin auf Ihre freundliche Hilfe als Träger der deutschen Standardsprache angewiesen.

WICHTIG!!!

1. Greifen Sie bitte nicht zu Wörterbüchern oder anderen Informationsquellen einschließlich Internet. Es werden keinesfalls Ihre Kenntnisse, sondern die Gebräuchlichkeit einzelner Ausdrücke geprüft. Es wird angenommen, dass eine ganze Reihe der in diesem Fragebogen angeführten Ausdrücke nicht sehr geläufig oder überhaupt außer Gebrauch gekommen sind.

2. Die meisten Beispiele sind emotionale Ausdrücke und werden vorwiegend in der Umgangssprache gebraucht. Bitte beantworten Sie die zweite Frage bejahend, auch wenn Sie diesen Satz nur gelegentlich oder sehr selten gebrauchen.

3. Sie können auch gerne zu einzelnen Ausdrücken Ihre Bemerkungen schreiben (z. B. «So sagte früher mein Großvater», «Ich kenne diesen Ausdruck in einer anderen Form ….» usw.). Schreiben Sie bitte Ihre Kommentare unter der Tabelle mit Angabe des besprochenen Ausdrucks.

Am Anfang geben Sie bitte Ihre Personalien an (Für die Beurteilung der Ergebnisse werden keine Namen gebraucht, nur gegebenenfalls die unten angeführten Daten, z. B. für die korrekte Einschätzung der Geläufigkeit der Ausdrücke in einzelnen Altersgruppen bzw. deren territorialen Verbreitung):

Alter	
Geschlecht (m / w)	
Ausbildung	
Beruf	
Muttersprache	
Herkunftsort (Bundesland)	
Wohnort (Bundesland)	

Nochmals vielen Dank

Mit besten Grüssen Oksana Gordiy (Iwano-Frankiwsk, Ukraine)

№		Haben Sie den Ausdruck schon mal gehört? **+ (ja) / – (nein)**	Gebrauchen Sie selbst diesen Ausdruck? **+ (ja) / – (nein)**
1	Dir haben sie wohl die Antenne geklaut?		
2	Das ist (doch) die Höhe!		
3	So fragt man (die) Leute aus!		
4	Ab hier kommen die Bären von rechts;		
5	So streng sind dort die Bräuche;		
6	Das grenzt an Pommern!		
7	Lieber (zehn / fünf Jahre) nichts zu Weihnachten!		
8	Wo hast du deinen Spiritus gelassen?		
9	Dein Vater ist wohl Schuster? (Frage an einen Stotternden);		
10	Du bist wohl singen gewesen? (als Kommentar, wenn jemand viel Kleingeld (bei sich) hat);		
11	Das haut einen auf den Schlips;		
12	Wie kommst du mir(eigentlich) vor?		
13	Aber sicher, sagte Blücher;		
14	Das geht mir (doch) über die Puppe(n)!		
15	Jetzt schlägt's (aber) dreizehn!		
16	Ran an die Gewehre! (als Aufforderung anzufangen);		
17	Dass dich die Schwerenot!		
18	Da hört (sich) doch die Weltgeschichte auf!		
19	Das ist (nicht) mein Bier;		
20	Ich will Matz heißen, wenn …;		
21	In Kuckucks Namen!		
22	Der Teufel mag daraus klug / schlau werden;		
23	Was sehen meine entzündeten Augen?		

24	Ich glaube, mein / dein Muli priemt!		
25	Dass dich alle Hagel!		
26	Hoppla, jetzt komm(e) ich! (Kennruf des Draufgängers);		
27	Und wenn der Teufel auf Stelzen geht;		
28	Das kommt davon!		
29	Mein Gott, (Frau) Beckmann!		
30	Mag werden, was will!		
31	Gut gebrüllt, Löwe!		
32	(Ach) du liebe Tante!		
33	Mach' dich nicht grün!		
34	Bei mir Zement, da kannst du lange kratzen!		
35	Gewusst wie! (angesichts einer geglückten Leistung);		
36	Was hat das mit dem Radfahren zu tun?		
37	Wir werden das Schwein schon töten;		
38	Da werden sich die Flundern wundern!		
39	Da soll doch der Teufel dreinschlagen!		
40	Dazu hat Buchholtz kein Geld;		
41	Verrückt und fünf ist neune!		
42	So siehst du aus!		
43	Nicht für einen Wald von / voll Affen!		
44	Da haben wir / hast du den Braten!		
45	Das kann meine Tante /mein Kutscher / Lehmanns Kutscher auch!		
46	Da geht's nicht katholisch zu!		
47	Mach doch keinen Mumpitz!		
48	Das kommt nicht ins Finale (als Ablehnung);		
49	Ich bin dafür, dass wir dagegen sind;		
50	Aus is und gar is, (und schad, dass's wahr is);		
51	Höher geht's nimmer;		
52	Dreimal abgeschnitten und immer noch zu kurz;		
53	Haben wir heute Bauernmesse?		
54	Schweigen wir von etwas anderem!		
55	Wie habe ich das wieder gemacht?! (als selbstironische Genugtuung über eine Leistung)		
56	Da kannst du Meisen ausnehmen;		
57	Daher der Name Bratkartoffel!		
58	Da / dort möchte ich nicht begraben sein;		
59	Hol dich der Fuchs!		
60	Da musst du früher / eher aufstehen;		
61	Da hast du den Kitt! (als Enttäuschung)		
62	(Das) ist nicht meine Beerdigung;		
63	Man merkt die Absicht und ist verstimmt;		
64	Nie sollst du mich befragen;		
65	Da hört das Parfüm auf zu riechen!		
66	Da / hier scheiden sich die Geister;		
67	Da könnte ja jeder kommen!		
68	Hol mich dieser oder jener!		
69	Nicht schlecht, Herr Specht!		

70	Sitzt, passt und hat Luft;		
71	Da steckt man nicht drin;		
72	Verschwinde wie die Wurst im Spinde!		
73	Ich glaub(e), mein Nilpferd bohnert!		
74	Bange machen (Bangemachen) gilt nicht!		
75	Da kennen Sie Buchholtzen schlecht!		
76	Da hat eine Eule gesessen;		
77	(Ach) du liebes bisschen!		
78	Das sagt man immer, wenn die Bratkartoffeln angebrannt sind;		
79	Krieg den Dalles!		
80	Was kostet die Welt?		

