

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СЕМІОТИЧНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 7



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СЕМІОТИЧНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 7



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2024

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

М 74

Рецензенти:

- Леміш Н.Є.** доктор філологічних наук, професор
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова (м. Київ)
- Славова Л.Л.** доктор філологічних наук, професор
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка (м. Київ)

Рекомендовано до друку Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету
(*протокол № 7 від 26 червня 2024 р.*)

Колектив авторів: Аладько Д.О., Деменчук О.В., Калініченко М.М.,
Константинова О.В., Кучма Т.В., Мізін К.І., Орел І.І.,
Павлова О.І.

Мовна концептуалізація семіотичного простору людини:
М 74 колективна монографія / кол. авт.; голов. ред. О.В. Деменчук. Рівне:
РДГУ, 2024. 160 с. (Історія та сьогодення філологічної науки; т. 7).

Linguistic conceptualisation of person's semiotic space:
Collective work / auth.; O.V. Demenchuk (ed.). Rivne: RSUH, 2024. 160 p.
(History and Contemporaneity of Philological Science; v. 7).

У колективній монографії представлено розвідки, предметом аналізу яких є особливості мовної концептуалізації семіотичної картини світу. На матеріалі романських, германських та слов'янських мов (французька, англійська, німецька, польська, українська) було розглянуто низку актуальних питань, присвячених теоретичним проблемам та прикладним аспектам лінгвосеміотики, аналізу лінгвосеміотичних моделей у семантиці лексики, дослідженню лінгвосеміотичних концептів у зіставно-типологічному висвітленні.

The collective work deals with the linguistic conceptualisation of the semiotic worldview. Based on the Romance, Germanic and Slavic languages (French, English, German, Polish, and Ukrainian), the paper focuses on the topical issues related to the theoretical problems and applied aspects of linguistic semiotics, the analysis of linguosemiotic models in lexical semantics, the study of linguosemiotic concepts in contrastive and typological perspectives.

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

©Автори публікацій, 2024

©Рівненський державний гуманітарний університет, 2024



Орел І.І.

кандидат філологічних наук, доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

МОДИФІКАЦІЯ СЕМАНТИКИ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ

I. Вступ

Вивчення семантики фразеологізмів лишається актуальним питанням сучасного мовознавства попри значну кількість досліджень у цьому напрямі. Відоме твердження про стабільність форми і змісту фразеологізмів (Баран Я.А., Бургер Г., Гаврись В.І., Гамзюк М.В., Пророченко О.П., Фляйшер В. та інші) у результаті останніх студій викликає низку питань. Як свідчать сучасні розвідки у галузі фразеологічної семантики непорушність структури і значення фразеологізму не є константою. Форма деяких ускладнених мовних знаків лишається стабільною, проте фразеологічне значення модифікується. Низка фразеологізмів зазнає семантичних, структурно-семантичних змін, що ілюструє здатність фразем трансформуватися.

Специфічна структура ускладнених мовних знаків викликає неабияку зацікавленість науковців, позаяк вимагає серйозного аналізу змісту та форми фразеологізмів. Фразеологічні одиниці виступають частиною культури народу, яка закарбована у їхній структурі та семантиці. Розуміння не лише значення (денотативного компонента), але й змісту значення (конотативних елементів) допомагають осягнути національний склад мислення носіїв мови.

Розуміння семантичних процесів фразем, які володіють національно-культурною навантаженістю, причин, шляхів і механізмів модифікацій фразеологічного значення привертають нашу увагу. Матеріалом дослідження обрано німецькі фразеологізми на позначення стереотипів, які транслюють усталене загальноприйняте в межах етногрупи національно-специфічне світобачення і світосприйняття себе та представників інших етносів. У межах пропонованої розвідки до аналізу залучені німецькі фразеологізми, які вербалізують автостереотипи та гетеростереотипи.

II. Поняття стереотипу

Для розгляду семантики фразеологізмів на позначення стереотипів варто уточнити поняття стереотипу. Термін «стереотип» (грец. *stereos* – твердий, *typos* – відбиток) був запропонований американським дослідником Волтером Ліппманом, який вважав, що людина, осягаючи навколишній світ, створює певну картинку/ уявлення/ образ щодо тих людей, фактів, явищ чи подій, які вона безпосередньо не спостерігала. Такі уявлення-стереотипи формуються під впливом культурного оточення мовця. «У всій ... плутанині зовнішнього світу ми вихоплюємо те, що нав'язує нам наша культура, і ми маємо очевидну тенденцію сприймати цю інформацію у формі стереотипів» (Цит. по Lippman, 1950, с. 23, с. 81, с. 95).

