

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

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ТА КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ**  
**АСПЕКТ ЧИСЛІВНИКОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У**  
**СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ**

**Кваліфікаційна робота (проект)**  
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконав: студентка 291М групи  
Спеціальності 035.041 Філологія  
(германські мови та літератури)  
(переклад включно), (перша – німецька)  
Освітньо-професійної програми  
«Філологія (германські мови та  
літератури) (переклад включно)»  
Слінько В.О.  
Керівник к. філол. н., доц. Солдатова С.М.  
Рецензент к. філол. н., доц. Короткова Л.В.

Херсон – 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	
<b>ФРАЗЕОЛОГІЇ</b> .....	7
1.1. Новітні дослідження у царині німецької фразеології.....	7
1.2. Проблема класифікації фразеологічних одиниць у лінгвістиці .....	10
1.3. Шляхи утворення числівникових фразеологічних одиниць ....	13
Висновки до розділу 1 .....	18
<b>РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ ЧИСЛІВНИКОВИХ</b>	
<b>ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ</b>	
<b>НІМЕЧЧИНИ</b> .....	
2.1. Структурна організація числівникових фразеологізмів.....	21
2.2. Особливості функціонування числівникових фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному дискурсі .....	25
2.3. Когнітивно-прагматичний аспект числівникових фразеологічних одиниць у газетному дискурсі Німеччини .....	32
Висновки до розділу 2 .....	36
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	38
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	42
<b>ДОДАТОК. ПЕРЕЛІК ЧИСЛІВНИКОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ</b>	
<b>СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ</b> .....	50

## ВСТУП

Кожна мова не тільки відображає об'єктивний світ, а й по-своєму інтерпретує його. Умовою пізнання людиною світу та орієнтації у просторі й часі, життєдіяльності загалом є систематизація дійсності. Однією з форм систематизації світу є його кількісне впорядкування. Це робить світ дискретним, вимірним, підрахованим.

Поняття числа цікавило людство ще з давніх-давен і з'явилося на тому етапі розвитку пізнання, коли людям вдалося абстрагуватися від усіх властивостей, за виключенням кількісних, перелічуваних ними предметів.

Маркерами процесу такої світокласифікації виступають елементи мовної картини світу – нумерологеми. Оскільки будь-яка національна мова – це не лише система позначень, що містить і передає інформацію, а й акумулятор загальногуманістичної, соціально-історичної, етнокультурної, оцінної інформації, значущої для соціуму, то окремі мовні одиниці функціонують не просто як слова-номінації з одним чи кількома лінгвістичними значеннями, а як слова-концепти, які включають певний квант культурної інформації про соціум (В. Жайворонок).

Загальновідомим є той факт, що фразеологізми належать в іноземній мові до найскладніших мовних явищ а отже можуть стати бар'єрами для розуміння. На високій ступені володіння іноземною мовою необхідно не лише розпізнавати фразеологізми в тексті, потрібно розуміти їх і нарешті самостійно застосовувати. (Т. Ігнатенко)

На сучасному етапі розвитку науки про мову простежується великий інтерес дослідників до зображувальних можливостей, систематичної ємності, величезних експресивно-стилістичних потенціалів, а також до високої частотності функціонування фразеологічних одиниць (далі – ФО) у мові та мовленні. Про це свідчить велика кількість наукових розвідок, присвячених функціональним особливостям ФО (Я. Баран, М. Алефіренко, В. Білоноженко, Є. Верещагін, В. Гаврись, С. Денисенко, В. Костомаров,

Д. Мальцева, М. Степанова, В. Телія, І. Чернишова, Н. Щербань та ін.), оскільки у фразеологізмах з особливою очевидністю проявляється зв'язок мови з культурою етносу, сценаріями комунікативної поведінки її мовних особистостей, з національно-культурними цінностями етносу

Дана робота становить дослідження, присвячене аналізу числівникових ФО в сучасному німецькомовному газетному дискурсі.

**Актуальність даної роботи** полягає насамперед у зверненні до лінгвокультурно маркованого матеріалу, аналіз якого допомагає поглибити розуміння ряду дискусійних проблем мовознавства, як наприклад: природа компонента ФО та його роль у мотивації фразеологічного значення. Дослідження функціонального аспекту фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі привертає дедалі більше увагу сучасних мовознавців.

**Зв'язок роботи з науковими темами.** Кваліфікаційна робота відповідає профілю дослідження кафедри німецької та романської філології Херсонського державного університету в межах наукової теми: «Комунікативний, структурно-семантичний та дискурсивний аспекти дослідження мовно-мовленнєвих одиниць сучасної німецької та романських мов».

**Мета дослідження** полягає у комплексному дослідженні специфіки функціонування числівникових ФО у сучасному німецькомовному газетному дискурсі та визначення їх когнітивно-прагматичного аспекту.

Поставлена нами мета передбачає вирішення таких завдань:

- 1) розглянути сучасні дослідження у царині німецької фразеології;
- 2) визначити класифікацію числівникових ФО;
- 3) дослідити функції числівникових фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі;
- 4) схарактеризувати числівникові фразеологічні одиниці з точки зору когнітивно-прагматичного аспекту у сучасній німецькомовній пресі.

**Об'єктом дослідження** виступають числівникові фразеологічні одиниці, що функціонують у сучасному німецькомовному газетному дискурсі.

**Предметом дослідження** є специфіка функціонування та когнітивно-прагматичні особливості досліджуваних одиниць у сучасній пресі Німеччини.

**Матеріалом** дослідження слугували числівникові ФО, відібраних методом суцільної вибірки з авторитетних вітчизняних та зарубіжних фразеографічних та лексикографічних джерел сучасної німецької мови, а також з періодичних видань Німеччини як: «Die Badische Zeitung», «Die Welt», «Der Spiegel», «Kicker», «Zeit Magazin», «Die Stuttgarter Zeitung», «Die Sächsische Zeitung» за 2016 – 2020 рр.

**Методи дослідження.** Методика дослідження, зумовлена особливостями проблем, що розглядаються, включає різноманітні форми аналізу: описово-аналітичний метод використовувався у формуванні систематизації та класифікації корпусу досліджуваних фразеологічних одиниць; метод статистичного аналізу слугував для виявлення продуктивності ЧФО у сучасній німецькій мові; метод компонентного аналізу використовувався для розкриття процесу становлення цілісного значення числівникових фразеологічних одиниць та визначення семантичного внеску числа як компонента у його формування; історико-етимологічний метод уможливив розкриття дослівного значення досліджуваних числівникових ФО; концептуальний аналіз передбачає семантичний аналіз лексичних та фразеологічних одиниць.

**Наукова новизна** даного дослідження полягає у комплексному аналізі когнітивно-прагматичних особливостей та функціонування фразеологічних одиниць з компонентом числа у сучасному німецькомовному газетному дискурсі, що дає можливість простежити взаємозв'язок мови, світобачення і ментальності німецького народу.

**Практична цінність** роботи визначається тим, що багатоаспектний аналіз дозволив отримати уявлення про специфіку функціонування німецьких числівникових ФО у сучасному газетному дискурсі Німеччини як комплексних мовних знаків. Основні здобутки наукового дослідження знайдуть також застосування у викладанні теоретичних курсів лексикології, у підготовці спецкурсів зі фразеології німецької мови. Фактичний матеріал може слугувати основою для укладання лінгвокраїнознавчих довідників.

**Апробація роботи.** Основні положення та матеріали роботи знайшли своє висвітлення на виступах на засіданнях кафедри, публікація статті «Фразеологічні одиниці з компонентом числа у німецькомовному газетному дискурсі» в альманахі «Магістерські студії».

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У **першому** розділі розглядаються питання новітніх досягнень у галузі фразеології, досліджуються шляхи фразотворення. Особливу увагу звернено на класифікацію фразеологічних одиниць у лінгвістиці.

У **другому** розділі розглядаються функціональні особливості фразеологічних одиниць з числом у якості компонента; з'ясовується когнітивно-прагматичний аспект фразеологічних одиниць з компонентом числа у сучасному німецькомовному газетному дискурсі.

У **висновках** підводяться підсумки проведеного дослідження та окреслюються перспективи подальших розробок.

**Список використаних джерел** містить 71 найменувань робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників, лексикографічних та фразеографічних джерел, а також періодичні видання Німеччини.

**Додатки** містять перелік найбільш вживаних числівникових фразеологічних одиниць сучасної німецької мови.

## РОЗДІЛ 1

### Теоретичні засади дослідження фразеології

#### 1.1. Новітні дослідження у царині німецької фразеології

На сучасному етапі розвитку мовознавства, фразеологію розглядають як своєрідне сховище культурно-естетичних надбань народу є найбільш оригінальним мовним матеріалом, який характеризує мову [22, с. 3].

Фразеологія креативна; вона використовує можливість мови переходити на рівні, окрім просто базового рівня – буквального значення. Фразеологія насичена образами та стимулює уяву, адже фразеологізми містять яскраві та жартівливі коментарі, натяки, тощо.

Фразеологічні одиниці становлять одну із найважливіших складових частин мовних засобів, оскільки вони відображають історію народу, його менталітет, особливості життя, звичаї та побут.

Необхідно зазначити, що фразеологічний фонд будь-якої мови постійно поповнюється, збагачується одиницями за рахунок як первинних утворень, так і фразеологічної деривації, тобто шляхом новоутворень на основі наявних фразеологізмів, а також запозичень із інших мов.

М. Власенко наголошує, що лінгвоміграційний процес є важливою складовою існування і разом із тим одним з факторів розвитку мови. Найбільший вплив мають близькоспоріднені мови. Однією з головних причин фразеологічної міграції є посилення культурних зв'язків між народами, тому у віддалених мовах, можна виявити стійкі вирази або фразеологізми, які увійшли в них з іншомовної культури [5].

Фразеологічний фонд кожного народу – це невичерпне джерело, що постійно живить виражальні засоби літературної мови, надає їй яскравих рис національного характеру, створює той неповторний колорит, який часто відрізняє одну мову від іншої. Фразеологізми – це універсальне мовне

явище, властиве усім мовам. Семантика фразеологічних одиниць тісно пов'язана з фоновими знаннями носія мови, із практичним досвідом особистості, культурно-історичними традиціями народу, який користується даною мовою [25, с. 6].

Усі вище перелічені аспекти роблять фразеологічну одиницю – одним із найбільш цікавих об'єктів дослідження, оскільки, окрім денотативного змісту, тобто співвіднесеності ФО з предметами та явищами реальної дійсності, містить у своїй семантичній структурі конотативний компонент, що привертає увагу багатьох дослідників-лінгвістів, таких як І. Чернишова, Я. Баран, В. Гаврись, А. Марковська, А. Райхштейн, М. Калиниченко, К. Баюн, Н. Лисецька, Ж. Красноюаєва-Чорна та інші.

У поглядах мовознавців і досі існують розбіжності щодо галузі фразеології та її меж. Тому дослідження фразеології залежить від висвітлення таких понять, як сутність фразеологізмів, їх найістотніших диференційних ознак.

Дослідниця Н.П. Лисецька, розглядає фразеологію як динамічну систему, яка постійно розвивається. Разом із розвитком суспільства проходять певні етапи її змін [22].