Додаток В

Фразеологічні експресиви і комунікативи у заголовках публікацій онлайн-медіа

1. *Ab nach Kassel*: Im Städtevergleich siegen München und Kassel
(Der Tagesspiegel / www.tagesspiegel.de; 09.12.2011);
2. *Ab durch die Mitte!*
(Die Welt / www.welt.de; 08.01.2000);
3. *Was kostet die Welt?* Studieren im Ausland
(www.uni.de; 03.04.2012);
4. Liberalisierung: *Ab die Post!*
(IHK-Magazin Wirtschaft in Mittelfranken / www.ihk-nuernberg.de; 04.2007);
5. *So weit kommt's noch*: Ex-Minister will Saarland auflösen
(www.sol.de; 26.04.2010);
6. Europas Rettungsfonds: *Koste es, was es wolle*
(Frankfurter Allgemeine Zeitung / www.faz.net; 13.01.2011);
7. Politiker und ihre Dienstwagen: *Wir haben's ja*
(Auto Bild / www.autobild.de; 21.11.2002);
8. *Mach dir nicht ins Hemd!*
(Die Welt / www.welt.de; 24.07.2011);
9. *Schmerz, laß nach!*
(DIE ZEIT / www.zeit.de; 1998, № 27);
10. *Jetzt ist Sense!*
(Kölner Stadt-Anzeiger / www.ksta.de; 05.06.2012);
11. Alleinerziehende – *Wo drückt der Schuh?*
(Westdeutsche Allgemeine Zeitung / www.derwesten.de; 19.02.2012);
12. *Nicht schlecht, Herr Specht*: Vogel legt Stromversorgung lahm
(Badische Zeitung / www.badische-zeitung.de; 23.11.2011);
13. *Da ist Zug drin*
(Die Welt / www.welt.de; 12.12.2013);
14. *Da wackelt die Wand*
(Rheinische Post / www.rp-online.de; 06.10.2011);
15. *Was kostet die Welt?* Madrid, himmlisch und hektisch
(Der Spiegel / www.spiegel.de; 04.06.2007);
16. Würzburger Woche: *Verflixt und zugenäht!*
(Main Post / www.mainpost.de; 15.06.2012);
17. Simbabwe: *Aus der Traum*
(Frankfurter Rundschau / www.fr-online.de; 19.04.2010);
18. *Rette sich, wer kann!*: Griechen und Italiener bunkern ihre Euros
(Handelsblatt / www.handelsblatt.com; 04.01.2012);
19. Forschung und Technik: *Das lob ich mir*
(Focus / www.focus.de; 29.09.2008);
20. Euro-Rettung: *Du mich auch*
(ZEIT ONLINE / www.zeit.de; 31.10.2011);

21. *Das ist der Gipfel!*
(Die Tageszeitung / www.taz.de; 17.05.2010);
22. Ortsumgehung Rinchnach: *Hier scheiden sich die Geister!*
(Wochenblatt / www.wochenblatt.de; 10.04.2012);
23. *Ach du dickes Ei*: Bauer macht spektakulären Fund
(Yahoo! Nachrichten / www.yahoo.com; 23.01.2013);
24. *Scher dich zum Kuckuck!*
(Die Welt / www.welt.de; 08.10.09);
25. *Holzauge sei wachsam*
(Badische Zeitung / www.badische-zeitung.de; 27.08.2010);
26. Schönmacher: *Da haben wir den Salat*
(Hamburger Abendblatt / www.abendblatt.de; 06.06.2012);
27. *Jetzt mach mal halblang!*
(Die Welt / www.welt.de; 28.10.2008);
28. *Höher geht's nimmer!*
(Donaukurier / www.donaukurier.de; 11.04.2012);
29. *Mein lieber Schwan*: Blitz schlägt Vogel vom Himmel
(Bild / www.bild.de; 12.01.2012);
30. *Nicht schlecht, Herr Specht!*
(Hamburger Abendblatt / www.abendblatt.de; 28.01.2005);
31. Gewürzmischungen voller Harmonie: *Gib ihm Saures*
(Handelsblatt / www.handelsblatt.com; 28.11.2006);
32. Analyse: *Nur keinen Streit vermeiden*
(Focus / www.focus.de; 04.07.2011);
33. Betrug im Netz: *Sachen gibt's, die gibt's gar nicht*
(www.news.de; 25.08.2010);
34. *Mein lieber Scholli!*: Die besten Sprüche von Mehmet Scholl
(EXPRESS / www.express.de; 19.06.2012);
35. *Das ist die Höhe!*
(Süddeutsche Zeitung / www.sueddeutsche.de; 02.07.2009);
36. Gentechnik: *Mach dich vom Acker*
(www.deventhos.de);
37. *Sieh zu, dass du Land gewinnst!*
(Westdeutsche Allgemeine Zeitung / www.derwesten.de; 25.05.2011);
38. *«Es ist höchste Eisenbahn!»*
(Neue Ruhr Zeitung / www.derwesten.de; 23.08.2009);
39. *Ach du liebes bisschen!*
(Berlin-aktuell.de / www.berlin-aktuell.de; 24.01.2011);
40. *Das kommt nicht in die Tüte!*
(Der Freitag / www.freitag.de; 29.11.2011);
41. *Es geht ums Ganze!*
(ZEIT ONLINE / www.zeit.de; 06.01.2012);
42. *Heiliges Kanonenrohr!* Ex-Kriegsschiff wird Luxushotel in China
(Bild / www.bild.de; 06.10.2011);
43. *Wie sag ich's meinem Kinde?*
(Die Welt / www.welt.de; 26.05.2011);