Стереотипи дозволяють людині сформувати бачення світу в цілому, вийти за межі свого оточення в соціальному, географічному та політичному плані. Стереотипи настійливо передаються з покоління в покоління, саме тому вони сприймаються беззаперечно і часто абсолютно не критично. Система стереотипів вважається магістральною в нашій особистій традиції, вона складає уявлення про наше місце в суспільстві і захищає його (там само, с. 114). Таке розумінні стереотипу дає змогу виокремити дві його важливі риси: 1) зумовленість національною культурою і 2) на мовному рівні – засіб економії мовних зусиль (завдяки зашифрованій/ редукованій передачі значної когнітивної інформації через визначений образ чи ситуацію). Стереотипи, презентовані фразеологічними одиницями, передають об'ємну інформацію, використовуючи специфічні особливості фразеологічної семантики. Йдеться про називання денотату і одночасну його оцінку.

У результаті аналізу дефініцій зазначеного поняття стереотип розуміємо як емоційно з високим ступенем усталеності забарвлений образ/ уявлення про об'єкт чи ситуацію; як спрощене, узагальнююче судження, (часто невинуватене) упередження щодо себе, інших; фіксований образ, виражений мовними засобами або рухами/ жестами, загальні переконання, популярні помилки щодо сприйняття чи оцінки когось чи чогось (Філософський словник; DWDS).

Стереотип є мисленневим феноменом. Він покликаний для спрощеного сприйняття інформації про оточуючий світ, для регулювання і полегшення чи пришвидшення реакції на зовнішні

виклики, подразники. Комплекс об'ємної інформації стискається у стереотипах, генералізуючи категоризовані ознаки стереотипізованих об'єктів чи сценарії поведінки, реакцій.

Визначальним механізмом створення стереотипів вважаються процеси категоризації, оскільки у випадку стереотипізації категоризація рідко буває нейтральною. Категоризація – це віднесення поняття/ об'єкта до певної групи понять/ об'єктів на основі спільних чи подібних ознак, виявлених асоціативно. У ході виникнення асоціацій формується оцінка (позитивна чи негативна, рідше – амбівалентна). Згідно з теорією Г. Теджфела, члени етногрупи намагаються відстоювати власну психологічну визначеність на основі позитивно-ціннісних вимірів/ шаблонів. Тобто, група переосмислює ті характеристики стереотипізованого об'єкта, які відповідають їх позитивному соціальному самовизначенню (Tajfel, 1981, р. 25). Інакше кажучи, стереотипи відображають ціннісну картину світу носіїв мови.

Утворення стереотипів відбувається у ході деперсоналізації (відчуження особи від самої себе), що на думку Дж. Тернера виражається у переосмисленні та переоцінці мовця як члена групи (Turner, 1985, р. 90).

У сучасному мовознавстві існує декілька концепцій визначення поняття «стереотип»: 1) через образ або уявлення, 2) через думку або судження, 3) через знання, через настанову (Quasthoff Uta, Селіванова О.О., Стефаненко Т.Г., Школяренко В.І., Шутова М.О. та інші дослідники).

Ми розглядаємо стереотип через образ/ уявлення. Об'єкти реального світу чи ситуації фіксуються у свідомості: 1) у формі образу (стереотипи мислення) та 2) у формі уявлень/ схем на основі певних пресупозицій (стереотип поведінки). Образи та пресупозиції віддзеркалюють об'єктивну реальність, є одиницями мислення, тому стереотипи, створені на їх основі, мають безпосередній референційний зв'язок з реальним світом. Образи/пресупозиції виникають у свідомості на основі фрагментів національної картини світу та ціннісної картини світу. Вони містять виокремлену/ категоризовану інформацію, яка відбиває ціннісні орієнтири в умовах певного соціального і національно-культурного простору. Саме тому дослідження чи реконструкція ознак/ властивостей/ характеристик образів чи пресупозицій зумовлюватиме найбільш повне розуміння національної картини світу, національного менталітету, тобто – національно-специфічного способу мислення. Ця інформація у

результаті концептуалізації зафіксована у когнітивних структурах стереотипів.

