

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра німецької та романської філології

НОВІТНІ ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ ТА СТАЛІ СЛОВЕСНІ
КОМПЛЕКСИ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ГАЗЕТНО-
ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Кваліфікаційна робота (проєкт)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 09-291М групи
Спеціальності 035.043 Філологія (германські
мови та літератури (переклад включно) перша
– німецька)
Освітньо-професійної програми
«Філологія (германські мови та літератури
(переклад включно)) перша – німецька»
Гузик Світлана Олександрівна

Керівник к. п. н., доц. Гоштанар І. В.
Рецензент к. філол. н., доц. Москвичова О. А.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження газетно-публіцистичного дискурсу у спектрі сучасних лінгвістичних студій.....	6
1.1 Характеристика понять «текст» та «дискурс» та їх місце у лінгвістичних дослідженнях.....	6
1.1.1 Визначення поняття «текст» та його особливостей	6
1.1.2 Поняття «дискурс»: підходи до вивчення та особливості	10
1.2 Характерні риси газетно-публіцистичного дискурсу	15
Висновки до першого розділу	24
РОЗДІЛ 2. Особливості вживання новітніх лексичних одиниць та словесних сталих комплексів у сучасному німецькому газетно-публіцистичному дискурсі.....	25
2.1 Лексичний склад та особливості сучасного німецького газетно-публіцистичного дискурсу	25
2.2 Новітні лексичні одиниці та їх роль у сучасному німецькому газетно-публіцистичному дискурсі.	32
2.3 Сталі словесні комплекси у сучасному німецькому газетно-публіцистичному дискурсі	39
2.4 Комунікативно-прагматична функція новітніх лексичних одиниць у сучасному німецькому газетно-публіцистичному дискурсі	43
Висновки до другого розділу	46
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Останнім часом у мовознавстві значно зростає інтерес до вивчення та уточнення поняття дискурс, а також тих його аспектів, що пов'язані з впливом у комунікативному просторі. Ці дослідження поки що характеризуються значним плюралізмом думок, адже науковці ще не дійшли до єдиного судження щодо дефініції поняття «дискурс».

Починаючи з другої половини ХХ ст. це поняття привертає увагу багатьох лінгвістів, таких як Т. А. ван Дейк, В. І. Карасик, Дж. Кук. Виокремились два основні напрями дослідження дискурсу: комунікативний, вивченням якого займаються такі вчені як Н. Д. Арутюнова, Ю. М. Караулов, Б. Палек та діяльнісний, представниками якого вважаються О. С. Кубрякова та М. Л. Макаров. Дотичним, проте не тотожним до поняття «дискурс» є поняття «текст». Завдячуючи працям Г. Я. Солганик, Н. О. Григор'євої, Т. С. Дроняєвої, О. Є. Кібрик терміни текст та дискурс почали розмежовувати лише з кінця 70-х років ХХ ст., і з цих пір ці терміни залишаються важливими, проте недостатньо вивченими у мовознавстві.

Сучасні лінгвісти (О. С. Кубрякова, Т. А. Фоміна, Н. А. Лаврова, Г. Я. Солганик, О. В. Александрова, В. Н. Комісаров та ін.) акцентують увагу саме на соціолінгвістичній сутності дискурсу та його комунікативному характері.

З огляду на зміщення парадигми дослідження дискурсу в бік комунікації, особливої актуальності набуває дослідження газетно-публіцистичного дискурсу, як засобу інформування та впливу на широкі маси.

Поняття газетно-публіцистичного дискурсу складається із мови засобів масової інформації, публічних виступів, бесід, промов, документалістики. Оскільки ЗМІ покликані оперативно інформувати населення про всі актуальні події у всіх сферах життя, на їх матеріалі можна відстежити зміни різних аспектів мови, мовлення, когнітивних та аксіологічних процесів у суспільстві. Це значним чином відображено у появі та функціонуванні новітніх лексичних одиниць та сталих словесних комплексів.

Актуальність теми нашого дослідження визначається напрямом розвитку сучасної лінгвістики направленим на інтеграцію досягнень у руслі когнітивної лінгвістики, дискурсології, лінгвопрагматики, теорії комунікації, семіотики, а також зумовлена зростаючим інтересом до вивчення особливостей мови засобів масової інформації, як засобів впливу та формування думок соціуму.

Магістерське дослідження виконано відповідно до наукової теми кафедри «Комунікативний, структурно-семантичний та дискурсивний аспекти дослідження мовно-мовленнєвих одиниць сучасної німецької мови».

Мета нашої роботи полягає у дослідженні особливостей новітніх лексичних одиниць у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) визначити зміст понять текст та дискурс та розмежувати їх;
- 2) висвітлити поняття та основні риси газетно-публіцистичного дискурсу;
- 3) розглянути лексичний склад німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу та його типові особливості;
- 4) дати характеристику новітнім лексичним одиницям та сталим словесним комплексам та з'ясувати їх роль у німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі;
- 5) розглянути комунікативно-прагматичну функцію досліджуваних одиниць у німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі.

Об'єктом дослідження є новітні лексичні одиниці та словесні сталі комплекси у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі.

Предметом дослідження є особливості походження, вживання та функціонування новітніх лексичних одиниць та словесних сталих комплексів у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі.

Матеріалом роботи є електронні ресурси сучасного німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу (*Der Spiegel, Der Tagesspiegel, Die Süddeutsche Zeitung, die Zeit, Focus.de*).

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи було використано такі методи дослідження, як аналіз публіцистичних джерел, метод систематизації та узагальнення для вивчення структурно-семантичних ознак та функціонального аспекту досліджуваних одиниць, метод суцільного текстового аналізу, метод компонентного аналізу.

Наукова новизна одержаних результатів визначається багатоаспектним вивченням понять текст та дискурс, їх компонентів та функціонального значення досліджуваних одиниць у газетно-публіцистичному просторі сучасної німецької мови.

Практичне значення виконаної роботи полягає у тому, що її результати можуть знайти відображення у вузівських курсах загального мовознавства, лексикології німецької мови, при написанні наукових робіт.

Апробація. Виступи на засіданнях кафедри, публікація статті в альманасі «Магістерські студії».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЗЕТНО- ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ У СПЕКТРІ СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЙ

1.1 Характеристика понять «текст» та «дискурс» та їх місце у лінгвістичних дослідженнях

У сучасній лінгвістичній літературі терміни текст і дискурс використовуються паралельно і недостатньо чітко розмежовуються.

Питання про співвідношення цих двох понять, зважаючи на недостатню вичерпаність відповідних досліджень, залишається одним із важливих у сучасній лінгвістиці. Якщо на початковій стадії входження терміну «дискурс» у науку його часто ідентифікували з поняттям «текст» (Р. Барт, І. Беллерт, А. Ж. Греймас, Ж. Курте), то з кінця 70-их років ХХ ст. з'явилася тенденція до поступової диференціації цих понять. Дискурс почали сприймати як процес текстотворення, а текст як частину дискурсу (В. А. Андреева, В. З. Демянков, Е. В. Єрофеева, А. Н. Кудлаєва, Є. С. Кубрякова та ін.). Таку позицію підтримують не всі дослідники, розуміючи під текстом, услід за Н. Д. Арутюною, «абстрактну конструкцію, яка актуалізується в дискурсі», а під дискурсом – «інтеграційну сукупність текстів». [3, с. 102]

Для того, щоб уникнути змішування цих термінів, розмежувати їх та встановити типові особливості розглянемо кожне поняття окремо.

1.1.1 Визначення поняття «текст» та його особливостей

Перш за все слід зазначити, що донині серед лінгвістів не існує єдиної думки щодо визначення основи поняття тексту. Більшість учених вважає, що цей термін не може бути визначено чисто лінгвістичним шляхом.

Різні лінгвісти вказують на різні аспекти цього явища: Д. С. Лихачов – на існування його творця, що реалізує в тексті якийсь задум; О. Л. Каменська – на основну роль тексту як засобу вербальної комунікації; О. О. Леонтьєв – на функціональну завершеність цього мовного твору і т. д.

Текст є перш за все поняттям комунікативним, орієнтованим на виявлення специфіки певного роду діяльності. Як підкреслюють такі вчені як В. І. Карасик, Н. А. Кожевникова, К. А. Реферовська, Ю. А. Сорокін та ін. текст з його функціонального боку, розуміється як мовна репрезентація авторського задуму і комунікативна одиниця найвищого рівня, реалізована як в письмовій, так і в усній формі [19, с. 58].

Деякі вчені (І. Р. Гальперін, Г. В. Колшанський, І. В. Бобровська, О. М. Васильєва) вказують на зв'язок тексту не тільки з комунікативною, а й з когнітивною функціями мови. На перший план висуваються ознаки тексту, пов'язані зі смисловим, тематичним, прагматичним аспектами. [33, ст. 27]

Спробу відобразити в одному визначенні багатоаспектність поняття «текст» зробив І. Р. Гальперін. *«Текст – це результат мовнотворчого процесу, що характеризується завершеністю, об'єктивністю у вигляді письмового документа; складається з назви і ряду особливих мовних одиниць (тобто є надфразовою єдністю), об'єднаних різними типами лексичного, граматичного, стилістичного зв'язку, що мають певну цілеспрямованість і прагматичну установку»* [10, с. 18]. Як бачимо з цього тлумачення, автор вважає, що текст може бути реалізований тільки в письмовій формі. Цю думку підтримують А. Ф. Лосєва та З. Я. Тураєва. Тим не менше, більшість лінгвістів вважає текстами будь-які мовні твори не тільки в письмовій, а й в усній (у тому числі спонтанній) формі [5, с. 21]. Ми також дотримуємося цієї позиції.

Так як різні дослідники подають відмінні один від одного дефініції поняття «текст», варіюється і перелік його характеристик. Враховуючи це, розглянемо послідовно найбільш загальні ознаки та властивості тексту.

Одною з найбільш важливих властивостей тексту є *цілісність*. Сучасні лінгвісти (А. І. Горшков, С. В. Ільєсова, Н. О. Лук'янова та ін.) відносять цілісність до смислової, тобто змістовної сторони тексту.

У процесі дискурсивної діяльності цілісність як змістова категорія набуває якості впорядкованості та організованості і отримує мовне втілення. [35, с. 178] У традиційній лінгвістиці цілісність розглядається як структурована суто текстова категорія, яка визначає єдність інформаційного та тематичного полів тексту.

У психолінгвістиці цілісність розглядається з точки зору породження і сприйняття тексту. З точки зору сприйняття цілісність мислиться як особлива структурна смислова, тобто змістова, категорія, яка не співвідноситься з лінгвістичними одиницями. А. Р. Лурія визначає її як «замкнуту смислову систему» [31, с. 201], що виникає в процесі сприйняття тексту. Це неструктурована цілісність, що співвідноситься зі сферою несвідомого [54, с. 34]. З точки зору породження тексту цілісність мовного твору є результатом дії тенденції інтеграції мовного процесу на основі внутрішньої програми мовної дії на всіх етапах мовної діяльності. Суміжним до цілісності тексту поняттям є його *зв'язність*, або когезія.

Спираючись на денотативну єдність тексту, лінгвісти кажуть про його *відмежованість* від інших текстів. Існує два розуміння цього поняття: структурна і тематична відмежованість.

Під *структурною відмежованістю* розуміється його оформленість як мовного твору, тобто «наявність початку та кінця, що дозволяють йому функціонувати окремо в закінченому вигляді» [58, с.115]. На підставі робіт В. Я. Проппа та М. Г. Гаадзе-Рапорта А. С. Штерн виділяє найбільш загальну структуру тексту, що складається з експозиції (зав'язки тексту), тіла (основної частини тексту) і постпозиції (кінця тексту) [58, с.120]..

Тематична (денотативна) відмежованість зв'язується з описом одного об'єкта. Якщо денотат (референт) у ході мовного спілкування залишається в уявленні комунікантів таким самим, то мова йде про один

окремий текст, в іншому випадку - про різні. Отже, межі між текстами визначаються виходячи з того, що учасники спілкування вважають об'єктом опису, темою комунікації [11, с. 87].