44. Schulpolitik: *Rin in die Kartoffeln, raus aus den Kartoffeln...*
(WAL aktuell / www.warsteinerliste.de; 27.03.2009);
45. *«Es knistert im Gebälk»*
(Die Welt / www.welt.de; 03.12.2000);
46. Klimawandel in Hessen: *Das kann ja heiter werden*
(Frankfurter Allgemeine / www.faz.net; 18.02.2008);
47. *Da liegt der Hund begraben*: Was passiert mit toten Haustieren?
(www.n-tv.de; 11.01.2012);
48. *Ach du dicker Hund!*
(Berliner Kurier / www.berliner-kurier.de; 07.12.2008);
49. *Ach, du dicker Hund*
(Berliner Zeitung / www.berliner-zeitung.de; 10.09.2003);
50. *Ach du dicker Hund*: Roxy muss abspecken
(Berliner Zeitung / www.berliner-zeitung.de; 07.08.2012);
51. Fütterung von Tieren: *Ach du dicker Hund!*
(Mitteldeutsche Zeitung / www.mz-web.de; 26.09.2010);
52. Schmerzmittel: *Schmerz, lass nach*
(ZEIT ONLINE / www.zeit.de; 12.02.2011);
53. *Hier stinkt es zum Himmel*
(Hamburger Abendblatt / www.abendblatt.de; 22.07.2010);
54. Übernahme von Kosmetikhersteller Avon geplatzt: *Ausser Spesen nichts gewesen*
(Badische Zeitung / www.badische-zeitung.de; 16.05.2012);
55. Platini: *«Es gibt kein Zurück mehr»*
(kicker / www.kicker.de; 11.01.2011);
56. *«Mir fehlen die Worte»*: Abschied von Schalke 04 rührt Raul zu Tränen
(Focus / www.focus.de; 29.04.2012);
57. *«Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre»*
(Die Welt / www.welt.de; 23.03.2009);
58. *Ach, du heiliger Bimbam: Hier blieb kein Auge trocken*
(Frankfurter Neue Presse / http://sdp.fnp.de; 05.09.2011);
59. *So ein Bart*
(Die Welt / www.welt.de; 19.08.2000);
60. *Und fertig ist die Laube*
(Neue Osnabrücker Zeitung / www.noz.de; 09.09.2009);
61. Endlich endlich: Gold für Deutschland! *Gott sei es gedankt!*
(Süddeutsche Zeitung / www.sueddeutsche.de; 12.08.2008);
62. *Weiss der Geier* – was ist los Europa?
(www.myheimat.de; 15.11.2011);
63. Haushalt: *Das war eine schwere Geburt*
(www.westline.de; 19.05.2011);
64. Richtungsdebatte der SPD: *Auf ihn mit Gebrüll*
(Süddeutsche Zeitung / www.sueddeutsche.de; 17.05.2010);
65. Hochwasser in Osteuropa: *«Es geht um Kopf und Kragen»*
(Süddeutsche Zeitung / www.sueddeutsche.de; 06.06.2010);
66. *Da lachen die Hühner*
(Echo Online / www.echo-online.de; 26.02.2011);

67. *Aus der Traum*: Gastgeber Polen geschockt und traurig
(Frankfurter Rundschau / www.fr-online.de; 17.06.2012);
68. *Halt mal die Luft an!*
(Berliner Morgenpost / www.morgenpost.de; 21.11.2005);
69. Real Madrid droht erneut das frühe Aus: *«Es geht um Leben und Tod»*
(kicker / www.kicker.de; 09.03.2009);
70. Mesut Özil: *«Ich bin auch nur ein Mensch»*
(Westdeutsche Zeitung / www.wz-newsline.de; 19.06.2012);
71. *AUCH DAS NOCH*: Gemeinde stoppt Umzug wegen Randalierern
(Badische Zeitung / www.badische-zeitung.de; 08.02.2014);
72. *Alles Banane*
(Die Welt / www.welt.de; 26.09.1997);
73. *Auf ihn mit Gebrüll*: Sechs Polizisten bringen Schläger zur Räson
(Hamburger Morgenpost / www.mopo.de; 15.02.2011);
74. *Da haben wir den Salat* – samt Pestiziden
(Hamburger Abendblatt / www.abendblatt.de; 03.02.2010);
75. Höhenmessung: *Das ist doch der Gipfel* – oder?
(ZEIT ONLINE / www.zeit.de; 20.04.2012);
76. *Da lachen die Hühner*: Freilandhaltung im Hühnermobil
(Epoch Times / www.epochtimes.de; 09.11.2011);
77. *Ich glaub mich streift ein Bus*
(Eßlinger Zeitung / www.esslinger-zeitung.de; 20.05.2011);
78. *Da bleibt kein Auge trocken*
(Frankfurter Neue Presse / www.fnp.de; 06.07.2012);
79. *Mein lieber Schwan*: Feuerwehr-Einsatz nach Bruchlandung
(Wolfsburger Allgemeine Zeitung / www.waz-online.de; 28.09.2012);
80. *Alles in Butter*
(Neue Westfälische / www.nw-news.de; 23.04.2012);
81. *Der Zug ist abgefahren*
(Hamburger Wochenblatt / www.hamburger-wochenblatt.de; 03.05.2012);
82. *Ach, du liebe Zeit*
(Der Tagesspiegel / www.tagesspiegel.de; 04.07.2011);
83. Klinsi: Zwei Siege, *sonst raucht's!*
(Berliner Kurier / www.berliner-kurier.de; 01.09.2005);
84. *«Da hast du's...»*
(Neues Deutschland / www.neues-deutschland.de; 07.08.2007);
85. Büro-Benimm: *Dann ist Feierabend*
(Frankfurter Rundschau / www.fr-online.de; 30.09.2006).

Додаток Г

Фразеологічні експресиви та комунікативи в ролі нікнеймів та назв спільнот у соціальній мережі Фейсбук

а) нікнейми

1. Gazang *Fragmichwasleichteres*;
2. Frank *Fragmichwasleichteres*;
3. *Fragmichwas Leichteres*;
4. *Achdu Meinegüte*;
5. Mary *Gewusst Wie*;
6. *Gewusst Wie*;
7. Anett *Mein Gott Walther* (Netti);
8. *Mein Gott Walther*;
9. *Soweit Kommts Noch*;
10. Sandro *Soweit Kommts Noch*;
11. Kevin *Soweitkommtsnoch* (Gulkenmaier);
12. Marie-Luise *Soweitkommtsnoch*;
13. *Sei's Drum*;
14. *Geh Heim*;
15. *Wasdu Nichtsagst*;
16. *Pfui Spinne*;
17. Mave *Schwamm Drüber*;
18. Lina *SchwammDrüber*;
19. *Scheiß Drauf*;
20. *Mein Lieber Scholli*;
21. Mandy *Fragliebernicht*;
22. *Huschhusch Inskörbchen*;
23. *Klappe Zu Affe Tot*;
24. *Du Kannst Mich Mal*;
25. *Du Kannstmichmal*;
26. *Achdudickes Ei*;
27. *Ach Du Liebes Lieschen*;
28. David *Ach du Liebezeit*;
29. *Ichglaub Ichspinne*;
30. *Pfui Teufel*;
31. *Zum Teufel*;
32. *Potz Donner*;
33. *Dass Ich Nicht Lache*;
34. *Mensch Meier*;
35. Robin *Dreimaldarfstduraten*;
36. Jan-Ivo *Dreimaldarfstduraten*;
37. *Pfui Deibel*;
38. *Öftermal Wasneues*;
39. *Falsch Verbunden*;
40. Beep *Falschverbunden*;
41. Anne *Ichglaubichstehimwald*;