Когнітивна інформація проходить процес перекодування у мовні знаки і відображається у їхній семантиці. Процес перекодування позамовних елементів мислення у мовні знаки відбувається у ході вибору відповідного мовної одиниці, яка володіє семантичною структурою, здатною вербалізувати категоризовану інформацію. Аналіз ознак образів та пресупозицій, покладених в основу внутрішньої форми мовних знаків, сприяє адекватному розумінню стереотипів. Ознаки образів чи пресупозицій, на основі яких відбувається процес семіозису – омовлення/ вербалізації (це ознаки образу внутрішньої форми), транслюють комплексну категоризовану інформацію. У такий спосіб стереотипи, представлені фразеологічними одиницями, транслюють національно-специфічне уявлення про світ в цілому та його складові.

III. Поняття смислоутворюючого компонента та його роль у процесі фразеотворення

Смислоутворюючий компонент у фразеологічному семіозисі визначаємо як лексему, що забезпечує зв'язок з позамовним образом, який є основою внутрішньої форми фразеологічного значення. Категоризація однієї або декількох ознак позамовного образу формує основу фразеологічного значення, виступаючи базою семіозису (Ситар, 2018).

До смислоутворюючих компонентів відносимо лексеми, які вербалізують певні фрагменти національної картини світу: 1) оніми (антопоніми (імена, прізвища, прізвиська, аптонім (прізвище, що своїм номінує якісь особливо виразні характеристики власника), назви груп людей за національною ознакою, псевдоніми, жителі міст (*Berliner, Kölner*), представники політичних партій (*Grünen*) тощо), географічні назви, гідроніми, ороніми та інші оніми); 2) грошові одиниці різних періодів розвитку народу (*Pfennig, Kreuzer, Schilling* тощо); 3) назви професій (*Seemann, Querschläger, Weber, Tischler* тощо); 4) рід діяльності (*Jäger, Bauer, Ritter* тощо); 5) вірування, забобони (переважно на основі пресупозицій); 6) кухня (предмети вжитку, продукти, страви); 7) зооніми, орнітоніми; 8) фітоніми; 9) колороніми; 10) міфологізми (*Morpheus, Phönix, Pegasus, Herkules*); 11) біблеїзми (*Abrahams, Adam, David und Goliath*); 12) фольклоризми (казкові герої (*Aschenputtel, Frau Hölle, Sandmann*),

чарівні предмети (*Zauberstock*), іграшки (*Hampelmann*), герої шванків (*Eulenspiegel*); 13) назви предметів одягу (*Hut, Haube, Pantoffel, Hemd* тощо); 14) космогонізми (*Sonne, Stern, Himmel* тощо); 15) лицарство (*Ritter, Dame, Sporen* тощо); 16) міри довжини, ваги, об'єму (*Pfund, Ellbogen, Meile*) тощо.

У структурі досліджуваних фразеологізмів смислоутворюючий компонент, наприклад, антропонім пов'язує позамовну дійсність зі значенням мовного знаку. Категоризовані ознаки образу чи ситуації, які репрезентують антропоніми, транслюють когнітивну інформацію. Наприклад: образ *Achilles* – *Achillesferse* – (розм.) слабе місце (у якійсь справі); вразливий/ хворий орган (про стан здоров'я), *Hans* (на основі поширеного у народі імені) – *Hanswurst* – (розм.) дурень; людина, яку не варто сприймати серйозно; *ein Hans im Glück* щасливчик; *ein Hans-guck-in-die-Luft/ ein Hans Guckindieluft* – (розм.) неухажний хлопець; замріяний хлопець; *Adam* – *nach Adam Riese* – (розм.) дуже точно (на основі імені відомого математика), *der alte Adam* – (розм.) людські слабкості (на основі біблійного образу); *Lieschen Müller* – (розм.) середньостатистична жінка.

Поняття антропоніму має досить широке розуміння у сучасній лінгвістиці. До антропонімів відносять імена людей (DWDS), індивідуальні імена людей (Personennamen), назви груп людей (Völkerschaften (*Engländer, Franzose* usw.), жителі міст (*Berliner, Münchener*), назви політичних партій, спілок, союзів, музичних гуртів (*die Grünen, Skorpions* etc.), псевдоніми (довільні додаткові імена митців, письменників (*Hans Fallada* – Rudolf Ditzen) (Seibicke, 2008, S. 7; S. 32); прізвиська, імена роду походження (Габсбурги, Романови) (там само, S 112), прізвиська/ титули королів, вельмож (апелятивні додаткові імена, які позначають характеристики особи – *Karl der Größe, Friedrich der Weise, Phillip der Schöne* – і слугують для вирізнення з поміж осіб з таким самим іменем) (там само, S. 204); ласкаві/ пестливі імена (*Schatzi, Süße, Mausi*), насмішливо-зневажливе ім'я/ грубе лайливе ім'я (*Michel, Marmeladinger* (Marmeladinger – зневажлива назва північних німців у східній Австрії, яка походить від того факту, що солдати Німецької імперії під час Першої світової війни мусили обходитися без масла та сала, їм давали дешеве варення для намащування на хліб), клички/ прізвиська для предметів чи тварин (für das Auto – *Speedy*, für das Kind – *Krümel*, für die Katze – *Mörrie* (саксонський варіант від *Mary*), *Schatten* (weil sie Katie permanent stalkt), етноніми – назви інших народів (дружня/ ворожа назва сусідніх народів, яка містить у назві