Кожен текст, зазначає Т. Б. Самарська, є певним чином тематично маркованим, тобто має певну *тему*. У тексті, як правило, може бути представлено кілька тем, одна з яких є основною або загальною. Вона може включати в себе ряд підтем, які у свою чергу, організовані ієрархічно. Ці підтеми підпорядковані загальній темі та розвивають її. Крім того, можуть з'являтися підтеми, що не відносяться безпосередньо до загальної теми тексту, але носять інформативний або фактологічний характер. Слід зазначити, що загальна тема тексту та її підтеми обумовлені комунікативною ситуацією, в якій відбувається спілкування [47].

Завершеність також відносять до найбільш загальних рис тексту. На думку Ю. А. Сорокіна, реальність існування індикаторів початкових і кінцевих кордонів тексту можна поставити під сумнів [51, с. 169]. Інші дослідники вважають, що ці кордони існують і визначаються перериванням контакту між співрозмовниками. Початок і кінець тексту можуть характеризуватися маркерами етикетних ситуацій: вітання і прощання [10, с. 24]. Завершеність або незавершеність як властивості тексту безпосередньо пов'язуються з вичерпанням його теми, з цілісністю тексту і обумовлюються суб'єктивними критеріями оцінки співрозмовників.

Беручи до уваги факт існування двох форм мовлення (вербальної та невербальної), маємо наголосити на можливості включення в текст невербальних елементів (міміка, жести, дії комунікантів і т.п.). Вони є рівноправними компонентами тексту по відношенню до вербальних, так як здатні реалізовувати мовні функції [5, с. 47].

Таким чином, з нашої точки зору, текст є продуктом мовленнєвої діяльності, який може бути реалізований як у письмовій, так і усній формі. Основними його властивостями є цілісність і зв'язність, які є відносно незалежними один від одного. Текст має структуру, однак не всі її елементи

обов'язково вербально виражені, вони можуть бути повністю або частково оформленими невербально. Текст завжди має одну загальну тему чи кілька тем, які пов'язані ієрархічно. Такі властивості тексту як його відмежованість і завершеність є не власне лінгвістичними і безпосередньо обумовлюються умовами комунікації. Відмежованість тексту пов'язана з його структурними параметрами, а завершеність пов'язана з його цілісністю і темою. На структуру тексту також впливають екстралінгвістичні фактори, які не можуть бути включені в текст як його складові. Наявність невербальних компонентів в структурі тексту є факультативною.

1.1.2 Поняття «дискурс»: підходи до вивчення та особливості

Останнім часом вивчення тексту приймає все більше комунікативний характер, пов'язаний з розумінням тексту як форми комунікації. У сучасній трактовці тексту, на думку Т. М. Миколаєвої, на перший план виходять питання комунікативного плану, пов'язані зі сферою та ситуацією спілкування [46, с. 66]. Вони формують відповідність використання мовних засобів цільовій установці мовця та умовам успішної комунікації. Таким чином, поняття тексту було переосмислено та стало сприйматися, як комунікативний процес, що ознаменувало перехід від статичного підходу до динамічного, і текст стали інтерпретувати як частину дискурсу.

Поступово змінювався об'єкт дослідження: замість предметів та подій одиницями дослідження стали мовленнєві акти та дискурс, при чому опис просторово-часових меж об'єкта змінили соціально-психологічні характеристики. Інтенсивне вивчення мовлення у різних гуманітарних науках (філософії, культурології, семіотиці, соціології, соціолінгвістиці, прагматиці, комунікативній лінгвістиці і т.д.) та вибір наукового аналізу мови чи дискурсу як методологічної основи дозволяє говорити услід за лінгвістом Р. Харре про лінгвістичний або дискурсивний переворот.

Поняття «дискурс» виникло з розвитком лінгвістики тексту, розширенням предмета її дослідження і наразі осмислюється в зв'язку з поняттями «мова» і «текст».

У мовознавстві поняттєвий діапазон терміну «дискурс» є доволі широким. З огляду на розмаїття його тлумачень існує таке визначення як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву, відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників. На думку Ф. С. Бацевича «дискурс» є синтезом когнітивних, мовних, позамовних чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування [3, с. 138]. До того ж, дискурс має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів [20, с. 30].

Особливе місце в розробці сутності дискурсу займає нелінгвістична теорія, що розвинулася на основі концепції дискурсу французького історика, соціолога і мовознавця М. Фуко. Її підтримували та розробляли У. Маас, З. Егер, Ю. Лінк, Р. Водак. Дискурс розглядався як мовне вираження суспільної практики, впорядковане і систематизоване. Це таке використання мови, за яким стоїть специфічна, ідеологічно та національно-історично обумовлена ментальність. Головний акцент ставиться на ідеологічному факторі. У теорії дискурсу М. Фуко лінгвістичний аналіз як текстовий займає другорядне місце.[34, с. 67]

М. Фуко описує дискурс як «місце виникнення понять» [34, с. 80]. Таким чином, дискурс розуміється вченим максимально широко: екстралінгвістичні фактори у визначенні сутності дискурсу висувуються ним на перший план. При цьому до екстралінгвістичних відносяться не тільки фактори комунікативної ситуації, тобто вузькі екстралінгвістичні фактори, але і ті чинники культурно-ідеологічного середовища, в якому протікає комунікація, тобто широкі екстралінгвістичні фактори.

Послідовник концепції М. Фуко У. Маас тлумачить дискурс як відповідну мовну формацію по відношенню до соціально та історично

визначеної суспільної практики [34, с. 80]. Це вже лінгвістична модель дискурсу. Тобто розгляд поняття дискурс поставлено у відповідність з категорією тексту, що вводить дискурс в систему координат лінгвістики тексту.

Під дискурсом У. Маас розуміє корпус текстів, зв'язок між якими встановлюється на підставі змістовних критеріїв: тексти одного дискурсу мають один предмет, тему, концепт, пов'язані один з одним семантичними відносинами і виступають в загальній системі висловлювань, об'єднаних в комунікативному і функціонально - цільовому відношенні.

У другій половині ХХ ст. поняття «дискурс» привертає увагу багатьох лінгвістів, таких як Т.А. ван Дейк, В. І. Карасик, Дж. Кук. Виокремлюють два основні напрями дослідження дискурсу: комунікативний та діяльнісний. Представники першого напрямку досліджували шляхи взаємодії мови з екстралінгвальними чинниками (Н. Д. Арутюнова, Ю. М. Караулов). Представники діяльнісного напрямку (О. С. Кубрякова, М. Л. Макаров) розглядали дискурс як соціальне конструювання реальності та форму вияву знань.

Як зазначає В. І. Карасик, межі дискурсу встановлюються щодо деякого періоду часу, сфери людської практики, області знань, типології тексту і деяких інших параметрів [22, с. 6]. Дискурс як сукупність тематично загальних текстів характеризується не їх синхронністю в часі, тобто кількісним складом текстового корпусу, але інтенціональністю, тобто направленістю на певний предмет, коли вони можуть сприйматися та ідентифікуватися як мовний корелят певної соціокультурної, політичної та ідеологічної практики. Дискурс співвідноситься з закономірностями виробництва текстів в певному етносі і визначається як комунікативний процес, обумовлений екстралінгвістичними факторами [6].

На сьогоднішній день в лінгвістиці можна виділити широкий і вузький підходи до розуміння сутності дискурсу. Більш широким розумінням дискурсу є тлумачення його як розгорнутого когнітивно-мовного утвору.

Інтерпретація дискурсу в даному випадку є полярною по відношенню до розуміння дискурсу в більш вузькому сенсі як суто розмовного явища, як гранично згорнутого спілкування [22, с.6].

Когнітивно-орієнтована традиція дискурсивного аналізу сходиться до робіт Т. Ван Дейка. Текст, з його точки зору – це основна лінгвістична одиниця, що маніфестує у вигляді дискурсу (від фр. *Discourse* - зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними факторами, текст, взятий в подієвому аспекті). Т. В. Дейк виходить з тези, що ми розуміємо текст тільки тоді, коли розуміємо ситуацію, про яку йде мова [6]. Таким чином, Т. В. Дейк розуміє дискурс як мовну реалізацію мовленнєвої сутності тексту.

Більшістю лінгвістів (В. Г. Борботько, В. А. Каменєва, Л. М. Макаров, О. О. Менджерицька, Т. М. Миколаєва та ін.) дискурс розуміється не як результат комунікації, а як саме мовна поведінка, як процес здійснення мовних намірів мовця і інтерпретації їх в конкретній мовній ситуації, тобто на перший план висувається комунікативна функція мови. Як стверджує Г. Г. Почепцов, *«дискурс – це вже не суто лінгвістична структура, а соціолінгвістична. Він має відповідати нормам мовної ситуації, комунікативної ситуації та соціальної ситуації. Дискурс – це мовна дійсність, яку покладено на соціальні координати»*. [40, 99]

Різні підходи до дискурсу припускають актуалізацію тих чи інших його аспектів, при цьому деякі сторони дискурсу також заперечуються, в зв'язку з чим підходи до дискурсу перетинаються, взаємно доповнюючи один одного.

Вітчизняні лінгвісти, серед яких Ю. С. Степанов, Н. Д. Арутюнова, Е. Г. Борисова, визначають поняття дискурс через поняття текст. Текст по відношенню до дискурсу може розглядатися як його фрагмент, як елементарна (базова) одиниця дискурсу, а дискурс як цілий текст або сукупність об'єднаних будь-яким ознакою текстів, текст також може розглядатися як певний результат функціонування дискурсу, або може прирівнюватися до дискурсу [22, с. 18].

Отже, з нашої точки зору, дискурс – це складне комунікативне явище, що включає в себе соціальний аспект. Це результат мовної поведінки, що представляє собою мова в класичному розумінні. Цей результат обумовлений, як і всі мовні явища, сукупністю соціокультурних і ситуативних чинників, що впливають на комунікацію.

Слід зазначити, що в сукупності всі соціокультурні та ситуативні чинники відносяться до екстралінгвістичних. Ці екстралінгвістичні фактори, як уже зазначалося вище, можуть бути поділені на широкі і вузькі. До широких відносяться ті, що характеризують комунікативну ситуацію в цілому: весь культурно-історичний контекст, конкретні умови протікання комунікації, соціальний статус і соціальні ролі комунікантів і т.д. Вузькі екстралінгвістичні фактори обмежуються невербальними засобами спілкування, які використовуються в тексті як знакові одиниці: міміка, жести, конкретні предмети і т.д.

Обидва поняття, текст і дискурс, тісно взаємопов'язані. Звідси, услід за Л. М. Васильєвою, трактуємо дискурс не в якості тексту або їх сукупності, а в якості максимальної одиниці тексту, а саме «інтерпретованого автором чи читачем тексту, тобто такого, що сприймається з урахуванням соціальних, ситуативних, комунікативних, культурних та інших мов його породження та функціонування» [7, с.20-21]. Ця точка зору логічно виводить дискурс до максимальної одиниці аналізу тексту, аналізу вищого щабля, дискурсивного аналізу.

У центрі дискурсивного аналізу – максимально об'ємна інтерпретація тексту, що досягається за допомогою залучення у хід інтерпретації екстралінгвістичного контексту, основана на урахуванні когнітивних процесів породження та сприйняття тексту, прагматичних параметрів, зв'язку з іншими текстами [46, с. 68].

Таким чином, текст і дискурс правомірно вважати результатами мовленнєвої діяльності. Текст – це структурно організована за формою і

змістом сукупність мовленнєвих актів, що характеризується цілісністю, змістовністю, відмежованістю від інших текстів та завершеністю.

Дискурс розуміємо як максимальну одиницю тексту, предмет дискурсивного аналізу. Дискурс, таким чином, буде характеризуватися усіма текстовими ознаками, але при цьому розглядатися вони будуть через призму дискурс-аналізу, тобто з урахуванням механізмів породження та сприйняття тексту, комунікативної ситуації, а також у світлі широкого екстралінгвістичного та інтертекстуального контексту.

Обидва розглянутих поняття співвідносяться у рамках процесу текстотворення: ми виділяємо ведучою роль дискурсу та визначаємо текст, як систему, у якій реалізується комунікативно – прагматична установка дискурсу (процесуальність, закріпленість у часі, актуальність, реалізацію в письмовій або усній формі, здатність зберігати інформацію).

1.2 Характерні риси газетно-публіцистичного дискурсу

Мова – це соціальне явище, пов'язане певною сферою людської діяльності та виконує різні функції,. Найважливішими суспільними функціями мови є спілкування, повідомлення та вплив.