б) спільноти

1. *Du ahnst es nicht*;
2. *Der Zug ist abgefahren*;
3. *Mach den Mund zu, es zieht*;
4. *Was kostet die Welt?!* Achso... Hm, dann nehm ich'ne kleine Cola;
5. Ej *das kann nicht wahr sein*;
6. *das darf doch nicht wahr sein* digga;
7. *ich glaub ich steh im wald* :o;
8. *Du kriegst die Tür nicht zu*;
9. *Ich glaub mich tritt ein Pferd*;
10. *Sonst passiert was?*;
11. *sonst raucht's*;
12. *Ruhe auf den billigen Plätzen*;
13. *Leck mich fett*;
14. *Warum einfach wenn es auch kompliziert geht?*;
15. *ach du heiliger bimbam*;
16. *Da ist der Bär los!!!*;
17. *Warum ist die Banane krumm?*;
18. *Ach du grüne Neune* :o;
19. *Ach Du Grüne Neune!*;
20. *UND FERTIG IST DIE LAUBE!*;
21. *Das berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten*;
22. Ahja, *aber sonst geht's dir gut?*;
23. *Hat dir jemand ins Gehirn geschissen und vergessen umzurühren?*;
24. *Das halte Ich für ein Gerücht*;

25. *Ich glaub mein Goldfisch humpelt* xD;
26. ich sag nur 2 Worte «*halt die Klappe*»;
27. *Einfach mal die Klappe halten*;
28. *Da lacht die Koralle*;
29. Ach, *Schwamm drüber*;
30. *Schwamm drüber*;
31. *Da brat mir doch einer nen Storch..., aber schön knusprig!*;
32. *Sachen gibt's die gibt's eigentlich gar nicht*;
33. *Sachen gibt's, die gibt's gar nicht*;
34. *Das halte ich für ein Gerücht*;
35. *Öfter mal was Neues*;
36. *Pfui Teufel*;
37. *Himmel, Arsch und Zwirn*;
38. *Klappe zu, Affe tot*;
39. *Was du kannst, kann ich schon lange!!!*;
40. *Was du kannst, kann ich schon lange*;
41. *Alter Schwede, da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt*;
42. Ja *da wird doch der Hund in der Pfanne verrückt*;
43. *Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt*;
44. *Du kannst mich mal*;
45. *Ach, was soll's*;
46. *frag lieber nicht*;
47. *Nicht schlecht, Herr Specht*;
48. *Was Du Nicht Sagst* ;D;
49. *Na, wo drückt denn der Schuh?*;
50. *Ich glaub' mein Schwein pfeift*;
51. *Ich glaub mein Schwein pfeift*;
52. *GEWUSST WIE* – Tipps und Tricks für den Alltag;
53. *ich glaub es hackt*;
54. *Ich glaub es HACKt*;
55. *Butter bei die Fische*;
56. Jetzt ma *Butter bei die Fische* – R10B Klassentreffen;
57. *Ich glaub mein schwein pfeift* :D :3;
58. *Ich glaub mein Schwein jodelt*;
59. *Nichts wie hin*;
60. *Scheiß doch der Hund drauf*;
61. *Das ist mir Jacke wie Hose*;
62. *Sonst noch was?*;
63. *ich bin dafür, dass wir dagegen sind*;
64. *Dreimal darfst du raten*;
65. *Verarschen kann ich mich alleine*;
66. *stimmts oder hab ich recht?*;
67. *Ach, du dickes Ei!*;
68. *Mein lieber Scholli*;
69. *na bitte, geht doch!* :D;
70. *Ich glaub, mein Hamster bohnert*;
71. *Ich glaub mein Hamster jodelt*;
72. *mein lieber Scholli* :o;
73. *Geh mir aus der Sonne*;
74. *Ich glaub ich krieg die Motten* ey.