Б. О. Серебренніков наголошує «... мови не можуть не змінюватися перш за все з тієї простої причини, що в основі актів комунікації, засобом практичної реалізації яких є мова, лежить відображення людиною навколишньої дійсності, яка сама перебуває у постійному русі й розвитку» [ 28, с. 12].

Чинниками виникнення ФО виступають як лінгвальні, так і екстралінгвальні. Перші пов'язані із еволюцією мовної системи та її функціонуванням. Екстралінгвальні знаходяться за межами мовної системи та є основними факторами виникнення фразеологічних одиниць у сучасній німецькій мові [22].



Досліджуючи теоретичні засади фразеології, необхідно визначити поняття фразеологічної одиниці, оскільки від визначення її характерних або диференційних ознак залежить об'єктивність визначенням фразеологізмів як у всіх функціональних стилях, так і у стилі преси зокрема [24, с.31].

Фразеологізми постають національно – специфічними одиницями мови, що передають з покоління в покоління культурний фонд народу, саме тому дослідження національно-культурного компонента як складової фразеологічних одиниць належить до найактуальніших питань у вивченні фразеологічної картини світу [20,с.1].

У свою чергу, дослідниця А. Марковська розглядає фразеологічну одиницю – як стале словосполучення, що має специфічне цілісне значення, граматичні категорії та постійний, відтворюваний за традицією склад компонентів, що втратили лексичну самостійність і характеризуються одинарним поєднанням компонентів та повним або частковим семантичним перетворенням [23, с. 7 ].

Дослідник К.Й. Баюн стверджує: „В останні десятиліття лінгвісти все частіше звертаються до досліджень фразеологічних одиниць з національно-культурної точки зору, що дозволяє проаналізувати, з однієї сторони, найрізноманітніші системні зв'язки в мові, а з іншої – виявити особливості культур носіїв досліджуваної мови, щоб розкрити загальні та специфічні характеристики національних особливостей“ [1, с. 105].

Фразеологічні одиниці, завдяки своїй когнітивній та мовній природі мають ускладнену семантичну структуру і виражають як інваріантні ознаки, так і знання про світ, що мають тенденцію до варіювання і співвіднесення з вторинними сегментами мовної картини світу. Саме у процесі фразотворення формується конотативний аспект фразеологічного значення. А суб'єктивно додаткова інформація передається через експресивне та емоційно-оцінне ставлення до об'єкта [30, с. 90].

Деякі дослідники вважають, що саме сталість є основним критерієм виділення фразеологічних одиниць. Сталість постає у цьому випадку, як комплексне поняття, яке базується на стабільності фразеологізму на різних рівнях, ступеня нерозкладності компонентів в межах тої чи іншої фразеологічної одиниці, сталості її значення та лексичного складу. Лінгвісти визначають, що цей критерій є головним при розмежуванні сталих і змінних словосполучень.

Дослідниця І.І.Чернишова вважає, що відтворюваність і сталість є побічними ознаками, оскільки фразеологічним одиницям властива певна семантика [35, с. 37].

Фісяк І. Є. зазначає, що обов'язковим елементом семантичної структури фразеологічних одиниць є денотативно-сигнікативний компонент, під яким розуміють співвіднесеність ФО з предметом дійсності та обсяг інформації, котру він містить [32, с.5].

Підсумовуючи зазначимо, що кожна точка зору на обсяг фразеології тією чи іншою мірою допомагає вирішенню проблеми і може бути представлена як питання більш загального або часткового характеру.

## **1.2. Проблема класифікації фразеологічних одиниць у лінгвістиці**

Велике значення для вирішення питання про обсяг фразеологічного складу мови мали праці вітчизняного науковця В.В. Виноградова – автора семантичної класифікації ФО, відповідно до якої виділяються три типи фразеологізмів: 1) зрощення або *ідіоми* (семантично неподільні звороти, значення яких не залежить від їх лексичної будови, від значення їх компонентів: *Реш haben*); 2) *фразеологічні єдності* (семантично неподільні ФО, цілісне значення яких впливає із значень складових компонентів, але

в процесі функціонування ФО в мові воно може стати невмотивованим: *die Hand auf der Tasche halten*); та фразеологічні сполучення (аналітичні одиниці із фразеологічно зв'язаних слів, наприклад: *ums Leben kommen*) [4, с. 132].

Натомість відомий український дослідник В. Гаврись поділив фразеологічні звороти за структурою на дві групи:

а) фраземи – ФО, еквівалентні значенню слова, а за формою – вільним сполученням слів; б) стійкі фрази – ФО, еквівалентні вільним реченням та предикативним сполученням слів [7, с. 59].

Питання структурно-семантичної класифікації ФО у німецькій мові широко висвітлене в працях І. Чернишової та М. Степанової. Згідно до їх класифікації в німецькій мові існує чотири типи словосполучень:

- а) фразеологічні одиниці;
- б) фразеологічні словосполучення;
- в) типові конструкції;
- г) лексичні єдності [31, с. 140].

Неоднозначне тлумачення ФО і в роботах зарубіжних дослідників. Так, Т. Шиппан під фразеологізмом розуміє "стійку єдність" [41, с.23]. До основних ознак фразеологічних одиниць належить відтворюваність, постійність, лексикалізація, ідіоматичність. Авторка називає основні критерії фразеологічності і приводить їх докладний опис: відтворюваність (фразеологізми є відносно постійними компонентами мовної системи, відтворюваними як єдність, без новоутворень); стійкість (фразеологізми є мовноцілісними, їх видозміна можлива лише незначною мірою); лексикалізація (фразеологізми, порівняно з вільною синтагмой, утворюють нову семантичну єдність; конституенти фразеологізму можуть втрачати свою самостійність частково, або повністю); ідіоматичність (значення фразеологізму може бути витлумачено за значенням його конститuentів) [41, с. 25].

В. Фляйшер також як основні критерії фразеологічності виділяє лексикалізацію і ідіоматизацію, як, наприклад, у словосполученнях: *in*

*Bausch und Bogen* 'повністю, всі разом, гуртом', *klipp und klar* 'коротко і зрозуміло' [40, с. 46].

Дані словосполучення сприймаються лише як фразеологічні єдності. Далі, у фразеологічних зворотах, типу: *mit Mann und Maus untergehen* ніти на дно з живим і мертвим вантажем' неможлива заміна одного з конститuentів іншим словом, як, наприклад: *mit Frau und Maus, ohne Mann und Maus*; оскільки значення даного фразеологізму "*mit allen*" не може бути витлумачено з значень "*Mann*" або "*Maus*" [48, с. 289].

Термін "фразеологічні єдності", з точки зору І. І. Чернишової, найточніше передає структурно-семантичну специфіку ФО: цілісне значення (семантична єдність), виникає з урахуванням переосмислення всіх компонентів словосполучення [34, с. 44].

Утворення цілісного значення з урахуванням семантичного зсуву всього компонентного складу фразеологізму є загальною ознакою фразеологічних єдностей. Синтаксична структура цих фразеологізмів може мати декілька різновидів, особливо типовим серед яких є словосполучення.

Отже, за останні три десятиріччя фразеологічна наука зробила великий крок уперед. У мовознавстві з'явилась значна кількість фундаментальних досліджень, присвячених проблематиці фразеології різних мов, зокрема німецької. У сучасній лінгвістиці можна виділити два основні аспекти дослідження фразеології – структурний і функціональний. Переважна більшість робіт із галузі фразеології виконана в структурно-семантичному аспекті [11, с. 3].

Вивчення фразеології з погляду виконуваних фразеологічним складом основних функцій мови (номінативної, комунікативної, естетичної, волюнтативної, прагматичної, впливової та ін.) в конкретних мовленнєвих умовах дозволяє повніше розкрити особливості самих ФО і того середовища, в яке вони потрапляють [39, с. 152].

Отже, кожна точка зору на обсяг фразеології тією чи іншою мірою допомагає вирішенню проблеми і може бути представлена як питання більш загального або більш часткового порядку.

Фразеологія як наука розвивається, дискусії продовжуються. На сьогоднішній день, як показує аналіз літератури, найбільше прихильників має фразеологія в широкому розуміння у тому її варіанті, де у фонд фразеології входять стійкі звороти типу словосполучень і речень з частковим або повним переосмисленням значень компонентів.

### **1.3. Шляхи утворення числівникових фразеологічних одиниць**

Традиційно фразеологізми (усталені вирази) поділяються за своєю структурою на фразеологізми-зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполуки [9, с. 110].

Фразеологічні одиниці з числівником належать до багатоаспектних мовних явищ з певною структурою і семантичним навантаженням. Числівник є їх ядром, найголовнішим компонентом, який впливає на загальний зміст фразеологізму, на відтінки фразеологізму у певному контексті [36, с. 28].

Специфічною особливістю числівникових фразеологічних одиниць - є те, що числівник являє собою одиниці, які не завжди мають конкретне числове вираження: вони є знаками квантитативного або квалітативного навантаження. Окрім того, числівник, виступаючи найменуванням певних чисел, дозволяє побачити в кожній мовній культурі те, які числові моделі для неї є переважаючими, а які зовсім не використовуються [37, с.30].

ФО з нумеральним компонентом, як і усі інші фразеологічні одиниці, створюють певний образ, у процесі створення якого відбувається перехід від прямого, буквального значення виразу до переносного, переосмисленого на основі процесів метафоризації, метонімізації, порівняння та інших, а також за допомогою тропів – синекдохи, гіперболи, літоти. Кожен з них

майже з однаковою продуктивністю утворює фразеологічні одиниці з нумеральним компонентом [9, с.111].

У німецькій мові існує класифікація ФО в плані їх співвідношення з різними частинами мови і в залежності від того, який компонент фразеологізма домінує в звороті, а також в залежності від його синтаксичної функції, у сучасній лінгвістиці розрізняють дієслівні фразеологізми, серед яких широко представлені різні препозиціональні групи, стійкі порівняння, парні зрощення, субстантивні фразеологізми, які включають також ідіоми і лексичні одиниці. Не менш продуктивними є: ад'єктивні, номінативні, нумеративні, вигуківні ФО [24 с.61].

Розглядаючи питання виникнення фразеологічних одиниць з компонентом числа, потрібно звернути увагу на такі шляхи первинного фразотворення: семантичний, структурно – семантичний, структурний або граматичний, а також утворення фразеологізмів на основі іншомовного матеріалу [8, с. 78].

При описуванні фразотворчих процесів необхідно враховувати наступні аспекти:

1. Значення, яке дістане вираз у майбутній фразеологічній одиниці.  
Це відправний образ, який може бути оформлений у вигляді слова, словосполучення або фрази ще до утвердження нової фразеологічної одиниці і може виражати різного типу асоціативні відношення: історичні, фольклорні, текстові тобто загальний фонд знань. О. В. Кунін визначає це явище як «мотиваційна база» [19, с. 78].
2. Вихідні елементи мови, необхідні для реалізації, матеріалізації мотивування, які мають назви «дериваційна база», «вихідний текст», «вихідна матеріальна форма».
3. Зовнішня ситуативна сфера, яка має екстралінгвістичний характер.