виразну ознаку на погляд мовців – *Spagettifresser* (про італійців), *langnasig sein* (про арабів) (там само, S. 207; Bach, 1943; Gottschald, 2006). Формування етнонімів забезпечує чітке відокремлення свій – чужий з метою збереження національної ідентичності. Зазвичай у таких назвах виокремлюється риса, яка є нетиповою для носіїв мови. Це свідчить про стереотипне уявлення «добре – погано», «красиво – потворно», «правильно – неправильно». Тому аналіз таких мовних фактів сприяє реконструкції національної та ціннісної картини світу носіїв мови.

Назви грошових одиниць у структурі фразеологічних одиниць відображають стереотипне уявлення про цінність, вартість, дешевизну, кількість, користь, непотрібність тощо. Наприклад: *ein ganzer Batzen* – (розм.) дуже багато (*Batzen* – срібна монета, карбувалася із XV століття (до середини XIX століття у Швейцарії), бацен був еквівалентний 4 крейцерам або ж 16 пфенігам); *etwas ist keinen Cent/ Groschen/ Pfifferling/ Pfennig wert* – (розм.) щось нічого не варте (*Groschen* – назва монет різних європейських країн, що вперше були викарбовані в містах Північної Італії наприкінці XII століття поширилися в Європі. У результаті зменшення частки срібла у монеті набула низької вартості.; *Pfennig* – розмінна монета, що перебувала в обігу від часів Карла Великого аж до запровадження Євро в Німеччині у 2002 році. Впродовж століть була найменшою розмінною монетою (Das große Terra Münzen-Lexikon).

Укладання ономазіологічної основи смислоутворюючого компонента фразеологізмів сприяє виявленню стереотипізованих ознак образу, які формують основу внутрішньої форми і послуговували основою семіозису.

Стержневі компоненти представлені лексемою у структурі фразеологізма зазнають переосмислення на рівні виокремленої ознаки образу внутрішньої форми, обраної для категоризації і стереотипізації. Лексичні одиниці-антропоніми виконують номінативну функцію у повсякденному мовленні – називають ім'я людини. У структурі фразеологізмів ці лексеми пов'язані з певними образами чи пресупозиціями, які переосмислюються. Тому компонент-антропонім є сполучною ланкою між позамовним та мовним. Ця закономірність стосується лексем, що виконують функцію смислоутворюючих компонентів, які передають національно-специфічну інформацію різних фрагментів національної картини світу у цілісне фразеологічне значення.

Образ розуміємо як ієрархічний набір ознак, із якого обирається одна для основи семіозису. Виокремлена ознака (основа фразеотворення) зазнає переосмислення (категоризація), що сприяє утворенню нового мовного значення (стереотипізація). На позамовному рівні категоризована ознака формує сткркотипне уявлення про предмет.

Смислоутворююча лексема виступає рушійною силою фразеологічного семіозису – створення мовного знаку. Процес семіозису полягає у семантизації понять, предметів об'єктивної реальності, тобто у створенні мовного значення. Стержнева лексема вказує на образ, який володіє певним набором ознак. Одна чи декілька ознак сприймаються як основні/ детермінуючі, які відокремлюють образ від ряду подібних. Саме ці ознаки категоризуються – відносяться до певних категорій на основі подібних властивостей, характеристик тощо. Поняття чи предмет викликають у пам'яті мовця певний образ, який активує у мовленні відповідний до образу імпульс – мовний знак (Соссюр, 1998, с. 23). Один і той самий мовний знак, як конвенційна одиниця, пов'язується в узусі з однаковим поняттям, психічним образом, що забезпечує їх адекватне розуміння/ сприйняття і використання/ координацію (там само, с. 25).