Додаток Д

Фразеологічні експресиви і комунікативи у назвах фото

1. *Wir werden das Ding schon schaukeln!!!!!!!!!!!!!* (fotocommunity.de; 03.07.2010);
2. *Ab durch die Mitte* (fotocommunity.de; 21.02.2012);
3. *Ab durch die Mitte* (fotocommunity.de; 09.12.2010);
4. *ab durch die mitte* :) den Wald (fotocommunity.de; 11.02.2014);
5. *Es ist zum Kugeln* (fotocommunity.de; 31.12.2013);
6. *Ich dachte, mich laust der Affe...* (fotocommunity.de; 05.07.2010);
7. *Es ist zum Auswachsen...* (fotocommunity.de; 07.05.2010);
8. *Husch-Husch die Waldfee* (fotocommunity.de; 30.10.2013);
9. *Hat man da noch Worte?* (fotocommunity.de; 10.03.2012);
10. *Ab durch die Mitte* (fotocommunity.de; 04.10.2012);
11. *...auf dich habe ich gerade gewartet* (fotocommunity.de; 22.05.2007);
12. *~Mach' keine Wellen~* (fotocommunity.de; 05.10.2009);
13. *Da kannst du warten bist du schwarz wirst* (fotocommunity.de; 08.04.2012);
14. *ich weiß nicht was du willst* (fotocommunity.de; 11.03.2012);
15. *Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp....* (fotocommunity.de; 30.01.2010);
16. *Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp...* (fotocommunity.de; 27.03.2011);
17. *Mit Volldampf voraus!!* (fotocommunity.de; 31.10.2010);
18. *Dicht vorbei... ist auch daneben* (fotocommunity.de; 27.01.2008);
19. *Man sollte nicht alles so verbissen sehen...* (fotocommunity.de; 30.01.2012);
20. *Vorsicht! Heiß und Fettig* (fotocommunity.de; 09.08.2010);
21. *das haut einen um, ...* (fotocommunity.de; 01.04.2007);
22. *Hol's der Teufel* (fotocommunity.de; 05.08.2011);
23. *Weiß der Teufel...* (fotocommunity.de; 18.06.2012);
24. *Du kriegst die Tür nicht zu!* (fotocommunity.de; 10.03.2009);
25. *Du kriegst die Tür nicht zu....* (fotocommunity.de; 09.08.2011);
26. *Du kriegst die Tür nicht zu...!* (fotocommunity.de; 26.09.2006);
27. *na und ob!!!!!* (fotocommunity.de; 14.05.2011);
28. *Potz Blitz* (fotocommunity.de; 06.07.2009);
29. *So schnell schießen die Preußen nicht* (fotocommunity.de; 25.10.2008);
30. *ja.....Pusteblume* (fotocommunity.de; 19.06.2009);
31. *Bei dir piept's wohl?* (fotocommunity.de; 18.04.2012);
32. *Ich pfeif' dir was!* (fotocommunity.de; 12.01.2014);
33. *Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht nass...*(fotocommunity.de; 29.04.2012);
34. *Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht naß...* (fotocommunity.de; 13.08.2008);
35. *erzähl mir keinen vom Pferd...* (fotocommunity.de; 18.04.2012);
36. *Immer mit die Ruhe!!!* (fotocommunity.de; 07.02.2012);
37. *Die Ruhe auf den billigen Plätzen* (fotocommunity.de; 20.01.2013);
38. *...die sache ist geritzt...* (fotocommunity.de; 05.12.2007);
39. *Das Rennen ist gelaufen* (fotocommunity.de; 27.04.2012);
40. *...du kommst mir gerade recht...* (fotocommunity.de; 08.05.2005);
41. *Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich* (fotocommunity.de; 12.11.2011);

42. *Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich!* (fotocommunity.de; 10.02.2010);
43. *Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich...* (fotocommunity.de; 11.02.2007);
44. *Der Lack ist ab!* (fotocommunity.de; 11.11.2007);
45. *Lass das ich hass das* (fotocommunity.de; 11.09.2010);
46. *lass das, ich hass das.....* (fotocommunity.de; 17.06.2004);
47. *Leergebrannt ist die Stätte...* (fotocommunity.de; 17.05.2011);
48. *Na wer sagt's denn....* (fotocommunity.de; 05.02.2007);
49. *da liegt Musike drin!* (fotocommunity.de; 20.09.2011);
50. *Donnerwetter nochmal* (fotocommunity.de; 05.06.2011);
51. *So ein Donnerwetter nochmal!!!* (fotocommunity.de; 12.05.2010);
52. *Demnächst in diesem Theater* (fotocommunity.de; 18.02.2012);
53. *Dreimal darfst du raten...* (fotocommunity.de; 27.07.2006);
54. *Drei mal dürft ihr raten, wo wir auf Maturreise waren!* (fotocommunity.de; 26.09.2006);
55. *Überlaßt das Denken den Pferden, die haben die größeren Köpfe* (fotocommunity.de; 12.04.2007);
56. *Wie steh ich da?* (fotocommunity.de; 06.10.2006);
57. *Aller guten Dinge sind drei!* (fotocommunity.de; 05.10.2013);
58. *Aller guten Dinge sind drei...* (fotocommunity.de; 10.04.2011);
59. *es kommt dicke* (fotocommunity.de; 23.05.2012);
60. *Da fliegt mir doch der Draht aus der Mütze!* (fotocommunity.de; 03.05.2010);
61. *ErLAUBen Sie mal!* (fotocommunity.de; 06.11.2011);
62. *Warum einfach, wenn's auch umständlich geht...*(fotocommunity.de; 05.03.2005);
63. *Warum einfach wenns auch kompliziert geht?* (fotocommunity.de; 22.12.2013);
64. *Ich glaub, mich KNUTSCHT ein ELCH* (fotocommunity.de; 11.08.2009);
65. *Ich glaub mich knutscht ein Elch...* (fotocommunity.de; 28.08.2009);
66. *Da haben wir die Bescherung* (fotocommunity.de; 25.12.2013);
67. *Das ist MEIN Bier!* (fotocommunity.de; 22.06.2006);
68. *heiliger Bimbam* (fotocommunity.de; 12.03.2013);
69. *Ach Du liebes Bisschen!* (fotocommunity.de; 20.04.2008);
70. *Dann nix wie ran an die Buletten!* (fotocommunity.de; 12.02.2012);
71. *Bleib mir vom Hals...* (fotocommunity.de; 07.01.2011);
72. *Bleib mir vom Leib, Sohn!* (fotocommunity.de; 24.03.2012);
73. Alte Donau zufällig! *Das spricht Bände* (fotocommunity.de; 05.05.2011);
74. *Ich muss doch sehr bitten...* (fotocommunity.de; 30.10.2010);
75. *... wenn blicke töten könnten...* (fotocommunity.de; 11.06.2007);
76. *Es wird immer bunter* (fotocommunity.de; 17.04.2012);
77. *So streng sind dort die Bräuche* (fotocommunity.de; 06.04.2006);
78. *Nachtigall ick hör dir trapsen* (fotocommunity.de; 21.04.2013);
79. *Na, da legst di nieder!* (fotocommunity.de; 25.01.2014);
80. *der hat Nerven!!!* (fotocommunity.de; 04.04.2009);
81. *Sei kein Frosch!* (fotocommunity.de; 04.06.2010);
82. *immer feste druff* (fotocommunity.de; 16.05.2010);
83. ... frühling? – *weit gefehlt!* (fotocommunity.de; 24.03.2009);
84. *Der Faden ist gerissen* (fotocommunity.de; 31.01.2012);
85. *Hasch mich ich bin der Frühling* (fotocommunity.de; 23.03.2012);