Розглянемо семантичні шляхи творення ФО з компонентом числа. Існують різні способи творення фразеологічних одиниць, проте спільним є те, що первісне вільне словосполучення стає якісно новим сталим утворенням. Інакше кажучи, ФО виникають внаслідок семантичного зсуву. Метафоричне та метонімічне перенесення значень – основні опосередковані способи відтворення явищ реальної дійсності, що передаються за допомогою ФО, наприклад: *Zwei Bären vertragen sich nicht in tiner Höhle* – два ведмеді в одній барлозі не живуть [2, с. 299]. *Zwischen zwei Stühlen sitzen* – сидіти на двох стільцях; *zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen* – вбити обидві мухи одним ударом; зробити дві справи одним махом (вбити двох зайців одним пострілом). [НУФС, с. 265]

Отже, основний семантичний шлях виникнення фразеологізмів – це метафоричне або метонімічне переосмислення вільних словосполучень. Семантичним шляхом також утворюються ФО на основі так званих потенційних фразеологізмів, або сталих словосполучень нефразеологічного характеру. Тут йдеться про ФО, які виникають, минаючи стадію переосмислення вільних словосполучень. До них належать крилаті вирази, словосполучення термінологічного характеру, образні порівняння тощо, наприклад: *Ein Tröpflein Liebe ist mehr wert als ein ganzer Sack voll Gold* – одна крапля любові цінніша, ніж мішок золота. (Friedrick von Bodelschwingh, deutscher Theologe)

Фразеологічні властивості притаманні найбільшою мірою крилатим висловам, які в процесі комунікації набувають узагальнено-метафоричного характеру. Наприклад: *Besser ein Vogel in der Hand als zehn über Land* – краще одна пташка у руці, ніж десять у небі; *zwei Herren dienen* – служити двом панам. (НУФС, с.105)

До шляхів утворення ФО слід віднести також структурно-семантичні шляхи. Численні фразеологізми з компонентом числа виникли внаслідок семантичного переосмислення словосполучень, що супроводжувались

різноманітними структурними видозмінами. Розглянемо основні типи таких видозмін:

Експлікація початкової матеріальної форми. Матеріалом для утворення ФО при цьому є окремі лексеми. У цьому процесі розрізняють фразеологічну інтеграцію та фразеологічну диференціацію [17, с. 79].

Фразеологічна інтеграція полягає у тому, що окремі слова, вступаючи у фразеологічні зв'язки, втрачають своє первісне значення і набувають нового. Наприклад, іменник *die Gurgel*, вступаючи у фразеологічні зв'язки з членами фразеологізму *j-m an der Gurgel sitzen* – *брати когось за горло* втрачає своє первісне значення і набуває вже іншого значення: “*einen zu etwas zwingen; einem keinen andern Ausweg lassen, als sich dem verlangen zu fügen*” – *змушувати когось щось робити; не залишати іншого вибору* (НРФС, с.220).

Для фразеологічної диференціації характерним є те, що первісна матеріальна форма перетворюється на розгорнуте словосполучення, наприклад: *lachen* – *eine Lache aufschlagen; sich vor Lachen nicht mehr halten können* – *не в змозі втриматись від сміху* [47, с. 298].

Найпоширеніша форма семантичної трансформації фраземи – це переосмислення компонентів [12 с. 34]. Фраземи художнього мовлення Р. Зорівчак поділяє на такі типи: фраземи, що виникли через переосмислення компонентів, тобто фраземну тропизацію (фраземна гіперболізація, фраземна метафоризація, фраземна метонімізація, фраземна персоніфікація); фраземи, що з'явилися внаслідок лексикалізації; фраземи, утворені лексичним послабленням значень компонентів; фраземи, спричинені архаїзацією; фраземи, породжені позамовними чинниками [12, с. 57].

Фраземи, виникаючи на основі переосмислення змінних словосполучень, викликають певні асоціації у свідомості мовців, що дає їм можливість виразити своє ставлення до цих одиниць ще в їхньому потенційному стані. Отже, переосмислення – образна основа фраземи –



грунтована на осмисленні певного об'єктивного процесу. Фраземи, утворені шляхом переосмислення відповідних змінних словесних словосполучень, існують у мові паралельно з ними [17, с.96].

Розгортання первісної матеріальної форми з одночасним впливом суспільних факторів притаманне перифрастичними утворенням, оскільки перифраз – це троп, який характеризується заміною однослівного прямого найменування або явища багатослівним перенесенням. Наприклад: *jeder Hans findet seine Grete* “*jeder Mann findet eines Tages die zu ihm passende Frau*” – *кожен Ганс знайде свою Грету* [18, с. 195].

Семантичний зсув відбувається за наявності архаїзмів або історизмів у вільних словосполученнях слів.

Узагальнене значення, якого набуває в процесі свого розвитку фразеологізм абстрагується від конкретних значень складових елементів, що стають морфологічними частинами одного семантико-синтаксичного цілого. Наприклад, вираз *Lunte riechen* – *відчутти небезпеку*, компонент *Lunte* – архаїзм.

До шляхів творення ФО також відносять структурні, так звані граматичні шляхи утворення ФО. Часто словосполучення перетворюються у фразеологізм внаслідок спеціалізації експресивного значення, яке може легко нейтралізувати коло предметних значень слова або фрази. Експресивний зворот, відриваючись від первісного контексту, став фразеологічним *nun schlägt es (aber) dreizehn* – *це вже занадто*. В утворенні таких зворотів неабияку роль відіграє інтонація, яка наче скріплює окремі компоненти вислову в єдине ціле [24, с. 63].

Певні соціальні умови й різноманітні життєві ситуації, професійна діяльність людини, міфологія та сучасна художня література можуть зумовлювати виникнення багатьох фразеологізмів.

Походження значної групи фразеологічних одиниць пов'язане з лицарськими турнірами, фехтувальною справою, наприклад: *ein Mann ist kein Mann* – *один у полі не воїн*. (НУФС, с.40)

Розвиток торгівлі зумовив появу фразеологічних зворотів: *mit doppelter Kreide anschreiben* – вести подвійну бухгалтерію, шахраювати [45, с. 109].

Наступні ФО пов'язані з назвами грошових одиниць, розміром довжини та ваги:

*Jeden Pfennig (dreimal) umdrehen* – кожному копійку берегти, бути економним.

*Nicht für fünf Pfennig!* – небагато! аж ніяк!

*Ein Paar Groschen* – небагато грошей.

*Seine drei Heller überall dazugeben* – скрізь втручатись.

*Der eine ist einen Dreier wert, der andere drei Pfennige* – один одного вартий.

*J-m drei Fuß Wasser unterm Kiel wünschen* – бажати комусь сім футів під кілем.

*(um) zwei Fingerbreit grösser sein* – бути трошки більшим за зростом. (НУФС, с.56)

Отже і внутрішні процеси розвитку мови, і зовнішні (суспільні) фактори життя і діяльності людини відіграють значну роль у виникненні і розвитку німецької фразеології.

### Висновки до розділу 1

На сьогоднішній день, найбільше прихильників має фразеологія в широкому розуміння у тому її варіанті, де у фонд фразеології входять стійкі звороти типу словосполучень і речень з частковим або повним переосмисленням значень компонентів.

Фразеологізми постають національно – специфічними одиницями мови, що передають з покоління в покоління культурний фонд народу, саме тому дослідження фразеологічних одиниць належить до найактуальніших питань у вивченні фразеологічної картини світу.

Поняття предмета фразеології, як і будь-якої іншої науки, не може бути повним без встановлення його конкретних рамок. Визначення обсягу фразеології тісно пов'язане з такими питаннями, як методи дослідження та критерії визначення фразеологічної одиниці. На сьогоднішній день єдиної спільної думки з цих питань не існує.

Чинниками виникнення ФО виступають як лінгвальні, так і екстралінгвальні. Перші пов'язані із еволюцією мовної системи та її функціонуванням. Екстралінгвальні знаходяться за межами мовної системи та є основними факторами виникнення фразеологічних одиниць у сучасній німецькій мові.

Фразеологічні одиниці з числівником належать до багатоаспектних мовних явищ з певною структурою і семантичним навантаженням. Числівник є їх ядром, найголовнішим компонентом, який впливає на загальний зміст фразеологізму, на відтінки фразеологізму у певному контексті.

Існують різні класифікації фразеологічних одиниць: семантична, згідно якої виділяють зрощення або ідіоми, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення.

У структурно – семантичній класифікації фразеологічних одиниць виокремлюють:

1. Фразеологічні одиниці;
2. Фразеологізовані словосполучення;
3. Типові конструкції;
4. Лексичні єдності.

Розглядаючи питання виникнення фразеологічних одиниць з компонентом числа, вчені розрізняють: семантичні, структурно – семантичні, структурні або граматичні, а також утворення фразеологізмів на основі іншомовного матеріалу.

Отже, проблеми теорії фразеології займають чільне місце в дослідженнях мовознавців. Проте, необхідно зазначити, що поряд із значними досягненнями у фразеології є ряд проблем, дослідження яких має фрагментарний характер.

## РОЗДІЛ 2.

### СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ ЧИСЛІВНИКОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ НІМЕЧЧИНИ

#### 2.1. Структурна організація числівникових фразеологізмів

Структурна класифікація це упорядкування фразеологічних одиниць щодо їхньої структурної організації або з погляду функціонування ФО у реченні [17, с. 89]. У фразеології різних мов класифікація презентована дослідженнями В. Білоноженко, О. Куніна, Ф. Медведєва, В. Фляйшера, М. Шанського та інші [40].

При розмежуванні фразеологічних одиниць від нефразеологічних ключовим критерієм є семантичний зсув, який виникає внаслідок переосмислення змінного словосполучення. Фразеологічні одиниці є одиницями вторинної номінації, і тому вони відбивають дійсність асоціаційними трансферами, тобто в основі їх значення лежать порівняння, метафоричне або метонімічне переосмислення вільного словосполучення. Нова фразеологічна форма виникає внаслідок того, що комунікант пов'язує вихідну семантику слів або словосполучень з новим фразеологічним значенням на основі метонімічних або метафоричних уявлень [33, с. 86 – 94].

У німецькій мові існує класифікація ФО в плані їх співвідношення з різними частинами мови і в залежності від того, який компонент фразеологізма домінує в звороті, а також в залежності від його синтаксичної функції, запропонована М. Городниковою і О. Розен, відповідно до якою розрізняють дієслівні фразеологізми, серед яких широко представлені різні препозиціональні групи, стійкі порівняння, парні зрощення, субстантивні фразеологізми, які включають також ідіоми і лексичні одиниці. На думку

цих вчених інші категорії менш продуктивні: ад'єктивні, номінативні, нумеративні, вигуківі [Цит. за 1, с. 47].

Вивчення структурно-граматичних особливостей числівникових фразеологізмів займає одне з центральних місць у фразеології, оскільки семантичні та граматичні якості фразеологізмів являють собою нероздільну єдність.

Структурно-граматична організація ФО належить до найбільш складних питань фразеології. Серед вчених не існує єдиної точки зору стосовно принципів виділення лексико-граматичних розрядів фразеологічних одиниць та їх кількості [3, с.90].

Таким чином деякі дослідники вважають, що для здійснення лексико-граматичної характеристики достатньо будь-якої однієї ознаки: морфологічної, синтаксичної або семантичної.