Стереотипи виникають у результаті категоризації об'єктів, явищ, фактів позамовної дійсності (Tajfel, 1981, р. 200) як емоційно насичений образ, що самостійно формується у свідомості мовця, або передається від інших індивідів (Lippman, 1950, S. 46) як когнітивна інформація.

Категоризація базується на виокремлені виразних з погляду мовців ознак об'єкта, що створює певний образ. Виокремлюються і увиразнюються ознаки об'єкта на підставі їхньої важливості, цінності для етногрупи (Потебня, 2000, с. 65). Тому стереотипізований об'єкт не сприймається як детальний відбиток реальності, а фіксується в уявленні мовців у вигляді спрощеного образу, схеми або ситуації, що пояснюється особливостями мислення людини.

IV. Пресупозиція як основа семіозису

Відомо, що основою формування фразеологічного значення є внутрішня форма, яка пов'язана із позамовним предметом чи ситуацією. Зазначений зв'язок відбувається через виразну з погляду мовців виокремлену ознаку, яка відображає результат освоєння

позамовної реальності. Тому внутрішня форма розглядається дослідниками як основа фразеологічного семіозису.

Формування ономазіологічної структури фраземи відбувається на основі вибору ознаки образу внутрішньої форми. Цей процес є процесом мотивації, що відбиває лінгвопсихоментальну діяльність (Селіванова, 2012, с. 160).

Крім образів основою внутрішньої форми фразеологічного значення виступають пресупозиції. Термін «пресупозиція» належить Готлібу Фреге, який трактував це поняття як екстралінгвальну передумову/ основу, яка забезпечує істинне значення у імені (у значенні мовного знака), пов'язуючи мовний знак і його значення (Frege, 1892, S. 35-37).

Деякі мовознавці (Доннелан К., Дюкро О., Купер Д., Філмор Ч.) трактують пресупозицію як екзистенціальний факт (єдність об'єктів, комунікативно нерелевантні елементи значення), синтагматичні пресупозиції (семантичне визначення слова семантичними засобами іншого слова), комунікативні пресупозиції (рівень володіння адресатом базової інформації), конотативні (утворення додаткових значень). Низка дослідників розглядають пресупозицію як наказ чи обіцянка (Філмор Ч.), як компонент семантичного аналізу висловлювань (Бейкер А., Дюкро О., Лаккоф Дж., Кіпарські К., Купер Д.).

Через відсутність однозначності тлумачення терміну «пресупозиція» вважаємо за необхідне уточнити зазначене поняття. Ми розуміємо цей феномен у межах пропонованої розвідки як семантичну пресупозицію, яку Бацевич Ф.С. визначає як істинне судження (Бацевич, 2010, с. 136-142). Пресупозиція як основа внутрішньої форми фразеологізму на позначення стереотипу – це певна ситуація, схема поведінки, що відображає національно-культурну інформацію у фразеологічному значенні і передбачає національно-специфічну реакцію на зовнішні подразники. Пресупозиція передає стереотипне уявлення про дію/подію і є спільними когнітивними знаннями мовця і адресата.

Пресупозиція транслює екстралінгвальну інформацію складнішої структури, ніж образ. Ознака пресупозиції у основі внутрішньої форми передає не лише національно-специфічну інформацію, але й забезпечує когерентність структури фразеологічного значення. Оскільки фразеологічні одиниці розглядаються як мікротексти (Баран Я.А., Гаврись В.І., Пророченко О.П.), то пресупозиція виконує функцію його комунікативно-прагматичного компонента.

Пресупозицію в основі внутрішньої форми розглядаємо як: 1) ситуацію (національно-культурного чи транскультурного походження), 2) схему дії, 3) поєднання ознак образів і ситуації/ схеми дії (детальніше див. Orel, 2022).