У ході історії для їх реалізації оформилися окремі різновиди мови, що характеризуються наявністю особливих лексико-фразеологічних, частково й синтаксичних засобів, що використовуються виключно або переважно в конкретному різновиді мови. Ці різновиди називаються функціональними стилями. Виникнувши на екстралінгвістичній (позамовній) основі, та будучи тісно пов'язаними змістом, цілями і завданнями висловлювання, стилі розрізняються між собою внутрішньомовними ознаками – принципами відбору, поєднання і організації мовних засобів загальнонаціональної мови.

У лінгвістиці публіцистичний дискурс розглядається як різновид інформаційно-орієнтаційного інституційного дискурсу, що реалізується за допомогою засобів масової комунікації [45, с. 5].

Публіцистичний дискурс охоплює значну кількість адресатів. Він передає інформацію, яка у свою чергу сприяє формуванню політичної, мовної, наївної картини світу

Дослідниця М. Р. Желтухіна виділяє такі функції дискурсу:

1. Інформаційна;
2. Регулятивна;
3. Функція впливу (ідеологічна, політична, сугестивна, оцінна, апелятивна, пропагандистська, маніпулятивна) [16, с. 193].

У публіцистичному дискурсі реалізується функція впливу (агітації та пропаганди), з якою часто поєднується інформативна функція (повідомлення нового). У публіцистичних творах охоплені питання широкої тематики - актуальні питання сучасності, що представляють інтерес для суспільства (політичні, економічні, моральні, філософські), питання культури, виховання, повсякденного побуту. Публіцистичний дискурс застосовується в суспільно-політичній літературі, періодичній пресі (газетах, журналах), ораторській мові (виступах, промовах) і т.д. [13, с. 109].

Широкого розповсюдження здобув газетно-журнальний різновид публіцистичного дискурсу. До основних рис мови газет належать:

- 1) економія мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості;
- 2) поєднання рис публіцистичного стилю з рисами інших стилів (наукового, офіційно-ділового, літературно-художнього, розмовного), обумовлене різноманітністю тематики і жанрів;
- 3) використання характерних для цього стилю мовних стереотипів, кліше;
- 4) використання суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів зокрема, термінологічної лексики для цілей публіцистики;

5) жанрове розмаїття і пов'язане з ним стилістичне використання мовних засобів: багатозначність слова, ресурси словотворення (авторські неологізми), емоційно-експресивна лексика;

б) відбір мовних засобів з установкою на їх доступність, зрозумілість, адже газета є найбільш поширеним видом масової інформації;

7) використання зображально-виражальних засобів мови, зокрема засобів, стилістичного синтаксису (риторичні питання, вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія і т.д.) [27]

Не всі зазначені риси однаково властиві всім газетним жанрам, і водночас не всі подані риси характерні тільки для публіцистичного дискурсу. Тверда стильова закріпленість лексичних та граматичних засобів – явище порівняно рідке. Однак переважне їх вживання в певному стилі, пристосування слів, зворотів, конструкцій одного стилю для цілей іншого, тобто їх функціональне використання, складають вже прикмету даного стилю.

Таким чином, услід за І. В. Бобровською, розуміємо газетно-публіцистичний дискурс як дискурс, який обслуговує широку сферу суспільних відносин: політичних, економічних, культурних, спортивних та ін. Газетно-публіцистичний дискурс використовується в політичній літературі, його представляють засоби масової інформації (ЗМІ) - газети, журнали, радіо, телебачення, документальне кіно [4, с. 3].

Екстралінгвістичні чинники, складові функціональні параметри газетно-публіцистичного дискурсу, знаходять своє відображення в спільності ряду його стильових рис і принципів відбору мовних засобів. До числа екстралінгвістичних факторів відносяться:

1) адресант (певний соціальний інститут, централізований орган масової інформації);

2) комплекс комунікативних функцій (впливовий, виховний, інформативний, організаторський, гедоністичний);

3) провідний тип мислення у певній сфері (збірно-узагальнюючий, соціально активізований);

4) провідний тип діяльності у певній сфері (інформування адресата, поширення певної громадської думки, розвага);

5) соціальна і мовнодіяльнісна сфера (сфера масової інформації та комунікації, а також сфера суспільно-політичної діяльності людини);

6) адресат (анонімний масовий одержувач інформації, усереднений) [20, с.30].

На думку Т. А. Присяжнюк, внутрішньостильова градація газетно-публіцистичного дискурсу передбачає його поділ на інформаційний і публіцистичний, а також виділення чотирьох основних жанрових груп в його ієрархічній структурі:

- інформаційної;
- аналітичної;
- художньо-публіцистичної;
- рекламної [43, с. 133].

Жанрова різноманітність газетно-публіцистичного дискурсу багато в чому обумовлено процесом взаємопроникнення дискурсів, в результаті чого дана функціонально-стильова одиниця стає певним пунктом конвергенції мовних жанрів.

Стиль і дискурс базуються на одному фундаменті – парадигмі комунікації, що дозволяє реалізувати дослідницьку програму: функціонування масового інформаційного продукту виражається через призму його соціального дії і когнітивної сутності. Дискурс орієнтується на встановлення динамічної, «процедурної» стилістики [42, с. 102]. Для більш ґрунтовного розуміння поняття газетно-публіцистичного дискурсу, розглянемо його особливості на стильовому рівні.

Газетно-публіцистичний стиль характеризується наявністю суспільно-політичної лексики, логічністю, емоційністю, оцінністю. У ньому, окрім нейтральної, широко використовується висока, урочиста лексика і

фразеологія, емоційно забарвлені слова, короткі пропозиції, «рубана» проза, бездієслівні фрази, риторичні запитання, вигуки, повтори та ін.

За твердженням Н. М. Володіної, на мовних особливостях газетно-публіцистичного стилю позначається широта тематики: виникає необхідність включення спеціальної лексики, що вимагає пояснень. З іншого боку, ряд тем знаходиться в центрі суспільної уваги, і лексика, що відноситься до цих тем, набуває публіцистичну забарвлення. Серед таких тем слід виділити політику, економіку, освіту, охорону здоров'я, криміналістику, військові теми [8, с. 74].

Для газетно-публіцистичного стилю характерне використання оцінної лексики, що володіє сильним емоційним забарвленням.

Цей стиль вживається в сфері політико-ідеологічних, громадських і культурних відносин. Інформація призначена не для вузького кола фахівців, а для широких верств суспільства, причому дія направлена не тільки на розум, але і на почуття адресата.

Як показало проведене дослідження, серед стильових особливостей газетно-публіцистичного стилю варто назвати його експресивність, оцінність, ефект новизни, рекламність та масовий характер

Експресивна функція, обумовлена спрямованістю на адресата, викликає насамперед відкриту оцінність мовлення. Остання особливо гостро проявляється в полеміці, у критичній оцінці протилежних думок, в різних оцінках нашої дійсності [19, с.18].

Оцінність виражається насамперед у лексиці: в порівняно більшою частотності якісно-оціночних по семантиці прикметників і іменників; в характері метафоризації; у відборі фразеології; в особливостях використання синтаксичних засобів. Саме відкритою оцінністю, явним виразом партійної, громадської чи іншої позиції автора публіцистичний стиль відрізняється від художнього, і саме в цій рисі є важлива прикмета і властивість публіцистичності стилю [25]. На відміну від художніх творів в публіцистиці не підтекст, а сам текст цілком виразно висловлює авторське (або

колективне) ставлення до викладати факти. Все це знаходить відображення в характері мови, в її стилі.

Мовна виразність, експресія реалізуються в стильовому «ефект новизни», в прагненні до незвичайності, свіжості словосполучень, а значить, і семантики слів і, крім того, в бажанні уникати повторень одних і тих же слів (крім термінів), оборотів, конструкцій в межах невеликого контексту, в широкому застосуванні засобів словесної образності, експресивного синтаксису (наприклад, парцеляції, анафор, паралелізмів і мн. ін.) [26, с.73].

Властива цьому стилю рекламність виражається в особливостях заголовних пропозицій, у використанні підзаголовків, в прямій спрямованості до читача, проблемні питання та інших способах і засобах.

На стилістику публіцистичної мови впливає масовий характер комунікації. Газета, як один з найчастотніших видів реалізації продуктів даного дискурсу є водночас одним з найбільш типових засобів масової інформації та пропаганди. Тут масовим виявляється не тільки адресат, а й автор (як узагальнене особа, що виражає думку видає органу, редакції). Власне, газета і конкретний кореспондент виступають зазвичай не від імені якогось однієї особи або вузької групи осіб, але, як правило, висловлюють позицію певної партії, громадської організації, політичної платформи або групи осіб. Раніше, особливо в доперестройковий період, це визначало наявність у газетному мовленні своєрідної загальності [28, с. 95].

Сучасній газеті більш, ніж раніше, властиво прояв індивідуального стилю, авторський початок, так само як і мова від 1-ї особи; крім того, невимушена діалогічна форма викладу, чому сприяє активізація жанру інтерв'ю. Частково цим (як і рядом інших причин) пояснюється активізація усно-розмовної стихії мови в газеті [42, с. 102].

Інформаційна функція втілюється в таких особливостях публіцистичного стилю, які пов'язані з проявом інтелектуальності мови. Такими стильовими рисами є:

1) узагальненість понятійного викладу як підсумок аналітичності і фактографічності;

2) документалізм, що виявляється в об'єктивності та фактологічності викладу (підкреслена документально-фактологічна точність вираження);

3) стриманість, офіційність або «нейтральність», що підкреслюють (на тлі експресивності газетної мови) значимість фактів, інформації. Ці риси реалізуються в іменному характері мови, своєрідність фразеології (кліше) і т д;

4) аргументованість викладеного [16, с. 198].

Стосовно до стилістики газетної мови О. М. Васильєва приділяє особливу увагу про газетизм. До газетизмів, можна віднести мовні явища і одиниці, які, будучи широко вживаними саме в цій сфері, в той же час мало або майже не споживані в інших мовних сферах і тим самим несуть на собі печатку «газетний» [7, с. 48].

Для газети характерні нові значення певних слів (що зазвичай містять оцінність), що не мають загальноживаного характеру однак широко використовуються в ЗМІ. Прикладом можуть слугувати випадки розширення значень у слів: кордон, служба, проблема, ескалація, географія, біографія, екологія та ін. Слід зазначити саме націленість на новизну значень в газеті як принцип слововживання, характерний для неї [8, с. 45].

Характерно, що ці слова і звороти, як правило, володіють оцінністю, наприклад: політичний плюралізм, громадянське згода, консолідація, перебудовний, командна система, аграрій, роздержавлення і ін.. В тому числі слова з яскравою негативним забарвленням: молодчики, показуха, махровий, непорядний, плутократія, екстремістський, бойовики, апаратник, номенклатура, корупція [47].

Отже, у ході дослідження виявлено, що специфіка газетної мови полягає перш за все саме в особливій і навмисній виразності, експресивності висловлювання. Іншою основний стильовою рисою публіцистичної мови, пов'язаної з експресивністю, є наявність стандарту.

Підкреслимо, що основними задачами газетно-публіцистичного дискурсу є: 1) впливати на масову свідомість; 2) закликати до дії; 3) повідомляти інформацію. Загально визнаними є такі функції: інформаційна, просвітницька, виховна, організаторська, аналітико-критична, гедоністична (розважальна) [43, с. 113].

Серед функцій газетно-публіцистичного дискурсу більш детально розглянемо інформаційну та впливову.

Засоби масової інформації покликані просвітлювати маси, що обумовлено їх інформаційними завданнями. Таким чином, газета виконує і популяризаторську функцію – повідомлення про нові наукові відкриття, політичні та економічні події, про новинки техніки, проблеми економіки, забутих або переосмислених фактах історії та т.п. Звідси звернення газети до засобів наукової мови, які проявляються не тільки в статтях, що популяризують наукові знання, а й в матеріалах, які представляють аналіз і узагальнення політичних, соціально-економічних, фінансових та інших проблем [37, с. 174].