Інші мовознавці враховують дві ознаки: семантичну і синтаксичну, семантичну і морфологічну. Кількість лексико-граматичних розрядів також різна. Так, в українській мові виділяють – 9 розрядів [9, с. 110].

За В. Фляйшером, фразеологічні одиниці позбавлені власної системи структурних типів і твірних елементів [40, с. 116]. Автор пропонує виділяти такі різновиди ФО у німецькій мові:

1) номінативні фраземи: а) фразові лексеми – лексичні одиниці стійкої предикативної конструкції повністю з.В. *ein Schlag ins Wasser* – невдача, помилка, промах або частково ідіоматичні *das Bett hüten* – хворіти [39, с.72-73, 129]; б) номінативні стереотипи – словосполучення, значення яких зумовлене значенням їхніх компонентів і фіксованим порядком слів з.В. *wahr und falsch; geistig-kulturelles Leben; Nördliches Eismeer* [40, с. 63-66];

2) комунікативні фрази зі структурою речення *Koste es, was es wolle. – um jeden Preis – будь-якою ціною; Was soll denn das?! – що це означає?* (вигук невдоволеного, негативного здивування) [40, с.130-135];

3) фраземні шаблони – синтаксичні структури, значення яких непостійне, але, які вказують на певну синтаксичну ідіоматичність (шаблони словосполучень і шаблони речень, що посилюють значення), напр. *Sicher ist sicher – обережність – насамперед! для чого ризикуват;* *Der Brief kommt und kommt nicht – листа все не має, та не має.*

При співвіднесенні фразеологізму з будь-якою частиною мови враховують перш за все його граматичні і семантичні особливості: а) спосіб вираження граматично домінуючого компоненту; б) синтаксична функція фразеологізму в реченні; в) семантичні особливості фразеологізму; г) поєднальні особливості фразеологізму [16, с. 125].

За класифікацією А.К. Новикової, у якій йдеться про врахування специфіки фразеологічного значення комплексних знаків, своєрідність їх синтаксичного функціонування, морфологічних особливостей компонентів ФО, а також деяких додаткових, уточнюючих ознак, всі ФО можна розподілити таким чином:

1) некомунікативні ФО з числівниковим компонентом: дієслівні, субстантивні, адвербіальні, ад'єктивні та вигуківі;

2) комунікативні фразеологізми: прислів'я, приказки, крилаті вислови.

Ми пропонуємо кількісний розподіл числівникових ФО за лексико-семантичними розрядами: дієслівні ФО займають перше місце в досліджуваному корпусі комплексних знаків, що зближує їх з аналогічними структурами в інших мовах, наприклад:

*zwei Herren dienen – служити двом панам;*

*auf zwei Hochzeiten tanzen – танцювати на двох весіллях;*

*zwischen zwei Stühlen sitzen – сидіти одночасно на двох стільця;*

*zwischen zwei Feuer geraten – бути між двома вогнями (НУФС, с. 48, 296, 297, 299).*

Друге місце серед досліджуваних одиниць займає група субстантивних ФО, наприклад:

*Einer ist keiner – один у полі не воїн;*

*Sieben auf einen Streich – сім одним ударом;*

*das zweite Gesicht haben – мати друге обличчя, бути лицемірним (НУФС, с. 141, 156, 276).*

Адвербіальні ФО різноманітні за компонентним складом і структурною організацією, наприклад:

*aus allen vier Winden – з усіх сторін*

*in alle vier Himmelsrichtung – на всі чотири сторони*

*ohne acht – не уважно, недбало (НУФС, с.43, 47, 59) .*

Вони відповідають за категоріальними ознаками прислівникам і виступають в якості обставин. Таким чином під адвербіальним значенням ми розуміємо таке значення, яке визначається шляхом ідентифікації з прислівником. Дана група фразеологізмів займає третє місце серед досліджуваних одиниць.

Ад’єктивні фразеологізми співвідносні з прикметником. Вони поєднані в склад одного лексико-граматичного розряду спільним значенням кількісної характеристики особи, предмету чи стану особи. Наприклад:

*zwei Hände haben – бути незграбним;*

*durch sechs Bretter sehen – бачити крізь шість брусів;*



*nicht alle Esel haben vier Beinen* – не всім однаково щастить [42, с. 99, 205, 298].

Вигуків ФО з числівником займають незначне місце серед мовних одиниць, які досліджуються. Їх незначна кількість пояснюється відсутністю номінативної функції, так як вони не називають ні предметів, ні їх ознак.

Вони виступають в мовленні в якості вигуків і подібно вигуківим словам виконують емотивну функцію, наприклад:

*Ach du grüne Neun!* – ось тобі і маєш!

*Alle neune!* – все готово! (бути дуже успішним)

*Nicht für fünf Pfennig(e)!* – ані скільки! Нізащо! (НУФС) .

## **2.2. Особливості функціонування числівникових фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному дискурсі**

Газета є відкритою культурною формою і дедалі більше стає інтернаціональною. Вона як засіб спілкування реагує на рецептивні потреби читачів, беручи активну участь у культурному опосередкуванні.

Мова газети представляє один із різновидів сучасного публіцистичного стилю і характеризується насиченістю змісту, простотою і стислістю викладу, точністю вживання лексики. Вона представляє собою деяку єдність, що містить певні, притаманні лише їй мовні особливості.

Зміст, який містить у газета, володіє різними функціями: він конструює те, чого немає, а також представляє реально існуючі речі, людей, події, за допомогою фразеологічних одиниць. Вони надають образності журналістському тексту [21, с.16].

Як показують спостереження, фразеологічні одиниці мають чималу питому вагу на газетній шпальті. Автори газетних матеріалів охоче

використовують фразеологічні звороти, враховуючи їх експресивно-виражальні можливості. У контекстах газетної мови фразеологічні одиниці використовуються в первинному, незмінному вигляді, але досить часто автори вдаються до різного роду трансформацій сталих виразів, досягаючи тим самим певного стилістичного ефекту.

При використанні в певних художньо-публіцистичних цілях фразеологізмів у зміненому вигляді вони виступають в авторській мові як один із засобів, що роблять мову більш різноманітною, яскравою та виразною, а в мові персонажів – як один із засобів їх мовно-стилістичної характеристики.

Розглянемо функціонування числівникових фразеологічних одиниць у газетному дискурсі, їх специфіку та текстотвірні функції. Відомо, що основними рисами мови преси, як вдало зазначили Г. Рицарева [26], Г. Каданцева [13] та ін., виступають:

- 1) відбір мовних засобів з урахуванням їх зрозумелості для читачів;
- 2) жанрове різноманіття та пов'язане із ним стилістичне використання мовних засобів: багатозначності слова, емоційно-експресивної лексики;
- 3) лаконічність викладення думок при інформативній насиченості;
- 4) риси публіцистичного стилю змішуються з науковим, офіційно-діловим, літературно-художнім, розмовним. Це обумовлено різноманіттям тематики та жанрів.

Проаналізувавши функціонування фразеологічних одиниць з компонентом числа у газетному тексті ми зауважили, що майже в усіх текстах преси функціонують фразеологічні одиниці. Деякі з них викликають у читача почуття довіри, допомагають краще зрозуміти суть справи, оскільки у зв'язку з їх широкою вживаністю ці інновації відомі широкому колу читачів. Інші, навпаки, не завжди зрозумілі іноземним читачам мови, оскільки пояснення автора відсутнє.

Також необхідно зазначити, що прослідковується певна системність, яка дозволяє виокремити два основних способи включення фразеологічних одиниць у контекст журналів та газет, а саме:

- Лексико-семантичний спосіб (без трансформації структури);
- Структурно-семантичний спосіб (зі значними структурними трансформаціями) [23, с. 15 ].

Активне вживання фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі реалізує конструктивний принцип мови преси – діалектичної єдності чергування експресії та стандарту, оскільки у сучасній пресі фразеологізми є додатковими елементами до нейтрального опису, що є характерним для таких типів тексту [15, с.31 ].

У ході дослідження нами були виявлені наступні функції числівникових фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному дискурсі:

### **1. Зацікавлення читача.**

У цьому випадку активно працює прийом використання фразеологічної одиниці в якості заголовку, оскільки таким чином виникає інтерес у читача і спонукає його до прочитання поданого матеріалу. Наприклад, фразеологічна одиниця *Eins mit Stern* – найвища похвала, функціонує у поданому прикладі саме на привертання уваги читача. Z.B:

*«Eins mit Stern! Die deutschen Freiwasserschwimmer gewinnen bei der Weltmeisterschaft in Südkorea überraschend die zweite Goldmedaille»* [51].

*«Unter vier Augen im Gespräch mit den Bürgern. Um das Thema Kinderbetreuung ging es im Gespräch zwischen Willibald Herz und jungen Frauen am Rande des Marktes. Foto: Andrea Gallien.»* [50].

Часто в якості заголовку можуть використовуватись прислів'я або приказки, наприклад:

*«Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer*

*Habt ihr schon einmal die Redensart "Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer" gehört? Wir erklären euch, was es mit diesem Spruch auf sich hat» [57].*

## 2. Полісемічність значення

У газетному дискурсі фразеологічні одиниці можуть також виконувати функцію багатозначності, тобто у читача при прочитанні виникає асоціативний ряд та формується образ. Таким чином, кожен читач може по-різному трактувати подану інформацію і давати їй свою оцінку.

*«Erfinderteam will zwei **Fliegen mit einer Klappe schlagen**.*

*Münster-Hiltru – Mit einfachsten Mitteln Nahrung trocken und sicher lagern – mit ihrer Erfindung wollen drei Familien aus Hiltrup und dem Münsterland Kleinbauern in Afrika helfen» [63] – Команда винахідників хоче вбити двох зайців одночасно (переклад наш).*

*«Drei Meilen gegen den Wind*

*Cremes, Lotions, Aftershave – alles ist parfümiert. Unzählige Herrendüfte versprechen Attraktivität und Männlichkeit. Aber wie riecht man für Frauennasen wirklich gut? Von Joachim Bessing» [67].*

## 3. Завуальовування інформації

Ця функція дозволяє за допомогою фразеологічних одиниць виразити ту інформацію або факти, які не можна відкрито презентувати у пресі або ЗМІ. У даному випадку, ФО виступають маркерами які змушують читача замислюватись та шляхом асоціативного ряду або здогадки розшифрувати закодовану автором інформацію.

*«Aber Russland **hat immer zwei Eisen im Feuer**, treibt seine Politik auf zwei verschiedenen Gleisen voran“ [56] – Проте Росія завжди кує два заліза, веде свою політику двома різними шляхами (переклад наш).*

«Das nennt man mutig: Seit 30 Jahren nimmt sich die Spielbühne Schopfheim unkonventionelle, unbequeme, sozialkritische oder schwarzhumorige Stücke vor. Und seit 30 Jahren kommen die Akteure ohne Souffleuse aus – spielen also ohne Netz und **doppelten Boden**. Mit diesem couragierten Spiel hat sich das 1982 gegründete Theaterensemble längst eine große Fangemeinde erobert» [49].

«Das Verbot der Lebensbewertung durch Ärzte wurde bekanntlich von Hufeland zum Kern des hippokratischen Ethos gerechnet, wobei Hufeland vor den Folgen warnt. Gleichwohl **hat** dieses exklusive Kriterium **einen doppelten Boden**. Bei der Beurteilung der Erfolgsaussichten handelt es sich ja um eine Prognose, die sich in den meisten Fällen verifiziert, wenn man sie der Triage-Entscheidung zugrunde legt» [58].