4.1. Національно-культурна пресупозиція

Національно-культурна пресупозиція відображає фрагменти національної картини світу (вірування, забобони, міфологічне уявлення про світ, свята, звичаї, обряди, правила ведення господарства, правила поведінки, історичні події тощо), транслює ціннісні елементи у структурі фразеологічного значення. Національно-культурна пресупозиція послугувала основою внутрішньої форми для вираження, наприклад, стереотипу поведінки: 1) особлива/ нетипова поведінка: *eine Extrawurst gebraten (kriegen)* – поводитися не як інші; надавати комусь перевагу/ приділяти особливу увагу. Вираз походить із середньовіччя. У середні віки ковбаса була особливим делікатесом для бідних людей, тому отримати додаткову «зайву ковбасу» було рівносильним вияву особливої прихильності. Цей вислів також з'являється з таким же значенням у Авраама Санта-Клара (1644-1709), відомого августинського проповідника періоду бароко (WRARWiASUS); 2) нерозбірлива/ невибаглива поведінка: *Alles in einen Topf werfen/ schmeissen* – (розм.) нічого не диференціювати, усе плутати, до всього ставитися однаково, недопустимо узагальнювати; змішувати різні речі разом. Походження пресупозиції внутрішньої форми виразу походить із традицій приготування їжі. На відміну від іншого кухонного начиння (таких як миски, сковорідки), слово *Topf* має германське походження і, ймовірно, пов'язане з *tief*. Порівняно з варіантами *Dippen, Dürpen, Dörpen* тощо, які все ще широко поширені в діалекті сьогодні, саме Мартін Лютер першим запровадив нинішню форму слова в письмовій мові. Страви простого населення – кашу і юшку – варили в горщику, довільно змішуючи всі їстівні інгредієнти і розігриваючи на вогні або у печі. Каструлі, горщики (*Topf*) також є основним кухонним посудом у домашньому господарстві з XV століття; 3) чесність/ нечесність у поведінці: *Lügen haben kurze Beine.* – (присл.) на брехні далеко не заїдеш, (досл.: брехня має короткі ноги). Пресупозиція відображає міфологічне мислення, якому властива персоніфікація всього, що оточує людину. Персоніфікація, як один із видів метафоричного переосмислення

позамовної дійсності, полягає у приписуванні нехарактерних об'єкту властивостей/ рис/ ознак задля увиразнення образу чи ситуації в цілому або бажаної ознаки. Це прислів'я ґрунтується на тому, що людина з короткими ногами швидко втомлюється і не може досягти своєї мети. Цей вираз уже згадується у праці Юстуса Георга Шоттеля «*Extensive Work on Teutsche HauptSprache*» у 1663 році у варіанті «*Lügen haben kurze füsse*». Карл Краус (австрійський письменник, 1874-1936) продовжує цю метафору і пише: «*Daß die Lüge mit ihren kurzen Beinen jetzt gezwungen ist, rund um die Welt zu laufen, und daß sie's aushält, ist das Überraschende an diesem Zustand*» (WRARWiASUS)/ Дивно те, що Брехня зі своїми короткими ногами тепер змушена бігати по світу і може це витримати (перекл. наш).

4.2. Транскультурна пресупозиція

Транскультурна пресупозиція (на основі міфів (транскультурних, германських), біблійних переказів, транс- або іншокультурних пресупозицій, крилатих слів) відображає свої ознаки у фразеологізмі на позначення стереотипного уявлення про нерозсудливу/ нерозумну поведінку/ вчинки: *jemanden reitet der Teufel; jemand ist vom Teufel geritten* – (розм.) хтось діє необачно/ небезпечно/ дурно; хтось одержимий/ зухвалий/ фанатичний/ злий. Пресупозиція фразеологізму сформувалася на основі релігійних вірувань християн у злого демона, який провокує біди. У забобонах злі духи або навіть сам диявол їздять на шиї людей і шепочуть їм на вуха злі думки. На додаток до цих сидячих духів (*Succubus*), у світі демонів, звичайно, є також духи, що втягуються (*Incubus*), які роблять людей хворими зсередини або змінюють їх психіку. На основі тої самої пресупозиції виникли вирази: *Was hat dich (denn / bloß) geritten?* – (розм.) що в тебе вселилися?; *es ist der Teufel los* – (розм.) панує безлад, крах чогось (докладніше див. WRARWiASUS).

На основі грецької міфології утворилася низка фразеологізмів для позначення загальновідомих уявлень про типи поведінки, способи життя, уподобання, везіння, справедливність тощо. Наприклад: стереотипне уявлення про життя, сповнене задоволень і спокою, номінує фразеологізм *leben wie Diogenes in der Tonne* – (розм., жарт.) бути віддаленим від життя у суспільстві, жити у своє задоволення (вільний від соціальних обмежень), демонструвати простий невибагливий спосіб життя (Nickel, 2017).