Прагнення в найкоротший термін повідомити про свіжі новини не може не знайти відображення і в характері комунікативних завдань і в їх втіленні. З історії ми знаємо, що газета чи будь-яке інше спеціальне публіцистичне видання до часу перебудови зазвичай представляли собою партійний, громадський, профспілковий або державний орган [33, с. 110]. Вони були спрямовані на формування світогляду читача, створення певної громадської думки, переконання читача в правоті авторської позиції. «Чиста» інформативність залишалася лише в деяких жанрах, але й там завдяки відбору фактів і характеру їх подачі, чітко простежувалась оцінність чи певного роду агітація.

Тож інформаційна та впливова функції є основними для газети. Таке трактування її функціональної природи і в цілому публіцистики впливає з призначення газети: інформуючи, виражати певну суспільну (партійну, індивідуальну) позицію і переконувати читачів у її істинності. У порівнянні з

іншими функціональними стилями (звичайно, крім художнього і розмовно-побутового) частка засобів і шляхів досягнення експресивності виявляється в публіцистичній мові досить високою.

Посиленню інформаційної функції в газеті сприяло поширення жанрів журналістського розслідування, версій, пов'язаних зі специфічними способами отримання інформації. У цілому відзначається скасування жанрових розмежувань, відбувається помітна еволюція системи жанрів: одні жанри заміщуються іншими, деякі трансформуються, інші взаємодіють і синтезуються[27].

Таким чином, публіцистичний стиль як сукупність функціональних текстів і форма дискурсу виступає перш всього в подієвому аспекті та постає в дискурсивній концепції в якості сфери специфічної соціокультурної діяльності, заснованої на специфічних структурах-сценаріях, вироблених практикою спілкування, взаємодією суспільства зі ЗМІ.

Також можна зробити висновок, що на сучасному етапі розвитку лінгвістичного знання у функціонально-стилевій та дискурсивній площинах, об'єм поняття «публіцистичний дискурс» є більш обширним, аніж поняття «функціональний стиль». При цьому також необхідно відмітити спільність об'єкта та предмета дослідження в обох категоріях.

Отже, публіцистичний дискурс – це тип дискурсу, який вербально оформлює і виражає таку властивість мислення, як публіцистичність. Вона проявляється в різних дискурсах (науковому, естетичному, і т д.) та навіть у невербальних формах (образотворче мистецтво, фотографія, кінематограф і т д.). При цьому публіцистичність прагне до відокремлення, тяжіє до створення власного автономного дискурсу, для створення максимальних можливостей для свого вираження – втілюється в особливому вигляді текстів.

Для публіцистичного дискурсу характерно широке використання суспільно-політичної лексики, а також лексики, що позначає поняття моралі, етики, медицини, економіки, культури, слів з області психології, слів, що

позначають внутрішній стан, переживання людини, та ін. Публіцистичні твори оперують незвичайною широтою тематики, можуть стосуватися будь-якої теми, що потрапила в центр суспільної уваги. Кожній темі притаманні свої лексичні та синтаксичні особливості.

Публіцистичний дискурс є складним жанром мовного висловлювання, що склався в міру розвитку організованого культурного спілкування і володіє стійкими характеристиками: тематичний зміст, стиль, композиція, цільова установка.

Висновки до першого розділу

Перший розділ даної роботи присвячено висвітленню теоретичних питань визначення понять «текст» та «дискурс», особливостей газетно-публіцистичного дискурсу.

З'ясовано, що текст є продуктом мовленнєвої діяльності, який може бути реалізований як у письмовій, так і усній формі. Основними його властивостями є цілісність і зв'язність, які є відносно незалежними один від одного.

Виявлено, що «дискурс» є комунікативною подією, що відбувається між анресантом і рецепієнтом у процесі комунікативної дії в певному часовому і просторовому контексті. Це поняття, обумовлене актуальною мовленнєвою діяльністю, тоді як «тест» – поняття, що належить структурі мови.

Текст і дискурс вважаємо результатами мовленнєвої діяльності, виділяємо ведучою роль дискурсу та визначаємо текст як систему, у якій реалізується комунікативно-прагматична установка дискурсу.

Виявлено, що газетно-публіцистичний дискурс є складним жанром мовного висловлювання, характеризується широтою тематики, чіткими рисами, такими як цільова направленість, експресивність, цінність, інформативність

РОЗДІЛ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ НОВІТНІХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА СЛОВЕСНИХ СТАЛИХ КОМПЛЕКСІВ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВОМУ ГАЗЕТНО – ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

2.1 Лексичний склад та особливості газетно-публіцистичного дискурсу

Публіцистичний дискурс давно став актуальним об'єктом лінгвістичних досліджень, оскільки цього вимагає не тільки зростаюча прагматична і інформаційна значимість ЗМІ в сучасному житті, але і власне лінгвістична цінність мови мас-медіа – мови, насиченої підвищеною експресивністю [14, с. 17].

Динамічні процеси, що протікають в сучасних літературних мовах, в значній мірі стимулюються засобами масової інформації. Саме вони є тим широким каналом, по якому в літературні мови активно пробиваються явні і приховані запозичення, відбувається мовний взаємобмін. При всій своїй широті цей канал ніколи не допускає хаотичного змішування різних елементів [15, с. 7].

Канал засобів масової інформації, не дивлячись на його сучасну відкритість демократичним віянням, в той же час кодифікує, стандартизує мову. У його рамках відбувається кристалізація багатьох структурних і семантичних елементів національної мови, хоча національне при цьому рухається до міжнародного.

У сучасному інформаційному суспільстві накопичення і передача знань здійснюються багато в чому за допомогою засобів масової інформації. В умовах жорсткої боротьби за володіння увагою аудиторії, а також для підвищення рейтингу того чи іншого видання умовою популярності є створення яскравого і в якійсь мірі епатажного образу, побудованого на

майстерному використанні лінгвістичних засобів, в тому числі пареміологічних одиниць. Висока продуктивність даного прийому робить його незмінно актуальним об'єктом лінгвістичного аналізу.

Визначною ознакою публіцистичного стилю являється єдність двох основних функцій - інформаційної та впливової. Взаємодія цих двох функцій проявляється в тому, що публіцистичні тексти містять, по-перше, об'єктивну інформацію, по-друге, емоційно-експресивну інтерпретацію цієї інформації, що дозволяє впливати на читача або слухача.

Для публіцистичного дискурсу характерно широке використання суспільно-політичної лексики, а також лексики, що позначає поняття моралі, етики, медицини, економіки, культури, слів з області психології, слів, що позначають внутрішній стан, переживання людини, і ін. [25, с. 290]

Як зазначає С. В. Ільсова у мовностилістичному плані газетно-публіцистичний дискурс оперативно реєструє виникнення нових слів і виразів, запозичень і специфічних скорочень, прийнятих у національній мові, рясніє інтернаціоналізмами [17, с. 63]. Також помітно стабільну тенденцію до мовної економії: скорочення слів, фраз та речень (*Ersatzdienst-Mann*, замість *Mann, der den Ersatzdienst ableistet*; *Infarkt-Patient*, замість *Patient mit einem Infarkt / der einen Infarkt erlitten hat*; *Herzmassagebemühungen*, замість *Bemühungen mit einer (um eine) Herzmassage / eine Herzmassage durchzuführen*; *Teuro* – *teuer* + *Euro*; *Ostalgie* – *Ost* + *Nostalgie*) [60; 63; 64].

До лексичних особливостей відносяться поєднання стилістично нейтральної та емоційної лексики, наявність стереотипів і неологізмів, спрощений синтаксис розмовної мови (*das „Tschüss“ der Moderatorin!; Gesucht, gefunden, gekauft!*) [62], розрахований на сприйняття широкими верствами населення, і ускладнений, що наближається до наукового стилю (наявність термінів: *Hypothek, Leukämie*) [64]. Відзначається великий відсоток власних імен: топонімів, антропонімів, назв установ і організацій і т.д., більш високий у порівнянні з іншими стилями відсоток числівників і велика кількість дат.

З етимологічної точки зору характерна велика кількість інтернаціональних слів і схильність до інновацій, які, проте, вельми швидко перетворюються на штампи і кліше: *freie Welt, Säule der Gesellschaft, Eskalation des Krieges, schreckliche Spannung, lebenswichtiges Thema, Plädoyer für Barmherzigkeit*, фразеологізмів: *fristlos entlassen* «звільнити» [60; 61; 63].

Як зазначає Є. В. Какоркін, публіцистична мова не шліфується так ретельно, як мова художньої літератури, над якою скрупульозно і вимогливо працюють майстри слова [19, с. 19]. Звідси численні випадки небалого слововживання, безбарвність багатьох слів і зворотів, шаблонність і штампованість мови засобів масової інформації, які нерідко стають об'єктом справедливої критики з боку письменників і вимогливих читачів.

Публіцистична мова разом з тим більш оперативна, стилістично рухлива і відкрита екстралінгвістичним віянням. Саме тому для лінгвістів публіцистичний матеріал надзвичайно цінний як поле спостережень за найбільш активними процесами мовного розвитку в сучасному світі. Не випадково В. Г. Костомаров, який шукає динамічні критерії сучасної мовної політики і закликає придивлятися до «мовного смаку епохи», визнає пріоритетність формування цього смаку за мовою засобів масової інформації [26, с. 136]. Діагностику сучасної мовної ситуації лінгвісти ставлять переважно на публіцистичному матеріалі – досить послатися на блискучі монографії С. В. Ільєсової [17] та Т. А. Присяжнюк [42].

Наявність великої кількості кліше відмічається всіма дослідниками (Т. Г. Доброклонська, В. А. Каменева, П. П. Камінський, Т. А. Ленкова, М. В. Луканіна, Т. Б. Самарська та ін.). Всі ці штампи, як деякі літоти типу *nicht unwichtig, nicht unwürdig*, і т.п., надають тексту глибокодумне звучання, навіть якщо його зміст абсолютно банально, наприклад: «*Meiner Meinung nach ist dies keine ungerechtfertigte Annahme*» [61].

Кліше обслуговують ситуації, регулярно повторювані в рамках газетно-публіцистичного стилю. Деякі кліше почерпнуті з професійних жаргонів

(*Killersatz* – аргумент, що викликає суперечку), деякі – із загального сленгу (*Klamotten, Tussi, toll, mega, super*) [53, с. 194].

Лексичні особливості публіцистичного стилю можна розділити на три групи:

- засоби словотворення;
- оцінність;
- тематика.

У публіцистичному дискурсі часто використовуються слова з префіксами *a-, anti-, de-, über-*. Серед загальноновживаних префіксів більш частотними є: *anti-, vor-*; (*Antifaschist, Vorkapitalist, Vorwahl*). Також дуже часто вживаються слова з суфіксами *-tion (Produktion, Inflation etc.), -irung (Industrialisierung, Globalisierung etc.), -ismus (Konservatismus, Föderalismus etc.), -ist (Nationalist, Capitalist etc.)* [60; 61; 62; 63; 64].

Для публіцистичного дискурсу характерне використання оцінної лексики, що володіє сильним емоційним забарвленням, наприклад: *abscheuliche Erfindungen, energischer Start, unverantwortliche Aussage, feste Position, Durchbruch in Gesprächen, schmutzige Wahltechnologien, abscheulicher Mord, schwere Krise, beispiellose Überschwemmungen, ideologische moralische Cholera verrückte Abenteuer, dreister Überfall, politisches Spektakel, voreingenommene Medien, positive Veränderungen, grassierende Inflation, verdeckter Kampf, Kaserne Kommunismus.* [65]

Засоби емоційного впливу, що вживаються в публіцистичному дискурсі, різноманітні. Здебільшого вони нагадують зображально-виражальні засоби художнього стилю мовлення, однак основним їх призначенням стає вплив на читача, переконання його в чомусь і інформування, передача відомостей. До емоційних засобів виразності мови можуть бути віднесені епітети (можуть бути додатком), порівняння, метафори, риторичні запитання і звернення, лексичні повтори, градація.

Також в публіцистичному дискурсі широко вживаються фразеологізми, прислів'я, приказки, та їх модифікації (*Gesucht, gefunden, gekauft! Anfang vom*

Ende) [62]; характерне використання літературних образів, цитат, мовних засобів гумору, іронії, сатири (дотепних порівнянь, іронічних вставок, сатиричного переказу, пародіювання, каламбурів).