86. *Hasch mich, ich bin der Frühling*
(fotocommunity.de; 10.03.2012);
87. *Mach die Flatter!*
(fotocommunity.de; 27.03.2012);
88. *Mach die Flatter!!!* Aber schnell, sonst....
(fotocommunity.de; 31.03.2012);
89. *Frag mich was Leichteres...*
(fotocommunity.de; 04.12.2006);
90. *Das Berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten...*
(fotocommunity.de; 22.03.2012);
91. *Das Berühren der Figüren mit den Pfoten ist verboten*
(fotocommunity.de; 05.02.2008);
92. *mit dem finger auf der landkarte*
(fotocommunity.de; 17.11.2003);
93. *das ist der Gipfel*
(fotocommunity.de; 26.05.2012);
94. *Ach du meine Güte* – ähhh – Blüte
(fotocommunity.de; 02.03.2009);
95. *Es geschehen noch Zeichen und Wunder*
(fotocommunity.de; 13.02.2010);
96. *Weiß der Geier...*
(fotocommunity.de; 25.08.2012);
97. *Weiß der Geier*
(fotocommunity.de; 11.06.2011);
98. *... weiß der Geier*
(fotocommunity.de; 02.12.2012);
99. *..um Gottes Willen..*
(fotocommunity.de; 25.05.2012);
100. *Um Gottes Willen!!*
(fotocommunity.de; 07.04.2006);
101. *mein lieber Herr Gesangverein*
(fotocommunity.de; 19.04.2011);
102. *Glück muss der Mensch haben...*
(fotocommunity.de; 02.08.2009);
103. *..und noch'n Gedicht..*
(fotocommunity.de; 24.01.2013);
104. *Da scheiden sich die Geister*
(fotocommunity.de; 15.08.2004);
105. *Die Geister die ich rief*
(fotocommunity.de; 04.04.2011);
106. *Auf ihn mit Gebrüll..*
(fotocommunity.de; 19.03.2012);
107. *Auf ihn mit Gebrüll*
(fotocommunity.de; 05.05.2012);
108. *Ich sehe Grün!*
(fotocommunity.de; 15.05.2006);
109. *ich sehe grün*
(fotocommunity.de; 27.02.2013);
110. *Heiliges Kanonenrohr*
(fotocommunity.de; 05.02.2009);
111. *Wir werden das Kind schon schaukeln!*
(fotocommunity.de; 05.03.2012);
112. *Der Knüppel liegt beim Hund*
(fotocommunity.de; 14.05.2007);
113. *...das macht den Kohl nicht fett*
(fotocommunity.de; 11.10.2009);
114. *Hol's der Kuckuck!*
(fotocommunity.de; 09.05.2011);
115. *Zum Kuckuck nochmal...*
(fotocommunity.de; 24.03.2009);
116. *Und wer küsst mich*
(fotocommunity.de; 21.06.2010);
117. *Und wer küsst mich*
(fotocommunity.de; 02.08.2010);
118. **Kräht kein Hahn mehr**
(fotocommunity.de; 06.05.2007);
119. *köpfchen köpfchen*
(fotocommunity.de; 02.06.2008);
120. *Es ist zum Kugeln*
(fotocommunity.de; 21.05.2008);
121. *Das ist zum kugeln*
(fotocommunity.de; 12.12.2004);
122. *Kommentar überflüssig*
(fotocommunity.de; 21.10.2012);
123. *es kracht gleich*
(fotocommunity.de; 23.01.2008);
124. *Da kannst Du Dich auf den Kopf stellen...*
(fotocommunity.de; 13.09.2011);
125. *Wo steht das Klavier?????*
(fotocommunity.de; 16.06.2001);
126. *Wo steht das Klavier?*
(fotocommunity.de; 12.01.2010);
127. *wo steht das Klavier?*
(fotocommunity.de; 04.07.2011);
128. *...komm ich heut nicht, komm ich morgen...*
(fotocommunity.de; 27.12.2005);
129. *Was du kannst kann ich schon lange*
(fotocommunity.de; 30.06.2010);
130. *Himmel.....noch mal!*
(fotocommunity.de; 26.10.2013);

131. *... da lachen ja die Hühner :-)* (fotocommunity.de; 18.04.2011);
132. *Da lachen ja die Pferde* (fotocommunity.de; 01.05.2011);
133. *Da wird doch der Hund in der Pfanne verrückt...*(fotocommunity.de; 29.12.2013);
134. *Mach's halblang* (fotocommunity.de; 08.01.2007);
135. *Es zieht wie Hechtsuppe* (fotocommunity.de; 15.02.2005);
136. *Der Himmel hängt voller Geigen* (fotocommunity.de; 11.05.2012);
137. *Der Himmel hängt voller Geigen...* – nee, Gitarren (fotocommunity.de; 08.04.2011);
138. *und der Himmel hängt voller Geigen* (fotocommunity.de; 26.08.2013);
139. *das schreit zum himmel!* (fotocommunity.de; 06.02.2008);
140. *Ich könnte mich in den Hintern beißen, ...* (fotocommunity.de; 05.06.2012);
141. *das ist der Hammer...* (fotocommunity.de; 08.04.2006);
142. *holzauge, sei wachsam!* (fotocommunity.de; 27.09.2013);
143. *holzauge, sei wachsam!* (fotocommunity.de; 08.08.2013);
144. *ich glaub, mein hamster bohnert ;-)* (fotocommunity.de; 03.08.2007);
145. *Hannemann geh' du voran* (fotocommunity.de; 28.02.2009);
146. *Bis hierher und nicht weiter...!* (fotocommunity.de; 20.11.2012);
147. *Hoppla, jetzt komm ich* (fotocommunity.de; 19.06.2012);
148. *... da haben wir den Salat* (fotocommunity.de; 06.05.2013);
149. *Da haben wir den Salat...* (fotocommunity.de; 30.11.2012);
150. *Da haste den Salat!!!* (fotocommunity.de; 16.12.2007);
151. *... mein lieber Schwan!* (fotocommunity.de; 04.11.2010);
152. *Die Spatzen pfeifen es von den Dächern* (fotocommunity.de; 24.07.2011);
153. *Die Spatzen pfeifen es von den Dächern* (fotocommunity.de; 15.09.2013);
154. *Da bleibt einem die Spucke weg.....* (fotocommunity.de; 09.11.2007);
155. *Schwamm drüber* (fotocommunity.de; 22.02.2004);
156. *Wenn alle Stricke reißen* (fotocommunity.de; 20.08.2010);
157. *Da brat mir einer nen Storch* (fotocommunity.de; 07.06.2007);
158. *da brat mir einer nen Storch* (fotocommunity.de; 10.03.2003);
159. *wer sagt's denn*: geschafft! (fotocommunity.de; 25.03.2006);
160. *Das hat gesessen!* (fotocommunity.de; 10.01.2008);
161. *gib ihm Saures!* (fotocommunity.de; 11.06.2003);
162. *Gib ihm Saures* (fotocommunity.de; 05.04.2002);
163. *Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern* (fotocommunity.de; 19.05.2013);
164. *Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern!* (fotocommunity.de; 08.01.2012);
165. *Mein lieber Scholli* (fotocommunity.de; 11.01.2009);
166. *Nur keinen Streit vermeiden...* (fotocommunity.de; 13.11.2006);
167. *nicht schlecht herr specht!* (fotocommunity.de; 05.06.2005);
168. *Ich glaub mein Schwein pfeift* (fotocommunity.de; 14.09.2006);
169. *sitzt, passt und hat luft* ;-) (fotocommunity.de; 09.12.2009);
170. *Sitzt, passt, wackelt und hat Luft!* (fotocommunity.de; 13.10.2008);
171. *Wie kommt Spinat aufs Dach...* (fotocommunity.de; 14.10.2003);
172. *wir werden das Kind schon schaukeln* (fotocommunity.de; 08.04.2010);
173. *Sitzt, passt, wackelt und hat Luft!* Danke @tetris :) #stgt (flickr.com; 13.11.2010);
174. *Mein lieber Schwan* (piqs.de; 12.10.2011);
175. *Weiß der Geier....*