#### 4. Використання числівникових фразеологічних одиниць в якості заголовків.

Фразеологізм постає у якості заголовку і таким чином привертає увагу читача, наприклад: «*Eröffnung der US-Botschaft in Kuba "Die Amerikaner werden künftig **die erste Geige spielen**"*» [66].

«Aus "Gut Holz" wird **Alle Neune**» [64].

«*Das zweite Gesicht: Die Natur als Helfer in der Erlebnispädagogik – wie ein 14-Jähriger auf einer Radtour durch Deutschland lernt, dass er selbst über seinen Lebensweg entscheiden kann*» [65].

„Christian Drosten kennt Coronaviren **wie kein zweiter**“ [71].

#### 5. Позиційне включення фразеологізмів

Фразеологічна одиниця виноситься на перше місце і таким чином посилює її експресивно-емоційний потенціал, наприклад:

«*Die erste Rolle, die erste Geige, gehört in erster Linie den Regionen selbst, wer muss ihr wirkliches Interesse an internationalen bestimmen Zusammenarbeit*», - sagte Lawrow [54].

„*Zwei Schritte vom Krieg entfernt*. Die Türkei verlegte Truppen an die Grenze zu Syrien und kündigte an über die Schließung des Luftraums für syrische Flugzeuge,» [68] – *За два кроки від війни...*

Також фразеологізми можуть займати кінцеву позицію – тобто фразеологічна одиниця узагальнює вище поданий матеріал і таким чином посилюється вплив на читача, наприклад:

«*Messi und Neymar? Barcelona muss aus der Vergangenheit lernen – zwei Hund an einem Bein kommen selten überein!*» [60] – *Мессі та Неймар? Барселона вже мала засвоїти цей урок, що два ведмеді не уживаються в одній берлозі!* (тут і далі переклад наш).

## **6. Введення фразеологічних одиниць у контекст, де висвітлюється їх цілісне значення або пряме значення одного з компонентів ФО.**

Наприклад:

«*Denisov war dann das fünfte Rad am Wagen. Unsere Mannschaft braucht ihn jetzt nicht. – unterstreicht der Trainer Kharlachev*» [69]. – «*Денисов був п'ятим колесом до возу. Наразі, наша команда не потребує його участі. – наголошує тренер Кхарлачев*».

«*Enzkreis-extrem-Wanderung in alle vier Himmelsrichtungen: Die von PZ-Redakteur Sven Bernhagen geplante zweitägige Enzkreis-extrem-Wanderung führt die Wandergruppen in alle vier Himmelsrichtungen*» [70].

«*Flugzeug-Cafés: Am Boden - und doch im siebten Himmel. Für Reiselustige, die aufgrund der Corona-Pandemie nicht mehr weg dürfen, gibt es in Thailand eine Lösung: "Flugzeug-Cafés" bieten ihnen dort fast alles, was sie so schmerzlich vermissen*» [52] - *Кафе у літаку: на землі - і все-таки на сьомому небі. У Таїланді є рішення для тих, хто прагне подорожувати, проте не має змоги через пандемію Корони : "Літакові кафе" пропонують відвідувачам майже все, чого їм так не вистачає".*

## 7. Використання фразеологічних одиниць для «логічного наголосу».

Фразеологічні одиниці є досить експресивним матеріалом, тому їх часто використовують аби зробити логічний наголос у текстах преси. Тобто звернути увагу читача на конкретну думку автора, яку він хотів донести. Наприклад:

*«Wir haben einen „sechsten Sinn“ – und dafür ist er da. Riechen, Hören, Sehen, Tasten, Schmecken – diese fünf Sinne sind uns bekannt. Doch wir Menschen haben noch einen sechsten: die Körperwahrnehmung. Forscher konnten ihn einem bestimmten Gen zuordnen. » [53] – Усі ми маємо «шосте чуття» Нюх, слух, зір, дотик та смак – ці п'ять чуттів нам відомі. Проте у нас є ще одне шосте чуття – мова тіла...*

### *«MANCHE PATIENTEN MÜSSEN TAUSEND TODE STERBEN*

*An menschenähnlichen Puppen dürfen angehende Mediziner Fehler machen. In Deutschland werde aber zu wenig geübt, beklagen ihre Hersteller.» [59].*

## 8. Змішана функція.

Оскільки усі функції числівникових фразеологічних одиниць сучасного німецькомовного дискурсу мають спільні риси, та переплітаються між собою, то на цьому етапі виникає змішана функція ФО. Яскравим прикладом цієї функції є те, коли один і той самий фразеологізм може вживатись в різних контекстах і нести різне емоційне навантаження, тобто виконувати різні прагматичні функції. Через це іноді досить важко чітко визначити яку саме функцію виконує представлена фразеологічна одиниця.

Наприклад: *«Nach dem Essen: Ruh'n oder 1000 Schritte tun?»*

*Berlin (dpa/tmn) - "Nach dem Essen sollst du ruh'n oder 1000 Schritte tun" - diese vermeintliche Weisheit zum Thema Ernährung und Verdauung hat wohl fast jeder schon einmal gehört. Aber stimmt das eigentlich?» [62].*

### **2.3. Когнітивно-прагматичний аспект числівникових фразеологічних одиниць у газетному дискурсі**

Відомо, що майже кожен опис тих чи інших подій є не що інше, як варіант їх інтерпретації певним суб'єктом. Автори газетних матеріалів не тільки сприймають навколишній світ з точки зору свого світогляду, подібно іншим членам суспільства, а й, будучи інтерпретаторами, реалізують при створенні газетного тексту свої певні завдання, ідеї, дають свої оцінки того, про що вони безпосередньо пишуть. З цією метою журналісти підбирають ті чи інші засоби мови, які допомагають їм найбільш продуктивно реалізувати своє ставлення до того, про що йдеться в статті [14].

Для того аби текст став зрозумілим пересічному читачеві, потрібно, щоб той був здатний сприйняти всі слова і пропозиції, які подає автор, а також мав фонові культурні знання, ідентичні фоновим знанням журналіста. В іншому випадку може виникнути відомий ефект когнітивного дисонансу або когнітивне відштовхування читачем неправильних, з його точки зору, текстів, оскільки вони руйнують його власну картину світу, або когнітивне невдоволення, так як, наприклад, розуміння значення фразеологізму, яка зазнала трансформації, аж ніяк не є для нього простим ментальним дією.

Тема сучасної газети містить як головну ідею публікації, так і ставлення до неї журналіста – творця даного заголовка. При цьому особливо важливо підкреслити, що, оскільки заголовок знаходиться у перед позиції до тексту, він відображає не тільки головну думку статті, а й саму



позицію автора. У сучасних друкованих ЗМІ це все частіше досягається шляхом трансформації сталого виразу, яке якраз і знаходиться в заголовку.

Не підлягає сумніву той факт, що основне завдання автора публіцистичних текстів – це прийняття читачем його точки зору, яка, як передбачається, має бути не тільки зрозуміла їм, але також схвалена і розділена. Для того щоб мовленнєвий вплив журналіста був ефективним, він повинен бути в першу чергу переконливим, оскільки його головна і кінцева мета – коригувати і трансформувати переконання читача і так чи інакше впливати на його світогляд в цілому.

Газетні тексти повинні також вирізнятись, бути зрозумілими і запам'ятовуються [38, с. 71]. Інформація, що вирізняється серед іншої завжди привертає увагу, дивує, що в цілому не піддається логічному контролю і відбувається, як правило, несвідомо. Тому якщо журналіст ставить собі за мету, аби його текст не залишився непоміченим, він повинен зуміти неординарним способом його презентувати.

Один із способів надання тексту виразності і запам'ятовування – це трансформація фразеологізмів. Сама поява й існування таких трансформацій обумовлена, перш за все, тим що культура об'єднує суспільство, а по-друге, наявністю базових, загальних знань у членів соціуму [14, с.4].

Отже, в процесі актуалізації і перетворення тої чи іншої фразеологічної одиниці необхідно переконатись в тому, що читач буде здатний легко згадати пряме значення цієї одиниці, побачити факт її зміни і саму мету цієї модифікації. Дуже важливо, аби при цьому була дотримана так звана «комунікативна рівність адресанта й адресата». Таким чином, щоб вловити сенс трансформації фразеологізму, читач повинен знати його, розуміти і усвідомлювати авторський задум його структурного або семантичного перетворення у даному контексті.

Специфіку появи фразеологізмів в газетному дискурсі допомагають розкрити основні положення когнітивної теорії. При цьому «вивчення когнітивних процесів крізь «лінгвістичний фокус» тільки починається» [10, с. 26].

Когнітивна і прагматична необхідність використання фразеологічних одиниць у газетному дискурсі пояснюється перш за все самим змістом тексту. Ці елементи «мовної гри» апелюють до глибинних знань читача і надають йому можливість сприйняти видимий і чутний текст з невидимим і нечутним підтекстом – у даному випадку, фразеологізми-трансформи. Авторська реалізація подібних фразеологізмів в нових текстах в обов'язковому порядку передбачає розумові зусилля не тільки самого автора, але і його читача, в силу того, що трансформи неодмінно містять додаткову вербалізацію тих чи інших когнітивних одиниць.

Відомо, що назва тексту в сучасній газетній публіцистиці відзначається високим експресивним фоном. Виконуючи інформативну і прагматичну функції, заголовок відіграє провідну роль та є орієнтиром для читача. Наприклад:

*«Zweiter Wind des Haushalts. Jeder siebte Rubel wird für den Kampf ausgegeben mit Krise.»* [56]. – *Друге дихання бюджету. Кожен сьомий рубель, буде витрачений на боротьбу з кризою* (заголовок).

Саме у мікротексті газетних заголовків відбувається первісна комунікація автора і читача. Перебуваючи безпосередньо перед текстом, заголовок містить у собі певну інформацію про його зміст і в зв'язку з цим найчастіше піддається тій чи іншій емоційній трансформації. Згідно з результатами психологічних досліджень, «близько 80% читачів приділяє увагу тільки заголовкам» [61].

Тому фразеологізми в першу чергу властиві газетним заголовкам, де, як правило, вони відображають тему або ідею всього тексту. Популярність

заголовків у вигляді трансформованих фразеологізмів викликано їх комунікативної яскравістю – залученням уваги читача. Такий заголовок виконує свого роду рекламну функцію: його виразність, нетривіальність помітно збільшують ймовірність того, що текст, який він випереджає, знайде свого читача. У зв'язку з цим у заголовках нерідкі трансформування фразеологізмів, мовна гра з використанням сталих виразів та інші засоби залучення уваги потенційного читача [14, с. 5].

Наприклад, «*Verfallen, verschwunden, vergessen?*

*Die sieben Weltwunder? Klar: Pyramiden, der Koloss von Dings und, äh... Eben. Kriegt keiner zusammen. Viel ist davon ja auch nicht mehr übrig. Hans Engels hat trotzdem versucht, sie alle zu fotografieren.» - Занепавши, зниклі, забути. Сім чудес світу?... [55].*

Таким чином, здійснення комунікантом інтерпретації являє собою складний когнітивний процес, який залежить як від прагматичних та комунікативних цілей, так і соціально-рольових і індивідуально-психологічних особливостей індивідуумів і тягне за собою подальше розуміння або нерозуміння того чи іншого тексту, а також відповідну реакцію на дану ситуацію.