Емоційні засоби мови поєднуються в публіцистичному дискурсі з суворою логічною доказовістю, смисловим виділенням особливо важливих слів, оборотів, окремих частин висловлювання. Складні і складноскорочені слова, стійкі мовні звороти широко використовуються в жанрах публіцистики [14, с. 74].

У публіцистичному стилі, особливо в газетних текстах, для виразності мовлення нерідко використовуються терміни в переносному їх значенні: *Inflation Gewissensatmosphäre des guten Willens, Gleichgewicht der politischen Kräfte, Parasit auf der Gesellschaft*. [61; 64]

Суспільно-політична лексика поповнюється в результаті відродження відомих раніше слів, але отримали нове значення. Такі, наприклад, слова: *Markt, Geschäftsmann, Geschäft, Inflation* та ін. Авторка робіт по газетно-публіцистичного стилю Т. А. Ленкова відзначає великий відсоток абстрактних слів, хоча інформація, як правило, конкретна. Наявна велика кількість не тільки емоційної, скільки оцінної і експресивної лексики: *Als die letzte Labour-Regierung rausgeschmissen wurde* [64]. Ця оцінність часто проявляється у виборі піднесеної лексики [28, с. 95].

Публіцистичні твори відрізняються незвичайною широтою тематики, вони можуть стосуватися будь-якої теми, що потрапила в центр суспільної уваги, наприклад, технології проведення водолазних робіт. Це, безсумнівно, позначається на мовних особливостях даного стилю: виникає необхідність включати спеціальну лексику, що вимагає пояснень, а іноді і розгорнутих коментарів. З іншого боку, цілий ряд тем постійно знаходиться в центрі суспільної уваги, і лексика, що відноситься до цих тем, набуває публіцистичну забарвлення.

Таким чином, у словниковому складі мови формується коло лексичних одиниць, характерних для публіцистичного дискурсу. Серед таких постійно

освітлюваних тим в першу чергу слід назвати політику, інформацію про діяльність уряду і парламенту, вибори, партійних заходах, про заяви політичних лідерів. У текстах на цю тему регулярно зустрічаються такі слова і словосполучення, як: *Ratingpolitik, untere Kammer, Kandidat, Führer, Gesetzentwurf, Demokraten, Opposition, Föderalismus, Konservatismus, Radikale, Wahlkampf, parlamentarische Anhörungen, lebhafte Diskussion Fraktion,, zweite Runde, Wahlkampfzentrale, Wählervertrauen, stellvertretende Untersuchung, Koalition, parlamentarische Untersuchung, soziale Harmonie.* [60; 63]

Економічна тематика також важлива для публіцистичного дискурсу та її висвітлення неможливо без таких слів як *Budget, Investitionen, Inflation, Auktion, Schiedsgerichtsbarkeit, Prüfung, Rohstoffe, Lizenzierung, Insolvenz, Monopolismus, Unternehmen, natürliche Monopole, Arbeitsmarkt, Zoll, Aktienkurse.* [62; 64]

У матеріалах на теми освіти, охорони здоров'я, соціального захисту населення використовуються такі ЛО та звороти: *Bildungsvielfalt, staatliche Unterstützung, Lehrergehalt, Fernunterricht, Lehrplan, Austauschschüler, Vereinbarung über wissenschaftliche Zusammenarbeit, Informatisierung der Bildung, obligatorische Krankenversicherung, Gesundheitspolitik, Drogenleistungen, Diagnosezentrum, existenzsichernder Lohn, Kindergeld, Verbraucher, Einkaufen, Lebensstandard, aufgelaufene Rente, arbeitender Rentner.* [61]

Інформація про стан громадського порядку не може бути передана без таких словосполучень, як: *Kriminalprävention, Schutz der Bürgerrechte, Tatort, Scheck der Staatsanwaltschaft, Gerichtsverfahren, Hausarrest, Kampf gegen den Drogenhandel.* [60]

У повідомленнях про події, стихійних лихах, аваріях часто зустрічаються слова: *Hurrikan, Taifun, Erdbeben, Überschwemmung, Geisel, Terroranschlag, Shooting Guard, Auto-Kollision mit einem Zug, Rettungsaktion, Brandbekämpfung, Umweltkatastrophe.* [64]

Зведення військових кореспондентів містять слова: *Aktion, Sprengstoff, Bombe, Bergbau, Scharfschütze, Zusammenstoß, Beschuss, Bombenangriff, schwer verwundet, zivile Opfer, Zerstörung von Häusern*. [60; 62]

Повідомлення на міжнародні теми легко відрізнити за такими словами і сполучень: *Verhandlungen über eine friedliche Beilegung des offiziellen Besuchs, multilaterale Konsultationen, die internationale Gemeinschaft, die angespannte Situation, die strategische Partnerschaft, die europäische Integration, die Friedenstruppe, die territoriale Integrität und globale Fragen* [63].

Названа вище лексика вживається і в інших дискурсах (науковому, офіційно-діловому). У публіцистичному дискурсі вона набуває особливої функції – створити реальну картину подій і передати адресату враження про ці події і відношення до них.

Оцінка виражається або визначенням до іменника, або метафоричним найменуванням явища. Можна зробити висновок, що публіцистичні твори відрізняються незвичайною широтою тематики, вони можуть стосуватися будь-якої теми, що потрапила в центр суспільної уваги, наприклад, технології проведення водолазних робіт. Це, безсумнівно, позначається на мовних особливостях даного дискурсу: виникає необхідність включати спеціальну лексику, що вимагає пояснень, а іноді і розгорнутих коментарів. З іншого боку, цілий ряд тем постійно знаходиться в центрі суспільної уваги, і лексика, що відноситься до цих тем, набуває публіцистичну забарвлення. Таким чином, у складі словника мови формується коло лексичних одиниць, характерних для публіцистичного дискурсу.

Тож до лексичних особливостей текстів газетно-публіцистичного дискурсу можна віднести такі пункти:

На лексико-фразеологічному рівні: концентрація в текстах суспільно-політичної лексики; частотність оціночної лексики; клішованість словесних блоків; метафоризація лексики; перифраз; активне використання фразеологізованих зворотів.

На морфологічному рівні: активність суфіксів іншомовного походження; частотність імперативних форм дієслова; субстантивація прикметників і дієприкметників; транспозиція форм числа.

На синтаксичному рівні: використання сегментованих конструкцій; використання номінативних конструкцій; вживання односкладних пропозицій дієслівного типу; використання конструкцій розмовного синтаксису; вживання конструкцій поетичного синтаксису.

2.2 Новітні лексичні одиниці та їх роль у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі

Нові або змінені обставини в позалінгвістичній реальності, нові факти, сфери роботи, галузі знань та понять вимагають відповідних змін у мові, що відображає соціальну реальність, а також духовний світ користувача мови. Словниковий склад – це саме той компонент мови, який найбільше піддається постійним змінам та процесам, які ґрунтуються на нових пізнавальних та комунікативних потребах мовної спільноти [49, с. 32]. Виникають численні нові слова, які слід інтерпретувати як лексичні еквіваленти змінених позамовних умов спілкування.

Досліджувані новітні лексичні одиниці (НЛО) походять з німецької національної преси. Існує очевидна причина такого відбору: преса розуміється як область загального користування з великою аудиторією. Вона документує відповідний мовний статус і відіграє важливу роль у розробці або зміні мовних норм. Характер засобів масової інформації дає йому можливість впливати і навіть контролювати розвиток мови; підкреслює актуальність преси в процесі розвитку мови.

Поява нових лексичних одиниць в текстах газетно-публіцистичного дискурсу завдячує когнітивно-мовній прагматиці [53, с.194]. Базою для виникнення нового слова є антропоцентрично орієнтований механізм, призначення якого – обслуговувати й висловлювати комунікативно-

прагматичні наміри комунікантів: номінативні, експресивні та образно - оцінні.

Причини появи нових лексичних одиниць та словесних сталих комплексів полягають у постійних змінах у соціальних, технічних та наукових відносинах, що відображається у досліджуваних одиницях. Це особливо помітно в засобах масової інформації, основною функцією яких є передача нового та ще невідомого. Тому передбачається, що використання мови в пресі може сприйматися як ознака тенденцій лексичного розвитку в сучасній мові (що особливо стосується виникнення та функціонування нової лексики).

Для аналізу використовувались німецькі надрегіональні газети, а саме: Die Süddeutsche Zeitung, Die Zeit, Der Tagesspiegel, Der Spiegel, Focus.de.

Вибір газет, що розповсюджуються на національному рівні, може забезпечити певну однорідність досліджуваного матеріалу, оскільки мова, що використовується в газетах різних типів (наприклад, у пресі таблоїдів або в місцевій чи регіональній пресі), суттєво відрізняється одна від одної. Вибрані газети належать до типу газет, що передплачуються, і орієнтовані на відносно однорідну аудиторію. Вони широко поширені і не обмежуються на місцевому чи регіональному рівні. Однак слід підкреслити, що існує певна мовна неоднорідність навіть у контексті газети одного типу.

Різні рубрики, в яких мовно реалізовано багато сфер життя, впливають на вибір різних форм подання інформації (типів тексту), що мають характерне мовне вживання. Вибір відповідного типу тексту, в свою чергу, залежить від різного типу преси. Тому, розглядаючи матеріал газетно - публіцистичного дискурсу, дуже важливо враховувати умови виробництва та прийому текстів, оскільки мовні висловлювання, як правило, є частиною певних комунікативних процесів, і вони реалізуються в контексті конкретних соціальних ситуацій. Отже, лексику слід спостерігати не як ізольоване мовне явище, а завжди у зв'язку з численними факторами, що мають значний вплив на вибір слів у процесі текстового оформлення.

Слова використовуються відповідно до умов спілкування та намірів (у нашому контексті також новостворених). Окрім граматичних та семантичних властивостей, слід враховувати також прагматичні властивості нового слова. Важливо, в яких ситуаціях, за яких умов, проти яких партнерів по спілкуванню може бути використано слово, які наміри реалізуються та які ефекти досягаються.

Під впливовим ефектом масової комунікації услід за М. В. Дроздовим розуміємо «зміни в поведінці та досвіді, які виникають шляхом звернення до засобів масової інформації та через поглинання тверджень із засобів масової комунікації» [15, с.7].

Тож, новітні лексичні одиниці також виконують функцію впливу. Вони викликають роздуми у читача через свою новизну, адже рефлексія починається лише тоді, коли людина стикається з невідомим досі або ще не знайомим словом, або з новим значенням слова. Також передбачається, що вживання слова в несподіваному, незвичному оточенні або в "нових" сферах спілкування може бути таким самим новим або вражаючим для одержувача.

Проаналізувавши новітні лексичні одиниці на матеріалі німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу ми виявили, що специфіка німецької мови полягає не тільки у запозиченні суфіксів (*-ing*: *Doping, Mobing, Shopping*) та префіксів (*meta-, one-, single-, poly-*) але також у запозиченні морфологічно незмінних простих та складних компонентів (*die Facebook-Seite, die Steuer Deals, chatten, Online Anzeige, Trouble Maker, Hobbzhacker*) що стають складниками нових лексичних одиниць.

Преса, як ніщо інше, швидко реагує на будь які зміни у суспільстві, які відображаються у мові, а молодіжна преса – це особливий, найбільш динамічний тип видання, який відрізняється доборою та формою подання матеріалу. НЛО тут можна зустрічаються навіть у заголовках («*Türkisch für Anfänger*»: *Voll krass mutig* (Stern, стаття про молодіжний серіал); *Boah, mein Herz buppert* (Tageszeitung, анонс ток-шоу) [61].

Поява великої кількості НЛО у матеріалі газетно-публіцистичного дискурсу пов'язана з поповненням лексики одиницями з інших мов, передусім з англійської (*Fan, Match, Job, Team, Computer, Know-how, Holding* тощо). Зважаючи на стрімку популяризацію англійського способу життя та цінностей приклади таких запозичень для новотвору можна знайти у статтях, орієнтованих на молодь.

Для деяких предметів, понять, речей, що розповсюджуються у світі, у німецькій мові немає спеціальних номінацій, їх можна номінувати лише за допомогою опису, використовуючи словосполучення чи речення. Так, поняття *Public Relations* німецькою можна означити *Öffentlichkeitsarbeit, öffentliche Beziehungen, Kontaktpflege und Meinungspflege*; поняття *Manager – mit weitgehender Verfügungsgewalt und Entscheidungsbefugnis ausgestattete leitende Persönlichkeit eines Grossunternehmens*. Німецькі еквіваленти цих понять є складними й багатослівними, тому їх витісняють англо-американізм.