(natur-portrait.de);

176. *Ich glaub' mich streift ein Bus...* (fotorolli.blogspot.com; 9.11.2009);

177. *Heiligs Blechle!* (GEO Reisecommunity; 25.08.2009);

178. *warum einfach WENNS AUCH KOMPLIZIERT GEHT?* (Internet bike community; 16.05.2009);

179. *Geh mir vom Acker* (fineartprint.de; Bild-Nr.: 584578);

180. *Mein lieber Schwan* – ist das kalt! (mein-schoener-garten.de; 24.01.2009);

181. *Ich glaub, mich streift ein Bus!* (fotouristen.de; 01.02.2012);

182. *Der Teufel ist los!* (galerie.chip.de; 25.10.2007);

183. *Es ist zum Kugeln* (galerie.chip.de; 20.05.2008);

184. *Ich glaub, ich steh im Wald* (Fotowettbewerb bei 4-Seasons.de; 09.05.2011).

Додаток Е

Фразеологічні експресиви і комунікативи у назвах відеофайлів

1. *Abwarten und Tee trinken* (YouTube; 10.02.2007);
2. *Abwarten und Tee trinken* auf G8-Gipfel (YouTube; 08.07.2007);
3. *Ab die Post :)* (YouTube; 13.01.2011);
4. *Das fängt ja gut an!* (YouTube; 11.05.2011);
5. *Ach du liebe Zeit!* (YouTube; 05.02.2010);
6. *Bist du des Wahnsinns knusprige Beute?* (YouTube; 03.04.2012);
7. *danach war polen offen* (YouTube; 23.01.2010);
8. *Jetzt ist Polen offen!* (YouTube; 21.12.2007);
9. *Quatsch mit Soße* (YouTube; 05.01.2013);
10. *Es ist noch alles drin* (YouTube; 01.05.2009);
11. *Hoppla, jetzt komm ich!* (YouTube; 01.08.2012);
12. *Schreck lass nach* (YouTube; 01.01.2007);
13. *Ach du Schreck* (YouTube; 04.07.2009);
14. *Jetzt ist Sense!* (YouTube; 03.11.2009);
15. *Ran an den Speck* (YouTube; 02.11.2013);
16. *Sachen gibts, die gibts gar nicht!* (YouTube; 22.03.2009);
17. *Jetzt schlägt's 13!* (YouTube; 31.03.2013);
18. *5 vor 12 schlägts 13* (YouTube; 21.11.2010);
19. *Ach, du dickes Ei!* (YouTube; 04.04.2012);
20. *Ach Du dickes Ei..* (YouTube; 23.04.2011);
21. *Warum einfach, wenns auch umständlich geht* (YouTube; 28.05.2007);
22. *Ach du dicke Eiche* (YouTube; 14.10.2009);
23. *Gut gebrüllt, Löwe!* (YouTube; 03.06.2008);
24. *Das ist mein Bier* (YouTube; 19.12.2006);
25. *Nicht schlecht, Herr Specht* (YouTube; 21.07.2013);
26. *Nicht schlecht, Herr Specht* (YouTube; 23.05.2012);
27. *Ich glaub mein Schwein pfeift ...* (YouTube; 28.06.2008);
28. *sitzt, passt, wackelt und hat luft* (YouTube; 15.03.2010);
29. *Nicht immer, aber immer öfter* (YouTube; 30.01.2012);
30. *Man höre und staune!* (YouTube; 18.10.2010);
31. *wenn Blicke töten könnten!* (YouTube; 07.09.2009);
32. Tierhaltung: *DA LACHEN DIE HÜHNER* (DVD / Vorschau) (YouTube; 10.02.2012);
33. Chicken Run auf der Autobahn: *Da lachen ja die Hühner* (YouTube; 28.01.2014);
34. *Da wird der Hund in der Pfanne verrückt* Teil 1 (YouTube; 01.06.2012);
35. Politiker: *«Mein Name ist Hase, ich weiß von nichts»* (YouTube; 04.07.2013);
36. Chinas Müll – *es stinkt zum Himmel!* (Global 3000) (YouTube; 27.08.2012);
37. *Es stinkt zum Himmel* (YouTube; 05.02.2014);
38. CZ – *Es stinkt zum Himmel!* (YouTube; 25.07.2011);
39. *es rappelt im Karton* (YouTube; 10.10.2013);
40. *Es rappelt im Karton* (YouTube; 06.10.2013);