Структуру, що виникла в результаті подібної інтерпретації висловлювання, вчені пропонують називати когнітивним поданням висловлювання [10, с. 25].

Когнітивна теорія розглядає інтерпретацію як розуміння, а воно, у свою чергу, зводиться до впізнавання, яке є не що інше, як співвіднесення слів з їх прототипами. Однак якщо ці прототипи були схильні до трансформації, то їх впізнавання може бути ускладнене, що, в свою чергу, ускладнює і їх інтерпретацію.

Отже, розуміння газетного тексту, що містить фразеологічні одиниці, є досить складним когнітивним процесом, який вимагає розуміння різного роду алюзій і прихованих смислів.

*«Sergei Prokofiev war ein leidenschaftlicher Schachliebhaber und sagte: "Schach ist - ist **mein zweites Ich**". 1937 spielte er ein Schachspiel mit dem Geiger David Oistrakh.» [55].*

Завдання автора газетного заголовка – використати фразеологізм таким чином, щоб забезпечити можливість його адекватного трактування читачем, оскільки це є гранично важливим для самого автора, який хоче за допомогою ФО так чи інакше впливати на читача.

*«Drei Schritte zur Ehrlichkeit. Poroschenko skizzierte drei Richtungen zur Korruptionsbekämpfung» [53]. – Три кроки до чесності. Порошенко має на меті три напрями боротьби з корупцією.*

В основу семантики фразеологізмів покладені фонові знання, що дозволяє знаходити їх і розуміти навіть у трансформованому вигляді. І якщо трансформований фразеологізм у газетному заголовку був інтерпретований вірно, тоді, читач, який відновив початкове значення фразеологічної одиниці і зрозумів мету її трансформації, закономірно буде зацікавлений в прочитанні цієї публікації.

## Висновки до розділу 2

Структурна класифікація це упорядкування фразеологічних одиниць щодо їхньої структурної організації або з погляду функціонування ФО у реченні. При розмежуванні фразеологічних одиниць від нефразеологічних ключовим критерієм є семантичний зсув, який виникає внаслідок переосмислення змінного словосполучення. Фразеологічні одиниці є одиницями вторинної номінації, і тому вони відбивають дійсність

асоціаційними трансферами, тобто в основі їх значення лежать порівняння, метафоричне або метонімічне переосмислення вільного словосполучення.

У ході дослідження, нами було визначено, що числівникові фразеологічні одиниці функціонують фразеологічних майже в усіх текстах преси. Активне вживання фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі реалізує конструктивний принцип мови преси – чергування експресії та стандарту, оскільки у сучасній пресі фразеологізми є додатковими елементами до нейтрального опису, що є характерним для таких типів тексту.

Фразеологічні звороти, крилаті вислови, прислів'я та приказки є обов'язковими стилістичними компонентами мови газети, важливим джерелом експресивно-емоційної насиченості. Вони є основним матеріалом для вираження експресії та оцінки автора.

Головна функція числівникових фразеологічних одиниць у газетному дискурсі – охарактеризувати будь-яке явище або подію. Саме вони і висловлюють оціночну або суб'єктивно-оціночну думку того, хто говорить, підсилюють емоційно-експресивний потенціал цього тексту.

Таким чином, функціонування фразеологічних зворотів в газетній публіцистиці полегшує сприйняття матеріалу статей, передачу основної думки, закладеної автором, втілює експресивну, емоційно-оцінну і образну програму тексту.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, ми дійшли наступних висновків:

Фразеологія – це особлива галузь мовознавства, що вивчає стійкі словосполучення фразеологічних одиниць, їх статус у мові, семантичні, морфолого-синтаксичні та стилістичні особливості. Фразеологічна одиниця є складним багатогранним явищем.

Поняття предмета фразеології, як і будь-якої іншої науки, не може бути повним без встановлення його конкретних рамок. Визначення обсягу фразеології тісно пов'язане з такими питаннями, як методи дослідження та критерії визначення фразеологічної одиниці. На сьогоднішній день єдиної спільної думки з цих питань не існує. Однак найбільш загальні риси дослідження фразеологічних одиниць знаходять відображення в усіх працях з фразеології. Цими загальними рисами є: фразеологія як факт мовної системи; внутрішні механізми з'єднання компонентів, система обмеження сполучуваності і відбору одиниць; характеристика складу зворотів; необхідність фіксації конкретного матеріалу дослідження.

Аналіз фактичного матеріалу з точки зору співвідношення значення фразеологічної одиниці зі значенням компонентів дозволив нам виділити три розряди стійких словосполучень: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні словосполучення.

Таким чином, у лінгвістиці існують різні схеми поділу фразеологічних одиниць, залежно від того, які ознаки і які класифікаційні принципи (семантичний, функціонально-стильовий, структурно-граматичний, етимологічний, тощо) лежать в основі їх класифікації.

За останні десятиріччя фразеологічна наука зробила великий крок уперед. У мовознавстві з'явилась значна кількість фундаментальних досліджень, присвячених проблематиці фразеології різних мов, зокрема

німецької. У численних працях учених-мовознавців розроблені питання класифікації, структури, семантики, стилістики німецьких ФО.

У фразеології з особливою очевидністю проявляється зв'язок мови з культурою етносу, сценаріями комунікативної поведінки її мовних особистостей, з національно-культурними цінностями етносу, у якій через усталені концепти етнокультури відображається національний менталітет соціуму. Фразеологізми – специфічні “мовні формули”, що містять у своєму змісті заряд експресії та емоційної оцінки, виявляють зображально-виражальні, естетичні властивості мови, детерміновані особливістю сприйняття світу, своєрідністю менталітету нації.

ФО завдяки своїй когнітивній та мовній природі мають ускладнену семантичну структуру і виражають як інваріантні ознаки, так і знання про світ, які варіюються, і співвідносяться з вторинним сегментом мовної картини світу.

Однією з форм систематизації світу є його кількісне впорядкування. Маркерами національно-культурної свідомості виступають елементи мовної картини світу – нумерологеми. Поняття “нумерологеми” об'єднує семіотичні одиниці, що містять цифри як національну категорію міри, у яких відображені особливості кількісної символізації етнокультури, стереотипи національного мислення та стратегії й тактики в кількісному представленні світу.

Числівники, що входять до складу фразеологізмів, не лише виконують основну функцію на позначення певної кількості, але й абстрагуючись, можуть втрачати числове і набувати переносного значення.

Аналіз німецьких ФО з числовим компонентом дозволив зробити висновок про те, що найбільш уживаними в німецькомовній картині світу являються нумерологеми “Ein(s)” / “Один”, „Zwei“ / „Два“ „Vier“ / „Чотири“, „Sieben“ / „Сім“.

Урахування специфіки фразеологічного значення числівникових фразеологічних одиниць, своєрідності їх синтаксичного функціонування,

морфологічних особливостей компонентів фразеологізму, лексичного значення слів-супроводжувачів дозволив розділити всі числівникові фразеологічні одиниці на п'ять лексико-семантичних розрядів, що представляють групу не комунікативних фразеологізмів: дієслівні, субстантивні, адвербіальні, вигуківі, ад'єктивні.

Комунікативні числівникові фразеологічні одиниці структурно організовані як речення і співвідносні з ними, вони включають прислів'я, приказки та крилаті вислови, які виконують в мовленні комунікативну функцію, тобто служать для вираження будь-якого повідомлення, яке має певний логічний зміст.

Досліджуючи особливості функціонування числівникових фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному дискурсі, ми визначили, що вони надають образності тексту преси. Було визначено два основних способи включення фразеологічних одиниць у контекст журналів та газет, а саме:

- Лексико-семантичний спосіб (без трансформації структури);
- Структурно-семантичний спосіб (зі значними структурними трансформаціями).

Активне вживання фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі реалізує чергування експресії та стандарту, оскільки у сучасній пресі фразеологізми є додатковими елементами до нейтрального опису, що є притаманним цьому жанру.

У ході дослідження нами були виявлені наступні прагматичні функції числівникових фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному дискурсі:

- Функція зацікавлення читача
- Функція багатозначності
- Завуальювання інформації
- Використання числових ФО в якості заголовків



- Функція позиційного включення
- Введення фразеологічних одиниць у контекст, де висвітлюється цілісне значення одного з компонентів
- Функція логічного наголосу
- Змішана функція

Числівникові фразеологічні одиниці функціонують майже в усіх текстах преси. Активне вживання фразеологічних одиниць у сучасному німецькомовному газетному дискурсі утримує баланс експресії та стандарту оскільки. Фразеологізми є додатковим описовим елементом у сучасному німецькомовному газетному дискурсі, що надає певної емоційної забарвленості текстам преси.

Фразеологічні звороти є обов'язковими стилістичними компонентами мови газети, важливим джерелом експресивно-емоційної насиченості. Вони є основним матеріалом для вираження експресії та оцінки автора.

Встановлено, що основною функція числівникових фразеологічних одиниць у газетному дискурсі – є характеристика будь-якого явища або події. Саме вони виражають суб'єктивно-оцінонну думку мовця, підсилюючи емоційно-експресивний потенціал тексту.

Таким чином, функціонування фразеологічних зворотів в газетній публіцистиці полегшує сприйняття матеріалу статей, передачу основної думки, закладеної автором, втілює експресивну, емоційно-оцінну і образну програму тексту.

Проведене нами дослідження не вичерпує всіх порушених у ньому питань. Проблема числівникових фразеологічних одиниць має свою подальшу перспективу. Перспективний напрямок подальших досліджень вбачаємо у зіставному аналізі числівникових фразеологічних одиниць на матеріалі німецької та української мов, вивчення її специфіки та функціонування у різних типах дискурсу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баюн К. Й. Національно-культурні особливості фразеологізмів в німецькій мові: *Вісник Інституту підприємництва та сучасних технологій 1(1)*:Житомир: ІПСТ, 2007. С.105 – 108.
2. Бойко Н. В. Deutsche Sprichwörter und sprichwortliche Redensarten. Німецькі прислів'я та приказки. Навчальний посібник. Кам'янець-Подільський : Зволейко Д. Г., 2008. 304 с.
3. Величко С. І. Фразеологізми – прислів'я як конституенти функціонально-семантичного поля спонукання в сучасній німецькій мові: автореферат. К. : Вища школа, 1996. 21с.
4. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в рус. языке: учеб.пособ. М. : Логос, 1947. С. 358.
5. Власенко М. Витоки німецьких фразеологічних одиниць, які вербалізують концепт Frau: *Синopsis: текст, контекст, медіа*. 2018. № 4 (20) URL: <http://file:///C:/Users/user-pc/Downloads/272-96-822-1-10-20171230.pdf>
6. Гаврись В. І. Фразеологізація крилатих виразів сучасної німецької мови: *Мовознавство*. 1969. №4. С. 14 – 22.
7. Гаврись В. І. Джерела виникнення фразеологічних зворотів німецької мови: *Іноземна філологія*. 1989. № 19. С. 78 – 84.
8. Гвоздарев Ю. А. Основы русского фразообразования : учеб. пособ. Ростов на Дону: Изд-во. Рост. ун. – та, 1977. 184 с.
9. Глінка Н. В., Волощук І. П., Усик Г. М. Фразеологічні словосполучення з нумеральним компонентом: лексико-семантичний та перекладацький аспекти: *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Вінниця: Вид-во, 2012. С. 109 -113.