У ході аналізу генеалогії пресупозицій виявлено поєднання таких, які мають міфологічне/ транскультурне та іншокультурне походження. Наприклад, стереотипна у різних культурах норма про дівочу чистоту і незайманість послугувала основою семіозису фраземи, яка вербалізує несподіванку. У результаті розгляду моральних принципів тої епохи, підтверджених також церковними догмами, робимо висновок, що несподіванка має негативну оцінку: *zu etw. kommen wie die Jungfrau zum Kind* – (розм.) дійти до ч.-н. випадково/ не доклавши ніяких зусиль. Незайманість матерів великих діячів є давнім мотивом у грецькій та азіатській культурах. Наприклад, кажуть, що Олександр Македонський (356-323 до н. е.) був зачатий від удару блискавки. Католицька церква також дотримується догмату про незаймане народження і водночас перебільшує його, виводячи з нього незайманість церкви та священства.

З цієї ідеї походить вислів: жінка, нічого не роблячи, народжує дитину. Оскільки насправді це неможливо, цей вислів часто описують як іронічний натяк, але тепер він перетворився на ідіому без глузливого відтінку. Спостерігається зміна компонента конотату фразеологічного значення. Пресупозиція демонструє дистанціювання від історії про непорочне зачаття і було задокументовано з 1922 року, але, згідно з Кюппером, вираз поширився з XIX століття (WRARWiASUS).

У ході розгляду шляхів фразеологічного семіозису на основі пресупозиції простежено свого роду контамінацію ознак образів і пресупозицій, яку можна спостерігати у різному поєднанні: 1) національно-культурний образ і пресупозиція того самого генезису; 2) образ і пресупозиція транскультурного походження; 3) національно-культурний образ і транскультурна пресупозиція; 4) транскультурний образ і національно-культурна пресупозиція.

4.3. Синтез ознак національно-культурного образу і національно-культурної пресупозиції

Аналіз корпусу досліджуваних одиниць виявив більшість випадків фразеологічного семіозису на основі поєднання ознак національно-культурного образу і національно-культурної пресупозиції. Наприклад, національно-культурний образ і пресупозицію використано для репрезентації стереотипу скупості/ощадливості – *Dazu hat Buchholz kein Geld!* Походження цієї

приказки сягає часів після Семирічної війни. Бухгольц був скарбником короля Фрідріха Великого. Якщо була пропозиція видатків, яку не можна було прийняти до уваги, він виступав із такою заявою: *Dazu hat Buchholz kein Geld* – (досл.) Бухгольц не має на це грошей. Цією фразою Великий Фріц вирішив кілька петицій: «*Dazu hat Buchholz kein Geld*». Протягом згаданого вище періоду це твердження повторювалося настільки часто, що воно стало прислів'ям. Інші культурно-історичні фрази з подібним значенням є також популярними. Ось як реагують на зухвалість здійснення будь-яких витрат: «*Es ist der Bauer mit dem Gelde noch nicht gekommen*» (досл.: Фермер ще не прийшов з грошима). Це означає, що ніхто, хто б вони не були, ніколи не приносив мені грошей (HWSRE). Відбулася заміна образу Бухгольц – фермер, але за рахунок збереженої пресупозиції-ситуації значення модифікованих усталених виразів зрозуміле.

Стереотипне уявлення про бідність вербалізує фразеологічна одиниця *arm wie eine Kirchenmaus sein* – (розм.) бути дуже бідним, не мати засобів до існування (фольклорне походження). Оскільки миші зазвичай сидять у коморах, де є їжа для них, то церковна миша бідна, бо в церкві цього немає. Це образне порівняння поширене також у Шотландії та Франції, що говорить про її давнє походження (WRARWiASUS).

Стереотипне уявлення про підтримку у складній ситуації вербалізоване фразеологізмом *jmdm. unter die Arme greifen* (на основі звичаїв проведення лицарських турнірів). Пресупозиція приказки (початок XVII століття) прозора: якщо комусь загрожує падіння, ви підтримайте його, подавши йому руку/ підтримавши під руку. Під час лицарських турнірів падіння лицаря під час поединку означало поразку. Через важкі обладунки лицар не міг самотужки підвестися. Тому йому необхідна була підтримка подібного роду, щоб не програти чи навіть зберегти собі життя (WRARWiASUS). Перше значення «підтримати когось у складній ситуації» згодом трансформувалося у «допомагати», «сприяти комусь (у важкому проекті, у делікатній ситуації тощо)»; «підтримувати кого-небудь (у чомусь, з чим-небудь)» (DWDS).