Нами було виділено декілька тем, лексичний склад яких особливо поповнився останнім часом новітніми лексичними одиницями аутентичного та запозиченого походження:

- Seele, Gefühle (душа, почуття):

Abturnen (etwas nicht ertragen können) „Was **turnen** die Jungs total nicht **ab**?“; *rumzicken* (für auf die Nerven gehen); *die Frosche Laune* (für schlechte Laune). [61]

- Kultur und Bildung, Literatur und Kunst (Культура та освіта, література та мистецтво):

Bestseller (für Verkaufsschlager, Spitzenreiter); *Essay* (für Erzählung); *Love-Story, Promoter*. [64]

- Mode, Schönheit (Мода та краса):

Outfit / Klamotten (für *Kleidung*); **Beauty-Trends**; **affengeil** (für *sehr attraktiv, modisch*); *easy* (für *einfach*), *Body* (für Körper); *Fitness-Trends*; „*Easy Fitness-*

Trends für einen schönen Body“; Promi (vom prominent; *eine wichtige, berühmte Person*) [61].

- Lebensstil (стиль життя)

Battle (für Wettbewerb) – “*Einen Battle mit der Freundin bringt den richtigen Kick*”; *PC-Freak* (für jemanden, dessen Hobby Computer ist) – „*Bist du ein PC-Freak?*“; *Riesenkarosse* (für ein schönes Auto); *Event* (für Ereignis) [62; 64].

- Telekommunikation, Post (Телекомунікації та пошта)

Handy, Hotline, Internet, E-Mail, Blog, googeln, Online-Shops, Home-shopping, Internetportale [60; 61; 62; 64]. Популяризація соціальних мереж спричинила появу таких НЛЮ, як *Facebook, Twitter, twittern, Youtuber* тощо.

Позначившись на сторінках світових ЗМІ, такі політичні події в Україні як анексія Росією Криму, Революція гідності, АТО, протести проти корупції поповнили словниковий запас як української так і німецької мови, лексичними нововведеннями. Відповідно до цього можна виділити:

- 1) власне НЛЮ Майдану (*Berkut, Maidan Nezalezhnosti, Automaidan / беркутівці, майдан Незалежності, Автомайдан*);
- 2) новоутворення політичного характеру (*das Rechte Sector / Правий сектор; Titushki / Титушки*);
- 3) НЛЮ, пов'язані з АТО (*ATO, Grad /«град»*) [60; 63].

Базуючись на комплексному аналізі матеріалів сучасного німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу ми виділили три сфери, які містили найбільшу кількість НЛЮ за частотністю вживання:

- Сфера політики;
- Сфера економіки;
- Інформаційно - технологічна сфера.

Німецький дискурс ЗМІ, що є відображенням політики одної з основних європейських держав, генерує велику кількість НЛЮ і фразеологізмів. Важливою їх частиною є слова, утворені на базі імен політиків, тобто деоніми. Наприклад, *merkeln, Merkelism, obamieren, putinisieren* [60]. У суспільно-політичному змісті сучасної німецької

публіцистики виділяються дві тематичні групи, на яких ми загострити свою увагу:

- 1) нова лексика, яка фокусується на проблемах міжнародного політичного життя суспільства;
- 2) нова суспільно-політична лексика, яка фокусується на німецьких реаліях.

Поняття, які стосуються галузі міжнародної політики, часто видозмінюються та доповнюються. Наприклад, до виникнення слова «*die Nichtpaktgebundenheit*» (неприєднання), раніше функціонували такі одиниці як «*positive Neutralität*», «*Blockfreiheit*», «*Nichtbindung*», «*Nicht-Verpflichtung*», «*aktive Neutralität*», «*Non-Alignment*», «*Nicht-Ausrichtung*». Хоча подані приклади різняться певними відтінками значень, вони є синонімами для основної політики багатьох держав, особливо в Азії та Африці. [62]

Часто одні позначення замінюються іншими, більш точними і адекватними в рамках нової конкретної ситуації («*das Entwicklungsland*» - «*das Schwellenland*») [60].

Німецький лексичний склад на суспільно-політичну тематику поповнюється словами з жаргонів злочинних ділків, наркокомпаній, міжнародного тероризму. Більшість з цих слів – слова англо-американського походження. Можна привести кілька прикладів, взятих із німецького суспільно-політичного онлайн-журналу «Focus.de»:

- ***der Hijacker*** - викрадач літака (*Passagiere freigelassen - Hijacker haben Besatzung in Gewalt*. - Пасажири звільнені - викрадачі літака захопили екіпаж)[63];

- ***der Drogenbaron*** - глава наркомафії, король наркомафії (*Drogenbarone lassen ganze Familien umbringen*. - Королі наркомафії замовляють вбивства цілих сімей.) [64]

- ***der Luftpirat*** - терорист, який здійснює захоплення літака, повітряний пірат (*Luftpirat drohte mit Bomben* - Повітряні пірати погрожують підірвати бомби (заголовок статті)) [63];

НЛО, що належать до сфери економіки, означають процеси, події і явища, які відбуваються в економіці країни, а також назви посад, підприємств, більша частина яких стала новою для німецького суспільства. Лексичні одиниці економічної тематики іншомовного походження, які запозичуються в національну мову разом з новими поняттями, займають міцне місце в словниковому складі німецької мови.

Можна виділити такі групи НЛО економічної тематики:

- 1) неологізми, що належать до сфери економічної політики, наприклад: **Sanktion** – санкція (*Südafrika hat ein begründetes Interesse an Stabilität und kann 48 nun Mugabes Regime ebenso unter Druck setzen, wie man es auch abgelehnt hat, über Sanktionen aufgrund ihrer Auswirkungen auf die Armen nachzudenken.* [61];
- 2) неологізми в сфері фінансових відносин, наприклад: **konvertieren** – конвертувати (*Andere nahmen bestimmte Aspekte des Judentums an, ohne aber zu konvertieren*); **das Banking** – банкінг, здійснення банкових операцій (*Der Kontinent führt in dem Bereich Mobile Banking*). [64];

У сучасному суспільстві в області економіки важливе місце займають англіцизми, що є наслідком зміцнення міжнародних зв'язків. Виходячи з вищенаведених прикладів, можна зробити висновок, що лексичні запозичення є одним з найбільш популярних способів утворення НЛО у німецькому газетно-публіцистичному дискурсі з економічною тематикою.

У німецькомовних Інтернет-джерелах ми часто можемо зіткнутися з НЛО. При всьому цьому, їх вживання може бути не тільки цілеспрямованим (особливо, це стосується текстів публіцистики), а й випадковим (неологізми, виведені самими користувачами соц.мереж).

- **der Fanboy** – фанат (*Naja, früher war ich so etwas wie ein Fanboy von ihm.*)[60];

- **googeln** – шукати щось у пошуковій мережі Google, «гуглити» (*Das kann man googeln.*) [62; 64];

Характерною особливістю НЛО цієї сфери є вживання заголовних букв в скороченнях, що характерно для активних і найбільш «просунутих» користувачів соціальних мереж, які економлять використання клавіатури і свого часу. Наприклад:

- 8tung (Achtung) – увага;
- VLG (Viele liebe Grüße) – вітання;
- WTEL (Wir telefonieren) – зівонимось;
- SB (Schreib back (замість «schrieb zuruck»)) – напиши/ дай відповідь;
- NP (No Problem (замість «Kein Problem»)) – без проблем;
- ME2 (me too (замість «Ich auch»)) – я також;
- LOL (Laughing Out Loud (замість «Lautes Lachen»)) – смішно [61].

Отже, зважаючи на мобільність реагування засобів масової інформації, що є компонентами газетно-публіцистичного дискурсу, на події сучасності, у мові ЗМІ з'являються новітні лексичні одиниці. Основними причинами їх появи є комп'ютеризація, вплив шоу-бізнесу та реклами, міжнародний тероризм, економічна політика тощо. Окрему роль грає явище «поліномінізації» та тенденція до економії мови.

Крім того, згідно з результатами дослідження, часто зустрічаються серед НЛО англомовні вкраплення, досить міцно вкоренилися і придбали категорії роду, числа і відмінка. Деякі такі НЛО увійшли до вживання нарівні з німецькими словами не тільки в соц.мережах, але і в повсякденному житті людини, що дозволяє НЛО ще більш успішно інтегрувати в мову і вживатися носіями щодня.

2.3 Сталі словесні комплекси у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі

Лінгвістичні студії у сфері дослідження німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу показують, що йому притаманні ознаки як власне

публіцистичного, так і наукового і художнього функціональних стилів [50, с. 188]. З цього випливає, що мова ЗМІ не позбавлена тих стійких виразів, які незмінно її прикрашають і збагачують, з одного боку, а з іншого – можуть привести до комунікативного збою внаслідок нерозуміння адресатом їх прагматичного значення в умовах ділової комунікації.

У нашій роботі дотримуємося широкого розуміння фразеології, включаючи в її склад як власне фразеологічні одиниці (далі – ФО), так і стійкі поєднання нефразеологічного типу. Розширене розуміння обсягу фразеології дає можливість більш повно характеризувати неоднорідний за складом і семантикою корпус сталих словесних комплексів (далі – ССК), визначити специфіку цих одиниць і особливості функціонування.

В роботі використовується термін «сталі словесні комплекси», який об'єднує стійкі поєднання фразеологічного і нефразеологічного типів. Услід за Т. В. Чернишовою, під ССК визначаємо як поєднання слів, що мають семантичну, структурну і функціональну своєрідність, та відрізняється від лексем. ССК – одиниці, що володіють значним обсягом інформації у відносно невеликих формах і виконують важливі номінативні, експресивні, прагматичні і когнітивні функції [56, с. 82]. У зв'язку з цим слід зазначити, що серед численних досліджень, проведених за останні роки, відзначається недостатня кількість робіт, присвячених виявленню та аналізу корпусу сталих словесних комплексів, що функціонують в діловому німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі

Таким чином, вивчення прагматичного аспекту функціонування фразеологізмів як мовних одиниць, найбільш яскраво відображають особливості культури народу – носія мови, є актуальним стосовно до газетно-публіцистичного дискурсу.

У ході нашого дослідження було встановлено, що фразеологічні єдності, являючи собою ядро німецької фразеологічної системи, є одночасно і основним видом ССК фразеологічного типу, що функціонують у німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі.

В основі фразеологічних єдностей знаходиться семантична трансформація [40, с. 75]. На фразеологічне значення впливає весь комплекс компонентів. Фразеологічні єдності охоплюють ССК з синтаксичною структурою словосполучень, груп слів, значення яких формується на основі семантичної зміни загального сенсу компонентів. Фразеологічні єдності – це незакінчені одновалентні і двовалентні висловлювання. Вони можуть бути реалізовані тільки в реченні.

Фразеологізми, що відносяться до даного виду ССК, були проаналізовані на предмет виявлення їх структурно-семантичних і прагматичних особливостей.

Структурний аналіз фразеологічних єдностей дозволив виділити наступні моделі:

1) Substantiv + Verb: *den Mund halten* (тримати язика за зубами), *Süßholz raspeln* (розсипатися в компліментах), *Schwein haben* (мати вдачу) [62; 64];

2) Pronomen + Substantiv + Verb: *j-m den Rücken kehren* (поривати відшнєння), *j-m die Leviten lesen* (сварити), *j-m auf die Beine helfen* (допомогти стати на ноги) [60; 62];

3) Pröp. + Substantiv + Verb: *auf der Straße liegen* (бути безробітним), *in die Patsche geraten / kommen* (вплутатися у неприємності); *auf die Füße fallen* (виходити сухим із води); *an den Nagel hängen* (висіти на волосині), *auf einen grünen Zweig kommen* (мати успіхи) [60; 62; 63];

4) Substantiv + Pröp. + Substantiv + Verb: *die Hände in den Schoß legen* (байдикувати), *j-m das Fell über die Ohren ziehen* (обманути), *den Nagel auf den Kopf treffen* (попасти в ціль) [60; 62];

5) Adjektiv + Substantiv: *ein schwerer Junge* (кримінальна особа), *der rote Faden* (основна тема) [64].