10. Гиздатов Г.Г. Когнитивная парадигма изучения языка. Семантика языковых единиц: докл. VI межд. конф. М., 1998. Т. 1. С. 24-26.
11. Дмитренко О. П. Фразеологічні одиниці на позначення соціально – економічних реалій у сучасній німецькій мові: структурний та семантичний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступення кан. філол. наук: 10. 08. 10. Херсон , 2010. 20с.
12. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія: навч. посіб. К. : Вища школа, 1983. 175 с.
13. Каданцева Г. І. Асиміляція запозичених фразеологічних англіцизмів у сучасній німецькій мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кан. філол. наук: 10.02.20.П., 2007. 20 с.
14. Калеел А. Когнітивно-прагматичний аспект трансформованих фразеологізмів у сучасних газетних заголовках: *Актульні питання сучасної філології та журналістики*. № 3 (30). 2018. С.5.
15. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Златоус, 1999. 320 с.
16. Краснобаєва-Чорна Ж., Усенко О. СЕМАНТИКО-ГРАМАТИЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СЛОВНИКУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ТЕРМІНІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: *Лінгвістичні студії*. № 21. 2010. С. 124 – 133.
17. Краснобаєва-Чорна Ж. Фраземіка та фраземографія в сучасній лінгвопарадигмі : підручник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів; за ред. А.П. Загнітка. Вінниця: Вид-во, 2018. 200 с.
18. Кулик Н.Д. Лексикографічна розробка німецьких фразеологізмів із антропонімічним компонентом. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. К: Вип. 25. 2010. С.195 – 201.
19. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высшая школа. 1986. 336 с.

- 20.Лапиніна О. Л. Національно – культурна своєрідність фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом: автореф. дис. на здобуття наук. ступення кан. філол. наук: 26. 09. 16. Херсон , 2016. 20с.
- 21.Ленина С. В. Газета как форма межкультурного взаимодействия (на материале современной немецкой прессы) : автореф. дис. канд. филол. наук : спец. 24.00.01 – теория и история культуры. С. В. Ленина. Нижний Новгород, 2007. 20 с.
- 22.Лисецька Н.Г. Фразеологічні інновації німецької мови у концептосфері «ПОБУТ». *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 110, Т. 1. С. 325-327.  
URI: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/54998>
- 23.Марковська А. В. Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси: автореф. дис. ... канд. філологічних наук : спец. 10.02.15: *Загальне мовознавство*. Одеса, 2011. 21 с.
- 24.Марковська, А. В. Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси: дис. канд. філол. наук : 10.02.15. Антоніна Вячеславівна Марковська; наук. кер. А. М. Науменко. Чорномор. держ. ун-т ім. Петра Могили. Миколаїв, 2011. 232 с.
- 25.Орел І. І. Фольклорний компонент у фразеосистемі сучасної німецької мови: автореф. дис. на здобуття наук. ступення кан. філол. наук: 20. 01. 11. Херсон, 2011. 20 с.
- 26.Рицаєва А.Е. Прагмалінгвістичний аспект інтернаціональної лексики (на матеріалі англійської мови): дис. на здобуття наук. ступення кан. філол. наук: 10. 02. 04. 2002. 198с.
27. Слінько В.О. ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ З КОМПОНЕНТОМ ЧИСЛА У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ. *Магістерські студії*. Стаття. Херсон. 2020. С. 200-203.

- 28.Серебренников Б. А. Номинация и проблема выбора. Языковая номинация. Общие вопросы. М.: Наука, 1981. 206 с.
- 29.Солдатова С.М. Крилаті вислови у фразеологічній системі сучасної німецької мови: URL: [file:///C:/Users/user-rc/Downloads/Mik\\_2011\\_14\\_7\\_25.pdf](file:///C:/Users/user-rc/Downloads/Mik_2011_14_7_25.pdf) (Дата звернення: 12.03.2019)
30. Солдатова С. М. Паремії на позначення «щастя» у мовній картині німецького народу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*: стаття. Херсон: Вип. 34. 2018. С. 89 – 93.
- 31.Степанова М.Д., Чернышева И.И. Лексикология современного языка: учеб. пособ. М.: Наука, 1962. 310 с.
- 32.Фісяк І. Є. Фразеологічні одиниці на позначення міжособистісних відносин: семантичний та функціонально-прагматичний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступення кан. філол. наук: 10. 01. 15. Херсон , 2015. 20с.
- 33.Фірсова Ю. А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові: лінгвокультурологічний аспект: автореф. дис. канд. філол. наук. К.: 2002. 20с.
- 34.Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка: учеб. пособ. М. : Выс. школа. 1970. 247 с.
- 35.Чернышова И. И. Актуальные проблемы фразеологии. Вопросы языкознания. М.: Высш. школа. 1977. № 5. С. 34 – 42.
36. Швачко С. О. Лінгвокогнітивні параметри конститuentів поля кількості. *Вступ до мовознавства*: посібник. Вінниця: Нова книга. 2006. С. 30 – 49.
- 37.Швачко С. О. Інтерлінгвальні аспекти фразеологічних одиниць в англomовному та українському дискурсах (на матеріалі числівників). *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. Випуск 56. *Педагогічні науки*. С. 28-31.
- 38.Шейнов В. П. Приховане управління людиною. М.: АСТ Мінськ, Харвест. 2011. 431 с.

39. Щербачук Л. Ф. Особливості функціонування вигуківих фразеологічних одиниць у художніх текстах (на матеріалі творів О. Гончара). *Культура народів Причорномор'я*. 1999. № 8. С. 152 – 154.
40. Fleischer W. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*: Leipzig: VEB. Bibliographisches Institut. 1982. 250 S.
41. Schipann T.H. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*: Leipzig: Bibliographisches Institut, 1987. 307 S.

### СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

42. Афонькин Ю. Н. Русско – немецкий словарь крылатых слов. М.: Рус. яз., Лейпциг: Энциклопедия. 1990. 285 с.
43. Бинович Л.Э., Гришин Н.Н. Немецко – русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1975. 656 с.
44. Гаврись В. І., Пророченко О. П. Німецько-український фразеологічний словник. К.: Рад. школа, 1981. Т. І. 416 с.; Т. ІІ. 387 с. [НУФС].
45. Денисенко С. Н. Словник-довідник з фразеологічної деривації на основі існуючої фразеології німецької мови з перекладом прикладів на українську та російську мови. Вінниця. Нова Книга. 2005. 288 с.
46. Едличко М. Н., Рубинштейн А. И. Сборник фразеологических выражений в немецком языке. М.: Государственное учебно-педагогическое издательство Минпроса РСФСР. 1959. 178 с.
47. Agricola E. *Wörter und Wendungen: Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch*. – Leipzig: Bibliographisches Institut, 1985. – 818 S.

48. Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. – Bd. 11. – Wörterbuch der deutschen Idiomatik. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich; Dudenverlag, 1992. 864 S.

### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

49. Badische Zeitung [Електронний ресурс]. 2018. 30.01.2018. URL: <https://ezeitung.badische-zeitung.de/shelf.act?region=FRE&filter=BZW1>
50. Badische Zeitung 28.06.2018. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.badische-zeitung.de/unter-vier-auge-im-gespraech-mit-den-buergern--153861782.html>].
51. Badische Zeitung [Електронний ресурс]. 2019. URL: <https://www.badische-zeitung.de/note-eins-mit-stern-x1x--175488685.html>].
52. Braunschweiger Zeitung [Електронний ресурс] 2020. <https://www.braunschweigerzeitung.de/wirtschaft/article230416172/Flugzeug-Cafes-Am-Boden-und-doch-im-siebten-Himmel.html>2020.
53. Die Welt [Електронний ресурс]. 2017. URL: <https://www.welt.de/kmpkt/article161849213/Wir-haben-einen-sechsten-Sinn-und-dafuer-ist-er-da.html>
54. Die Welt [Електронний ресурс] 2018. №5-8. URL: <http://www.welt.de/welt/print/index-2018.html>
55. Die Welt [Електронний ресурс] 2019. № 6. URL: <http://www.welt.de/welt/print/index-2019.html>
56. Der Spiegel [Електронний ресурс] 2017. №1-8. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2017.html>

57. Geolino [Elektronischer Ressource]. 2019. URL: <https://www.geo.de/geolino/redewendungen/1430-rtkl-redewendung-eine-schwalbe-macht-noch-keinen-sommer>
58. Heinrich Böll Stiftung [Elektronischer Ressource] 6.04.2020. URL: <https://www.boell.de/de/2020/04/06/coronadenken-teil-23-moral>
59. Jugend und Wirtschaft [Elektronischer Ressource]. 2018. URL: <https://www.jugendundwirtschaft.de/artikel/Manche-Patienten-muessen-tausend-Tode-sterben/>
60. Kicker [Elektronischer Ressource]. 2018. № 45. URL: <https://emagazine.kicker.de/de/profiles/6925623b4e1b/editions/21c3b11f00260beb340d>
61. Master's Journal № 2 2016; с. 548 – 555.
62. Mitteldeutsche Zeitung [Elektronischer Ressource]. 6.07.2016. URL: <https://www.mz-web.de/leben/nach-dem-essen--ruh-n-oder-1000-schritte-tun--24349594>.
63. Muensterschezeitung.de [Elektronischer Ressource]. 22. 10.2018. URL: <https://www.muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Muenster/3522421-Mit-Muell-gegen-den-Hunger-Erfinderteam-will-zwei-Fliegen-mit-einer-Klappe-schlagen>
64. Sächsische Zeitung, 22.07.2018.
65. SZ-Archiv: SZ vom 23. November 2013 Seite V2/5 Deutschland.
66. Süddeutsche Zeitung. [Elektronischer Ressource]. 2019. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/global-betrachtet-zu-kuba-kuba-das-mallorca-der-usa-1.2608123>
67. Zeit Magazin [Elektronischer Ressource]. 2016. URL: [https://www.zeit.de/zeit-magazin/2016-08/duft-maenner-pheromone-parfum-after-shave?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.zeit.de/zeit-magazin/2016-08/duft-maenner-pheromone-parfum-after-shave?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)



68. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.de/2012/10/15/syrien.html>
69. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.soccer.de/news/353006.shtml>
70. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pz-news.de/09/10/2016>.
71. [Электронный ресурс] Stuttgarter Zeitung 16/03/2020