41. *Der Bär ist los...* (YouTube; 23.11.2010);
42. *Alles Banane* (YouTube; 01.02.2007);
43. *Das ist nicht mehr feierlich* (YouTube; 04.04.2012);
44. *hasch mich, ich bin der Frühling* (YouTube; 22.04.2008);
45. *Keine Feier ohne Meier* (YouTube; 27.09.2011);
46. *OH MEIN GOTT!!* #4 (YouTube; 14.01.2014);
47. *Das kommt davon* (YouTube; 14.07.2013);
48. skateboard missbrauch*, das kommt davon* (YouTube; 19.11.2009);
49. *Weiß der Geier* (YouTube; 09.01.2013);
50. *Als der Großvater die Großmutter nahm* (YouTube; 19.12.2013);
51. *Was es nicht alles gibt.*avi (YouTube; 15.12.2010);
52. *Nachtigall ick hör Dir trapsen ...* (YouTube; 15.05.2011);
53. *Kommt in den besten Familien vor* (YouTube; 23.02.2011);
54. *Schwein gehabt* (YouTube; 14.06.2011);
55. *Schwein gehabt meine Güte* ...(Panzer vs. LKW) (YouTube; 30.03.2012);
56. *Husch husch ins Körbchen* (YouTube; 26.10.2013);
57. *na bitte geht doch* (YouTube; 14.01.2009);
58. *Humor ist wenn man trotzdem lacht!* (YouTube; 01.06.2013);
59. *Au Backe mein Zahn* (YouTube; 22.07.2011);
60. *Ruhe im Karton* (YouTube; 10.02.2009);
61. *gedacht getan* (YouTube; 08.07.2008);
62. *ich weiß jetzt wie der hase läuft* (YouTube; 04.02.2008);
63. *Wie der Hase läuft* – Videopraktikum TU Dresden 2008 (YouTube; 18.07.2008);
64. Let's Play Minecraft #88 – *Ich glaub es hackt!* (YouTube; 15.02.2013);
65. Let's Trash Traktor Racer: *Mach dich vom Acker!* (German /Deutsch*)* (YouTube; 20.02.2012);
66. [01] *Da wird doch der Hund in der Pfanne verrückt!* – Survival Games (YouTube; 04.05.2013);
67. Let's Play Skyrim [Deutsch] #215: *Nachtigall, ich hör Dir trapsen* (YouTube; 08.11.2012);
68. Let's Play Hide; Halloween Special – *Ach du meine Fresse!!!* (YouTube; 31.10.2012);
69. Let's Race Street Fighter X Mega Man (Blind) 25 – *Das ist nicht mehr feierlich* (YouTube; 23.12.2012);
70. Let's Play PokéPark Wii [German] #20 *Reim dich oder ich fress dich* (YouTube; 05.01.2012);
71. Let's Play ArcheAge 172 – *Der Bär ist los* (YouTube; 11.08.2013);
72. FIFA 14 Ultimate Team #09: *Immer die gleiche Leier!* (YouTube; 16.12.2013);
73. Let's Play Minecraft #265 [GER] – *Warum nicht gleich so?* (YouTube; 20.01.2013);
74. Let's Play Monster Hunter Tri #079 – *Warum nicht gleich so* (YouTube; 19.12.2013);
75. Let's Play Damnation #08 [HD] – *Warum nicht gleich so?!!* (YouTube; 03.10.2013);
76. Let's Play TES V Skyrim #089 [DE] – *Das ist doch der Gipfel* (YouTube; 01.08.2012);
77. Minecraft Together – *da lachen ja die Hühner* #60 (YouTube; 06.02.2014);
78. *Ich glaube mein Schwein pfeift* (MyVideo; 28.06.2008);
79. *Rette sich wer kann* (MyVideo; 17.12.2013).

Додаток Ж

Фразеологічні експресиви і комунікативи у назвах сайтів

1. www.*abnachkassel*.de;
2. www.*ab-die-post*.net;
3. www.*leck-mich-am-arsch*.com;
4. www.*keine-ahnung*.de;
5. www.*das-waren-noch-zeiten*.de;
6. www.*allewetter*.de;
7. www.*gewusstwie*-online.de;
8. www.reisebuero-*gewusst-wie*.de;
9. www.*weiterimtext*.de;
10. www.*potz-blitz*.eu;
11. www.*quatsch-mit-sosse*-bio.de;
12. www.*landinsicht*-sh.de;
13. www.*mensch-meier*.net;
14. www.*ei-der-daus*.de;
15. www.*ei-der-daus*.com;
16. www.*allesinbutter*.com;
17. www.*wobrennts*.de;
18. www.torwartschule-*alles-in-butter*.de;
19. www.*alinbu*.net;
20. www.*dasistmeinbier*.at;
21. www.*ruhig-blut*.com;
22. www.*daistderbaerlos*.de;
23. www.*allesbanane*.eu;
24. www.*butter-bei-die-fische*.de;
25. www.*klare-sache*.de;
26. www.*seikeinfrosch*.de;
27. www.*gott-sei-dank*.de;
28. www.*gewusstwie*-lerntherapie.de;
29. www.reisen-*gewusst-wie*.de;
30. www.*gewusst-wo*.de;
31. www.*gewusst-wo*-erding.de;
32. www.*gewusstwo*.net;
33. www.*meingottwalther*.de;
34. www.*gewusst-wo*.net;
35. www.*weiss-der-kuckuck*.de;
36. www.*kopf-hoch*.net;
37. www.*kopf-hoch*-steinburg.de;
38. www.*kopfhoch*.ch;
39. www.*kopf-hoch*-japan.de;
40. www.*ich-kann-auch-anders*.de;
41. www.*achdulieberhimmel*.de;
42. www.*dicker-hund*.net;
43. www.*ach-du-dicker-hund*.de;
44. www.*hand-aufs-herz*.com;
45. www.*nichts-wie-hin*.de;
46. www.*wie-der-hase-laeuft*.de;
47. www.*so-läuft-der-hase*.de;
48. www.*geh-heim*.de;
49. www.*mich-trifft-der-schlag*.de;
50. www.*raus-mit-der-sprache*.com;
51. www.*handaufsherz*.net;
52. www.*zur-sache*.com;
53. www.*zursache*-stuttgart.de;
54. www.*fuerdiekatz*.com;
55. www.*o-mein-gott*.com;
56. www.*ich-glaub-ich-spinne*.net;
57. www.*ich-glaub-ich-spinne*.de;
58. www.*ich-habs-ja-gleich-gesagt*.de;
59. www.*haltdieklappe*.com;
60. www.*schwein-gehabt*.com;
61. www.*mein-lieber-scholli*.net;
62. www.*ran-an-den-speck*.de.