Модель Pröp. + Substantiv + Verb (прийменник + іменник + дієслово) є найбільш продуктивною, найменш продуктивна модель – Adjektiv + Substantiv (прикметник + іменник).

На основі критерію співвідношення фразеологічних єдностей з частиною мови виділяються три групи:

1) Дієслівні фразеологізми: *nicht einen Finger für etwas rühren* (палець об палець не вдарити), *j-m auf die Beine helfen* (допомогти кому-небудь встати на ноги) [61; 62] і ін. Використання ССК дієслівного типу забезпечує аспектно-видову мобільність у розглянутому дискурсі, підтримує його динамічний характер.

2) Субстантивовані фразеологізми є поєднаннями, в яких іменник представлено в узуально-обмеженому значенні. Наприклад: *ein stilles Wasser* (потайний чоловік), *altes Haus* (друзе), *das fünfte Rad am Wagen* (п'ята спиця в колесі, зайвий) [62; 64].

3) Фразеологізми, утворені від прислівників, серед яких найбільш численна група парних словесних комплексів – ряд стійких парних слів, досить часто вживаються в німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі. Парні словесні комплекси є двійковими доповненнями слова, мають в основному, модальне, локальне або тимчасове значення.

Аналіз ССК нефразеологічного типу – стереотипних засобів вираження – показав, що у газетно-публіцистичному дискурсі використовуються переважно два різновиди - модельовані та фразеологізовані, утвори, провідне місце серед яких належить дієслівно-іменним сполученням зі структурою «Substantiv + Verb» - *Anwendung finden* (знайти застосування), *Aufmerksamkeit schenken* (приділяти увагу), *Bescheid wissen* (бути в курсі справи), *Maßnahmen treffen* (вжити заходів) і т.д. - і зі структурою «Präp. + Substantiv + Verb»- *in Frage kommen* (брати до уваги), *in Betrieb nehmen* (здавати в експлуатацію, вводити в дію), *in Umlauf sein* (бути в обігу), *in Betracht ziehen* (приймати до відома), *in der Lage sein* (бути в стані), *zur Verfügung stehen* (бути в розпорядженні) [60; 62; 63; 64] і т.д. Подібні ССК неідіоматичного характеру відносяться до типового публіцистичного дискурсу, та є прагматично обумовленими. Як і ФО, вони володіють стійкістю на мовному рівні і відтворюються в готовому вигляді.

Аналіз особливостей функціонування ССК фразеологічного типу в німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі дозволяє зробити висновок про те, що для дискурсу цього типу не є чужими елементи емоційності та експресії, які створюються різними засобами і, зокрема, за допомогою ССК фразеологічного типу. Вони не тільки не порушують його структуру, а й сприяють створенню більшої виразності і переконливості викладу за рахунок виділення істотних моментів в ланцюзі логічно аргументованих міркувань, відмежування однієї частини переданої інформації від іншої з метою виділення основної думки, надання тексту аргументованості для підтвердження або спростування точки зору, позиції.

Функціонування ССК нефразеологічного типу грає важливу роль в реалізації прагматичної установки газетно-публіцистичного дискурсу, сприяючи тим самим його логіко-прагматичному членуванню.

2.4 Комуникативно-прагматична та лінгвальна природа газетного дискурсу

Однією з осей соціально-прагматичного аналізу різних типів дискурсів є вивчення специфіки їх побудови в тій чи іншій соціально-комуникативній ситуації, а саме ефективне використання мови для впливу на реципієнта на основі його соціальної орієнтації [15, с.7].

У науковій літературі лінгвістичного спрямування газетно-публіцистичний дискурс трактується як інформаційно-орієнтований інституційний дискурс, що ведеться через засоби масової інформації [45, с. 5].

Сучасні роботи, присвячені питанням вивчення дискурсу, часто спираються на поняття прагматики (В. І. Бобровська, В. М. Дроздов, А. Ф.Кук, Т. А. Присяжнюк та ін.). Більш того, прагматика нерідко розглядається як окремий напрямок в рамках дискурсивних досліджень. Прагматичний підхід передбачає аналіз мовних висловлювань (як усних, так і

письмових) як дій, покликаних певним чином впливати на адресата [43, с. 133].

Після комунікативного та прагматичного повороту 1970-х років виникли численні лінгвістичні дисципліни, такі як текстознавство, прагмалінгвістика, соціолінгвістика та психолінгвістика, в контексті яких досліджувався мовний матеріал газетно-публіцистичного дискурсу. Інтерес до функціонування мови у цій сфері неухильно зростає. Об'єктом дослідження стали газетні тексти.

Мова газетно-публіцистичного дискурсу складається з лексичного матеріалу газет, суспільно-політичних журналів, відозв і прокламацій, доповідей, виступів, бесід, промов, дискусій. Суспільно важлива інформація, яка міститься у друкованих ЗМІ охоплює явища, факти і події усіх сфер життя суспільства, перш за все у політиці, економіці та культурі, а також відносини між класами, націями, державами [8, с. 6].

Газетно-публіцистичний стиль можна позначити як стиль пропаганди і агітації. Він спрямований, з одного боку, на поширення політичної інформації, а з іншого - на спонукання людей до дії, на активізацію їх думок.

Як зазначає О. М. Васильєва, для нього характерні численні форми прояву, тісний взаємозв'язок комунікативної функції і виражальної функції мови [7, с. 113]. Публіцистичний стиль (газетний включно) з точки зору засобів його вираження дуже різноманітний як стиль публічного спілкування і науки. Як зазначає Г. Я. Солганик, газетний дискурс вийшов на перший план за останні десятиліття з точки зору його впливу на мову та його носіїв. [49, с. 32].

Для успішного виконання своєї функції, публіцистичний стиль охоплює як об'єктивну, так і емоційну силу впливу. Тому, з одного боку, він багатий наявністю фактичного матеріалу і доказів, чому сприяє актуальне найменування фактів (імена сучасників, зазначення дати і часу, заголовки статей, цифрові дані, дати, цитати), терміни, як власне німецькі, так і запозичені, професіоналізми і т.д. [4, с. 4] Також присутні засоби

раціонального впливу, притаманні на граматичному і синтаксичному рівнях: багате застосування паралелізму і протиставлень, питань і відповідей, а також різних видів повторень і оцінки. Все це використовується для систематизації і сприяє більш легкому сприйняттю інформації [13, с. 20].

Мова засобів масової інформації визначається насамперед прагматичними закономірностями мовного впливу. Л. Г. Кайла поділяє мовні одиниці з точки зору прагмалінгвістики на інформеми - носії суто інтелектуальної, раціональної інформації, і прагмеми - одиниці, призначені для регуляції людської поведінки і тому відбивають явища емоційно-вольової сфери психіки людини [18, с. 59].

М. І. Пташник підкреслює, що для текстів публічних промов особливо важливі прийоми стилістичного синтаксису, або так звані фігуральні вислів, що допомагає досягти експресивності і динамічності висловлювання [54, с. 21]. Наприклад, повтор слова, словосполучення чи речення. Метою цього прийому є привернення уваги, підкреслення значимості того, що цей повтор висловлює. Стилiстичний прийом повтору перед однорiдними членами речення надає фразі особливий iнтонaцiйний ритм, логiчно пiдкреслює з'єднуються слова. Повтор у тексті газетної статті з експресивною функцією виконує завдання логіко-сміслового підкреслення, полегшує сприйняття довгого фрагмента мови, розчленовуючи його на окремі частини і виділяючи разом з тим ту чи іншу думку.

Вкраплення прямої мови з використанням розмовних елементів лексики, спрощеного синтаксису у текстах газетно-публіцистичного стилю як стилістичний прийом, направлені на залучення реципієнта у квазідіалог і тим самим на активізацію, збудження та утримання уваги та інтересу [53, с. 196].

Для виділення і підкреслення тих чи інших слів або словосполучень застосовується навмисне порушення звичайного порядку слів у реченні – інверсія, антитеза, риторичне питання, питально-відповідна структура висловлювання [45, с. 24].

Отже, газетно-публіцистичний дискурс має яскраво виражену комунікативно-прагматичну природу, про що свідчить його пропагандиско-агітаторський характер, наявність емоційно маркованої та оцінної лексики. Тексти досліджуваного дискурсу покликані не тільки інформувати населення про суспільно-важливі події, зміни та явища, але і формувати масову суспільну думку. Це досягається шляхом використання таких методів як застосування паралелізму і протиставлень, питань і відповідей, різних видів повторень.

Висновки до другого розділу

Другий розділ нашої кваліфікаційної роботи складається із трьох підпунктів та має практичний характер.

Виявлено, що для сучасного німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу характерне поєднання нейтральної та емоційно забарвленої лексики, наявність мовних штамів та кліше, використання скорочень.

Визначено, що основними причинами появи новітніх лексичних одиниць та словесних сталих комплексів є зміни у соціумі, нові явища, історичні події, комп'ютеризація суспільства. Через значне поповнення загального лексичного складу німецької мови англіцизмами, переважна кількість досліджуваних одиниць також містить компоненти іншомовного походження. Найбільша частка новітніх лексичних одиниць зафіксована у сферах політики, економіки та інформаційних технологій.

Розкрито комунікативно-прагматичну природу газетно-публіцистичного дискурсу. Основними засобами за допомогою яких досягається впливова функція досліджуваного дискурсу є частотні повтори, інверсія, риторичні питання, оцінність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі, присвяченій дослідженню особливостей новітніх лексичних одиниць та сталих словесних комплексів у сучасному німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі дійшли наступних висновків:

Поняття «текст» та «дискурс» досі не отримали загальноприйнятих трактувань в зв'язку зі складністю цих об'єктів. Вони є достатньо об'ємним і неоднозначними і тому вимагають цілого ряду досліджень вчених-лінгвістів. Уточнюючи поняття тексту і дискурсу, дослідники підкреслюють, що текст як мовний матеріал не завжди є дискурсом, але при цьому дискурс завжди є текстом. У диференціюванні понять «дискурс» і «текст», підкреслено діяльнісний, динамічний аспект мови: поняття «дискурс» являє мову як процес, характеризується всіма текстовими ознаками, проте враховує вплив екстралінгвістичних факторів в акті комунікації, і як результат, представлений в вигляді фіксованого тексту.

Газетно-публіцистичний дискурс охоплює масові популярні тексти, оснований на ідейно-політичному осмисленні проблеми, що впливають на актуальні суспільні процеси. Йому притаманна яскрава емоційно-виражена оцінка. При дослідженні його типу дискурсу особливої уваги заслуговують лексичні та стилістичні особливості засобів вираження, що слугують для репрезентації як комунікативної функції, так і функції впливу.

Встановлено, що для публіцистичного дискурсу характерно широке використання суспільно-політичної лексики, а також лексики, що позначає поняття моралі, етики, медицини, економіки, культури, слів з області психології, слів, що позначають внутрішній стан, переживання людини, і ін. До лексичних особливостей досліджуваного дискурсу також слід віднести наявність мовних штампів та кліше, оцінної лексики, метафоризації, фразеологізованих зворотів; значну концентрацію суфіксів іншомовного походження.

Поява новітніх лексичних одиниць (НЛО) та сталих словесних комплексів (ССЛ) у текстах німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу викликана змінами у соціальній реальності та ґрунтується на нових пізнавальних та комунікативних потребах мовної спільноти. Виявлено, що значну частку запозичень для формування НЛО становлять англіцизми. Найвища концентрація НЛО виявлена у текстах, що стосуються сфер політики, економіки, інформаційних технологій, а також моди. НЛО також можуть вживаються у текстах німецькомовного газетно-публіцистичного дискурсу для підвищення емоційного фону тексту, привернення уваги, зацікавлення читацької аудиторії.

У роботі використовується термін «сталі словесні комплекси» (ССК), що об'єднує стійкі поєднання фразеологічного і нефразеологічного типів. Це одиниці, що утримують значний обсяг інформації у відносно невеликих формах і виконують важливі номінативні, експресивні, прагматичні і когнітивні функції. Слід зазначити, що серед досліджень, проведених за останні роки, відзначається недостатня кількість робіт, присвячених виявленню та аналізу ССК, що функціонують в німецькомовному газетно-публіцистичному дискурсі. Функціонування ССК нефразеологічного типу грає важливу роль в реалізації прагматичної установки газетно-публіцистичного дискурсу, сприяючи тим самим його логіко-прагматичному членуванню.