## Перелік числівникових фразеологізмів сучасної німецької мови

### Кількісні числівники

#### *EIN(S)*

- „Auf *ein* Warum hat er zehn Darum“ – На одне питання десять відповідей
- „*Ein* faules Ei verdirbt den ganzen Brei“ – Одна ложка дьогтю псує бочку меду
- „Es ist dummer Fuchs, der nur *ein* Loch weiß“ – Нерозумний лис, якщо він знає лише одну нору
- „Es ist *eine* schlechte Maus, die nur *ein* Loch weiß“ – Погана миша, яка знає лише одну нору
- „Besser *ein* Auge verlieren als den guten Ruf“ – Краще одне око, ніж втратити хорошу репутацію
- „*Ein* Faden von vielen gibt für den Bettler ein Hemd“ – Зі світу по нитці й жебраку сорочка
- „Auf der Hohe Gipfel vergiss nicht, was *ein* Freund wiegt in der Not“ – Не буває лиха без добра
- „Der *eine* sät, der andere schneidet“ – Один сіє, а інший жне
- „Der *eine* hat die Muhe, der andere hat die Brühe“ – Один працює, а інший заробляє
- „Von *einem* Streich fällt kein Baum“ – за один раз дерево не зрубаєш
- „Auf *einem* Bein kann man nicht stehen“ – На одній нозі не встояти
- „Mit *einem* Affen nach Hause kommen“ – прийти додому п'яним, «під мухою»
- „Ein Narr war je so dumm, er fand *einen*, der ihn für klug hielt“ – Ніхто дурня не похвалить крім самого себе
- „*Einer* für alle, alle für *einen*“ – Один за всіх і всі за одного
- „Alle für *einen*, *einer* für alle“ – Всі за одного і один за всіх
- „Aus *einem* kleinen Funken kommt oft großes Feuer“ – Часто з маленької іскри виникає великий вогонь
- „*Einer* ist keiner“ – Один в полі не воїн
- „*Eins* und alles“ – Всіх і кожного

„*Eines* schickt sich nicht für alle“ – Кожному своє

## **ZWEI**

„Auf *zwei* Hochzeiten tanzen“ – На двох весіллях танцювати

„*Zwei* Herren dienen“ – Служити двом панам

„*Zwei* Fliegen mit einer Klappe schlagen“ – Одним пострілом двох зайців  
вбити

„*Zwei* Würfe mit einem Stein tun“ – вбити одним махом двох зайців

„Zwischen *zwei* Feuer geraten“ – Між двома вогнями

„*Zwei* linke Hände haben“ – бути незграбним

„Zwischen *zwei* Stühlen sitzen“ – Сидіти між двома стільцями

„Auf beiden (auf *zwei*) Schultern Wasser tragen“ – На двох плечах воду носити

„Auf *zwei* Augen (nur noch) stehen“ – бути останнім представником  
вимираючого роду

„*Zwei* Seiten haben“ – дві сторони однієї медалі

„So sicher, wie *zwei* Mal *zwei*, vier ist“ – Впевнені як два на два чотири

„Richter sollen *zwei* gleiche Ohren haben“ – Спочатку розсуди, потім засуди.

„Von *zwei* Übeln wählt man das kleinere“ – З двох зол обирають меншу

„*Zwei* Hund an einem Bein kommen selten überein“ – Два медведя не  
уживаються в одній берлоге

„Wenn *zwei* sich streiten, freut sich der dritte“ – Коли двоє сваряться, радіє  
третій

„Besser *ein* eigenes Auge als *zwei* fremde“ – краще побачити все на власні очі,  
ніж почути від інших

„Wenn *zwei* das Gleiche tun, ist es nicht das gleiche“ – Коли двоє роблять  
однаково, це не є однаковим

„Für einen Gebildeten gibt man *zwei* Ungebildeten“ – На одного освіченого є  
два не освічених

„Ein alter Freund ist *zwei* neue wert“ – Старий друг вартий двох нових

**DREI**

„Für *drei* arbeiten“ – працювати за трьох

„Durch *drei* Bretter sehen“ – бачити крізь три дошки

„Nicht bis *drei* zählen können“ – не пораховувати й до трьох

„Etw. in (mit) *drei* Worten sagen“ – казати про щось у трьох словах

„*Drei* Meilen hinter dem Mond leben“ – Жити в трьох милях за місяцем

„Hunger für *drei* haben“ – мати голод на трьох

„*Drei* machen einen Rat“ – В трьох думати краще

**VIER**

„Es haben nun die *vier* Winde“ – це тепер відомо усім

„In alle *vier* Himmelsrichtung“ – На всі чотири сторони

„In die *vier* Richtungen der Windrose“ – На всі чотири сторони

„*Vier* Augensehen mehr als zwei“ – Чотири ока бачать краще ніж два

**FÜNF**

„Seine *fünf* Sinne zusammennehmen (zusammenhalten)“ – зібратися духом

„Sich etw. an den *fünf* Fingern abzählen können“ – можна на п’яти пальцях перерахувати

„Ein Mensch sein, wie *fünf* auf ein Lot gehen“ – бути гарною людиною

„Nicht für *fünf* Pfennig(e)“ - не продешевити

„Verrückt und *fünf* und drei ist neune“ – божевільному і п’ять плюс три дев’ять

**SECHS**

„Durch *sechs* Bretter sehen“ – Бачити крізь шість брусів

„Wo *sechse* essen, wird auch der siebte satt“ – де шестеро їдять, там і сьомий буде ситий

**SIEBEN**

„In *sieben* Sprachen schweigen“ – мовчати на семи мовах

„*Sieben* Weisen“ – Сім мудреців

„Die *sieben* Weltwunder“ – Сім чудес світу

„Die *sieben* fetten und die *sieben* mageren Jahre“ – Сім огрядних і сім худих років

„*Sieben* auf einen Streich“ – Сім одним ударом

„Ein Buch mit *sieben* Segeln“ – Книга за сімома вітрилами

„Wähle dem, der *sieben* Freitage in der Woche hat“ – Вибирає того, хто має сім п'ятниць на тиждень

„Wer länger schläft als *sieben* Stund, verschläft sein Leben wie ein Hund“ – Хто спить більше ніж сім годин, той проспить усе своє життя

„*Sieben* sollen nicht harren auf einen Narren“ – Семеро не чекають на дурня

„*Sieben* Mann pflegen auf einen nicht zu warten“ (*sieben* Mann warten nicht auf einen) – Семеро одного не чекають

### **ACHT**

„An einem Hering *acht* Tage essen“ – одного оселедця вісім днів їсти

„Ohne *acht*“ – неуважно, недбало

„Sich in *acht* nehmen“ – бути обережним

### **NEUN**

„Alle *neun*(e) werfen“ – Кинути всі дев'ятки

„Alle *neune!*“ – Всі дев'ятки! (Під час гри в кеглі). Вигравати в усьому, бути дуже успішним

„Die *neuen* Museen“ – Дев'ять муз

### **ZEHN**

„Keine *zehn* Pferde bringen jemanden dahin“ - Ніяка сила не змусить туди йти

„Mit allen *zehn* Fingern nach etwas greifen“ – Намагатися досягти чогось будь-якою ціною

„*Zehn* miß, einmal schneide“ – Десять раз відміряй, один раз відріж

„Der Sperling in der Hand ist besser als *zehn* auf dem Dach“ – Краще горобець у руці ніж десять на даху

„Heute ist besser als *zehn* Morgen“ – Сьогодні це краще ніж десять завтра

„In Augenzeuge gibt mehr als *zehn* Ohrenzeugen“ – Око більший свідок ніж десять вух - свідків

„Auf ein Warum hat er *zehn* Darum“ – На одне запитання в нього десять відповідей

„**Ein** Narr kann in einer Stunde mehr fragen, als *zehn* Weisen in einem Satz beantworten können“ – На дурні питання не має правильної відповіді

„Besser ein Vogel in der Hand als *zehn* über Land“ – Краще одна пташка в руці ніж десять у небі

„Freunde in der Not gehen *zehn* auf ein Lot“ – Друзі пізнаються у біді

„Der Dussel wirft einen Stein ins Wasser und *zehn* Gescheite können ihn nicht herausholen“ – Дурень кидає камінь у воду, і десять розумних не можуть отримати його

„Ein Gewiß ist besser als *zehn* Ungewiß“ – Один знайомий краще ніж десять не знайомих

„Besser *zehnmal* messen, als *einmal* vergessen“ – Краще десять раз відміряй, ніж один раз забути

### **ELF**

„*Elf* zu werfen“ – зазнати цілковитої невдачі (досл. кинути одинадцять у гри в кості)

„In der *elften* Stunde “ – В останню мить

„ Das *elfte* Gebot: lass dich nicht erwischen“ – Одинадцята заповідь: не попадайся

### **ZWÖLF**

„Zwischen *zwölf* und Mittag vieles noch geschehen mag“ – За хвилину багато чого може відбутися

„Ein Mensch wie *zwölf* aufs Dutzend gehen“ – Звичайна людина

## **Порядкові числівники**

### **DER ERSTE**

„Der *erste* Mann an (bei, von) der Spitze“ – перша людина

„Der *erste* Schritt“ – перший крок

„Die *erste* Liebe“ – перше кохання

- „Die *erste* Dame des Staates (im Staat)“ – Перша дама
- „Den *ersten* Schritt tun“ – зробити перший крок
- „Die *erste* Geige spielen“ – грати в першу скрипку
- „Sich die *ersten* Sporen verdienen“ – Заслужити визнання
- „Beim (mit den) *ersten* Hahnenschrei aufstehen“ – вставити з першим півнем
- „Der *erste* beste“ – Перший кращий
- „Auf den *ersten* Blick“ – на перший погляд
- „Der *erste* Schritt ist immer schwer“ – Перший крок завжди важкий
- „Man kehrt immer zu seiner *ersten* Liebe zurück“ – завжди повертаються до своєї першої любові назад
- „Heute ist doch nicht der *erste* April“ – Сьогодні вже не перше квітня
- „Den *ersten* Tag ein Gast, den zweiten eine Last, den dritten stinkt er fasst“ –  
Добрі гості - швидкі гості
- „Der *erste* Gedanke ist nicht immer der beste“ – Гарна думка спадає на розум пізніше
- „Dieses war der *erste* Streich (doch der zweite folgt sogleich)“ – Це перша пропозиція (але друге слід негайно)

### **DER ZWEITE**

- „Die *zweite* Front“ – інша сторона
- „In *zweiter* Linie“ – на іншій стороні
- „Wie kein *zweiter*“ – як ніхто інший
- „Die *zweite* Geige spielen“ – грати в другу скрипку
- „J-d erlebt seinen *zweiten* Frühling“ – хтось переживає другу молодість
- „Etw. wird j-m zur *zweiten* Natur“ – друга натура
- „Etw. aus *zweiter* Hand kaufen“ – купувати з других рук
- „Das *zweite* Gesicht haben“ – мати друге обличчя
- „Ein alter Fuchs geht nicht zum *zweiten* Mal ins Garn“ – старий лис не йде в сітку вдруге
- „Den *zweiten* Schritt vor dem ersten tun“ – робити наступний крок

**DER DRITTE**

„Etw. von *dritter* (anderer) Seite erfahren“ – дізнатися щось від третіх осіб (інших) сторони

„Das ist sein *drittes* Wort“ – Це його третє слово

„An einem *dritten* Ort“ – на третьому місці

„Bis ins *dritte* Glied“ – до третього покоління

„Unrecht Gut kommt selten auf den dritten Erben – чуже про запас не йде

**DER ZEHNTE**

„Das kann der *zehnte* nicht“ – Не кожен може це зробити

„Das weiß der *zehnte* nicht“ – Не кожен це знає

„Die *zehnte* Muse“ – десята муза