Виявлено, що прагматичний ефект газетно-публіцистичного дискурсу полягає у маніпулятивному характері медіа-текстів та у прагненні авторів вплинути на аудиторію. Встановлено, що вплив здійснюється переважно за допомогою визначених лінгвістичних і стилістичних прийомів, таких як застосування паралелізму, протиставлень, питань і відповідей, різних видів повторень.

Перспективою подальшого дослідження вважаємо вивчення новітніх лексичних одиниць та сталих словесних комплексів газетно-публіцистичного дискурсу в перекладацькому аспекті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азнаурова, Е. С. Нариси зі стилістики слова : автореферат. Ташкент: Фан, 1993. 148 с.
2. Арнольд, І. В. Стилістика сучасної німецької мови : монографія. Москва: Просвещение, 1990. 301 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: монографія. Київ: Видавничий центр "Академія", 2004. 344 с.
4. Бобровська, І. В. Газетний дискурс в проблемному полі комунікативно-прагматичної лінгвістики. *Науково-освітній журнал ВДПУ «Грані пізнання»*. Волгоград, 2011. № 4. С. 2 - 6.
5. Борботько В. Г. Элементы теории дискурса: монографія. Москва: Просвіта, 1989. 81 с.
6. Ван Дейк Т. А. К определению дискурса. [WWW-документ] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
7. Васильєва, О. М. Газетно-публіцистичний стиль мовлення : Курс лекцій за стилістикою російської мови. *Вид-во Російська мова*, 1982. 197 с.
8. Володіна, М. Н. Мова ЗМІ - особлива мова соціальної взаємодії: навчальний посібник для вузів. Москва, 2004. 760 с.
9. Воронцова Т. В. Про співвідношення понять публічний дискурс – мова ЗМІ – публічне мовлення. *Вісн. Удмурт. ун-ту*. Вип. 3. 2008. С. 17
10. Гальперін, І. Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження : монографія. Москва: КомКнига, 2005. 142 с.
11. Горшков, А. І. Стилістика тексту та функціональна стилістика. *Астрель*, 2006. 367 с.
12. Гутнер, М. Д. Допомога з перекладу з німецької мови на російську суспільно-політичних текстів : монографія. Москва: Вища школа, 1982. 164 с.

13. Дедюкова, М. В. Мовні особливості публіцистичного дискурсу (на матеріалі німецьких журнальних текстів) : автореф. дис. канд. філол. наук. - Москва: МГУ, 2010. 26 с.
14. Добросклонська, Т. Г. Медіалінгвістика: системний підхід до вивчення мови ЗМІ : Москва, 2008. 264 с.
15. Дроздов М. Прагматична характеристика інформаційних текстів у ЗМІ: автореф. дис. канд. філол. наук : Мінськ, 2003. С. 7
16. Желтухіна М. Р. Функції мас-медіального дискурсу. Жанри і типи тексту в науковому та медійному дискурсі. *Міжвузівський збірник наукових праць*. Вип. 5. Орел, 2007. С. 191-201.
17. Ільясова, С. В. Словотвірна гра як феномен мови сучасних ЗМІ : дис. д-ра філолог. наук : Ростов-н-Д., 2002. 432 с.
18. Кайда, Л. Г. Позиція автора в публіцистиці: Стилістична концепція : зб. ст. Вид. 2. Флінта: Наука, 2007. С. 58 - 66.
19. Какорін, Є. В. Стилістичні зміни в мові газети новітнього часу : автореф. канд. дис. : Москва: Наука, 1992 С. 18 - 22.
20. Каменєва В.А. Композиційно-сміслова структура дискурсу газетних повідомлень. *Вісник юЕМзх. Сер: Філологія. Мистецтвознавство*. 2009. №10 (148). Вип. 30. С. 30-31.
21. Камінський, П. П. Принципи дослідження публіцистики на сучасному етапі. *Вісн. Моск. ун-ту. Сер: Журналістика*. 2011. № 62. С. 97 - 105.
22. Карасик, В. І. Про типи дискурсу : монографія. Волгоград: Зміна, 2000. С. 5 - 20.
23. Кібрик, А. А. Функціоналізм та дискурсивно-орієнтовані дослідження. *Фундаментальні вектори сучасної американської лінгвістики*. Москва : Наука, 1997. С. 307–323.
24. Клушина, Н. І. Лінгвістика переконання: інтенціональних категорії публіцистичного тексту [електронний ресурс] *Медіаскоп: електронний науковий журнал факультету журналістики МДУ ім. М.В.*

- Ломоносова.* - URL: [http:// www.mediascope.ru/node/67](http://www.mediascope.ru/node/67). - Дата доступу: 27.03.2014.
25. Клушина, Н. І. Публіцистичний текст і його стилістичні особливості [електронний ресурс] *Медіаскоп: електронний науковий журнал факультету журналістики МДУ ім. М.В. Ломоносова.* - URL: [http:// www.istina.msu.ru/publications/article/3794698/](http://www.istina.msu.ru/publications/article/3794698/) - дата доступу: 15.05.2014.
26. Костомаров, В. Г. Деякі особливості мови друку як засобу масової комунікації : монографія. Москва, 1989. 248 с.
27. Куек, Ф. А. Мовні засоби у текстах газетного дискурсу: лексикосемантичний та прагматичний аспекти URL: <http://cheloveknauka.com/yazykovye-sredstva-gazetnogo-diskursa-leksiko-semanticheskij-i-pragmaticheskij-aspekt>
28. Ленкова, Т. А. До проблеми публіцистичного стилю і письмового дискурсу ЗМІ. *Вісник Хмельницького державного університету. Сер. Філологія.* 2010. № 43. С. 94 - 97.
29. Луканіна М. Газетний текст через призму теорії комунікації. *Вісн. Моск. ун-ту. Сер. Лінгвістика.* 2003. № 2. С. 124
30. Лук'янова Т. Г. Об'єктивізація гендерних кліше та атрибутивних сполучень англomовного походження (на матеріалі німецьких ЗМІ) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2431/1/209-212.pdf>.
31. Лурія А. Р. Мова та мислення : монографія. Москва : Просвіта, 1979. 319с.
32. Лютянська Н. І. Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. *Наукові записки НДУ ім.М.Гоголя. Сер. Філологічні науки.* 2014. Вип. 2. С. 137-141.
33. Ляпун, С. В. Газетна публіцистика в парадигмі лінгвістичних досліджень ХХІ ст. *Вісник Адигейського державного університету. Сер. 2. Філологія і мистецтвознавство.* 2011. № 1. С. 109 - 115.

34. Макаров, М. Л. Основи теорії дискурсу : онографія. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
35. Менджеричка, О. О. Особливості національного публіцистичного дискурсу : зб. статей. Москва : Діалог-МГУ, 1999. № 9. С. 52 - 58.
36. Миколаєва Т. М. Короткий словник термінів лінгвістики тексту. *Нове в зарубіжній лінгвістиці. Сер. Лінгвістика тексту* : Москва. Вип. VIII. М 1978. 285 с.
37. Мосейчук О. М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету. Сер. Філологічні науки*. Вип. 65. 2012. С. 174-177.
38. Німець, Г. Н. Публіцистичний дискурс як методологічний конструкт. *Вісник Адигейського державного університету. Сер. Філологія і мистецтвознавство*. 2010. № 3. С. 90 - 96.
39. Новохачева Н. Ю. Стилiстичний прийом лiтературної алюзiї в газетно-публіцистичному дискурсі ХХІ століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. "Російська мова" : Ставрополь, 2005. 31 с.
40. Ольшанский И. Г., Гусева А. Е. Lexikologie: Die deutsche Gegenwartssprache : посiбник для студентiв лiнгвiстичних фак. : Москва: Академия, 2005. 416 с
41. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації : монографія. ВЦ "Київський університет". 2-ге вид., доп. Київ, 1999. 308с
42. Присяжнюк, Т. А. Дискурс друкованих ЗМІ vs. Газетно публіцистичний стиль. *Вісті саратовського університету. Сер. Філологія. Журналістика*. 2012. № 4. С. 102 - 106.
43. Присяжнюк Т. А. Комплексне дослідження мови друкованих ЗМІ: функціонально-стилеве, прагматичне та психолінгвістичне дослідження. Saarbrücken, 2012. №14. С. 133.

44. Приходько А. Н. Таксономічні параметри дискурсу : Науковий альманах Ставропольського відділення Ралко. Вип. 7. Ставрополь: Видво СГПІ, 2009. С. 22-30.
45. Пташник М. І. Система різномінатівних прийомів в сучасному публіцистичному дискурсі (на матеріалі російської, англійської, та іспанської мов): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.19 "Теорія мови" Ростов-на-Дону, 2010. 23 с.
46. Ревзіна, О. Г. Дискурс і дискурсивні формації. *Критика і семіотика*. Новосибірськ, 2005. № 8 с. 66 - 78.
47. Самарська, Т. Б. Публіцистичний текст: сутність, специфіка, функції [електронний ресурс]
URL: <http://psibook.com/sociology/publitsisticheskiy-tekst-suschnost-spetsifika-funksii.html>. - Дата доступу: 17.05.2014.
48. Солганик, Г. Я. Автор як стилеформування категорія публіцистичного тексту. *Укр. Моск. ун-ту. Сер. 10. Журналістика*. 2001. № 3. С. 22 - 24.
49. Солганик, Г. Я. Про нові аспекти вивчення мови ЗМІ. *Вісн. Моск. ун-ту. Сер. 10, Журналістика*. Москва : Вид. Моск. ун-ту, 2000. №3. С. 31–38.
50. Солодовникова, Н. В. Роль метафори в публіцистичному дискурсі. *Вчені записки Тавріч. нац. ун-ту ім. В.І. Вернадського*. 2011. № 4, ч. 1. С. 188 - 193.
51. Сорокін Ю. А. Лексичні одиниці та організація структури тексту. *Вісн. київського університету. Сер. Лінгвістика* : Київ , 1983. – 348 с.
52. Тураєва, З. Я. Лінгвістика тексту : монографія. Москва: Просвіта, 1986. 437 с.
53. Федоренко С. В., Станішевська Т. І. Німецькомовний публіцистичний дискурс як соціокультурологічний лінгвістичний феномен сучасного комунікативного простору в перекладацькою аспекті. *Молодий вчений*. №1 (16), 2015. С. 194-196.

54. Фільчук, Т. Ф. Сучасний публіцистичний дискурс в контексті постмодерністської парадигми. *Укр. Харк. ун-ту. Сер. Філологія.* : Харків, 2010. № 58. С. 57 – 6
55. Цукровий Л. В., Штерн А. С. Набор ключевых слов как тип текста. Лексические аспекты в системе иноязычной речевой деятельности *Пермский политехнич. ин-т* : Пермь, 1988. С. 34–51.
56. Чернишова, Т. В. Сучасний публіцистичний дискурс (комунікативно-стилістичний аспект): навчальний посібник : Барнаул: *Вид-во Алт.ун-ту*, 2003. 178 с.
57. Ширяева, Т. А. Загальнокультурні та інституційні особливості дискурсу. *Гуманітарні науки. Сер. Теорія і методологія* : Київ, 2007. № 4. С. 103 - 108.
58. Штерн І. Б. Лінгвістичні моделі: дослідницький та конструктивний аспекти. *Мислення та докази* : Київ, 1986. 238 с.
59. Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext / von Hans Schemann. Berlin – Boston: De Gruyter, 2011. 1037 S.

ДЖЕРЕЛА МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

60. Der Spiegel : інформаційно-політичний журнал. URL :
<https://www.spiegel.de/consent?targetUrl=https%3A%2F%2Fwww.spiegel.de%2F&ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
61. Der Tagesspiegel : щомісячний журнал. URL :
<https://www.tagesspiegel.de/>
62. Die Zeit : надрегіональна щотижнева газета. URL :
<https://www.zeit.de/zustimmung?url=https%3A%2F%2Fwww.zeit.de%2Findex>
63. Focus.de : суспільно-політичний онлайн-журнал. URL :
<https://www.focus.de/>
64. Süddeutsche Zeitung : щоденна газета. URL :
<https://www.sueddeutsche.de/>