4.4. Поєднання транскультурного образу і національно-культурної пресупозиції

Поєднання ознак транскультурного образу і національно-культурної пресупозиції реалізується у внутрішній формі фразеологізму на позначення стереотипного уявлення про спокійне і забезпечене життя – *leben wie Gott/ Herr in Frankreich* – жити як у раю/ як у бога за пазухою. Існує декілька версій походження ФО: 1) після Французької революції 1789 року релігію було замінено «культу розуму», у результаті чого Франція асоціювалася із раєм, оскільки не було більше складних релігійних обмежень; 2) пресупозиція ФО пов'язана із розкішним життям знаті у Франції до Революції (WRARWiASUS). Аналізований вираз виник у результаті об'єднання в основі внутрішньої форми ознак образу Бога (у ході метафоричного перенесення життя Богів на Олімпі виникло уявлення про життя християнського Бога у Раю (WRARWiASUS) і пресупозиції – вільного способу життя у сусідній країні.

Поєднання із національно-культурною пресупозицією демонструють фразеологічні одиниці із компонентами міфологізмами, біблеїзмами, а також іменами всесвітньо відомих людей не німецького походження (науковців, політичних діячів, митців, акторів, художників).

Для реалізації гетеростереотипів внутрішню форму фразеологічної одиниці укладають ознаки образу представників іншомовної культури (не транскультурного походження) і національно-специфічної ситуації. Зазвичай аналіз таких стереотипів виявляє бачення та оцінку мовцями безпосередньо ситуації та виокремлення рис/ характеристик представників чужої етної групи, які зазнають стереотипізації, наприклад: *englisch einkaufen* – (розм., рідко) вкрасти. Вираз виходить із ужитку, оскільки має дискримінуючий характер. Аналогічне значення має фразеологічна одиниця *polnisch einkaufen* – (розм., рідко) вкрасти. Через зневажливе значення фразема виходить із ужитку. Існує версія, що вираз певною мірою поширився після падіння залізної завіси наприкінці ХХ століття, але він є трохи старшим і використовується дуже рідко через його образливий характер (WRARWiASUS).

Стереотипне уявлення про невивічливу поведінку презентують фразеологізми *sich französisch/ auf Französisch empfehlen/ verabschieden; einen französischen Abschied nehmen* – (розм.) піти, не

попрощавшись. Зневажливе ставлення, в якому звинувачували французів у XVIII столітті: вони йшли з вечірок і свят, не попрощавшись з господинею (WRARWiASUS). Укладачі фразеологічного словника «Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache» вважають пресупозицією зазначених фразеологізмів історію, яка трапилася у 1717 році. Й. Бах поїхав до Дрездена, щоб відвідати свого сина Філіпа Емануеля. У той час французький віртуоз гри на фортепіано та органі Луї Маршан створював собі неабияке ім'я. Бах викликав його на змагання віртуозів, але Маршан, таємно прослухавши гру Баха на органі, вважав за краще попрощатися французькою, тобто він не захотів змагатися і швидко та непомітно пішовши.

Кожна нація любить надавати негативні характеристики іменам сусідніх народів. Подібна фраза також є в Англії (*french leave*) та в Іспанії (*despedirse a la francesa*). У Франції, навпаки, кажуть «*s'excuser à l'anglaise*» (буквально: попрощатися англійською, порівняйте «злити») (там само).

Присутність автостереотипного образу у структурі внутрішньої форми забезпечує зазвичай позитивну оцінку: *etwas auf Deutsch sagen/ reden* – (розм.) сказати щось чітко і зрозуміло; *mit jdm. Deutsch reden* – (розм.) висловлюватися чітко і зрозуміло. Цей вислів використовувався з XV століття і досі містить початкове значення «*deutsch*», а саме «*verständlich*» (також у значенні «*volkstümlich*»). Спочатку це було пов'язано з Карлом Великим та з відмежуванням від усіх романських мов, але особливо від латинської. Це також стосується пізнього середньовіччя та раннього Нового часу, коли латинь жила як мова вчених і була незрозумілою для людей. Це розмежування між (латинською) технічною мовою та загальнонімецькою мовою також присутнє у виразах «*Anglerlatein*» та «*Jägerlatein*» (WRARWiASUS).

Національно-культурний образ і транскультурна пресупозиція. Національно-культурний образ і транскультурна пресупозиція поєднують свої ознаки у внутрішній формі ФО, що репрезентує стереотипне уявлення про розум: *der kleine Einstein sein* – (розм., жарт.) бути маленьким Ейнштейном (бути розумним, кмітливим – про дитину); *klug wie Einstein sein* – (розм.) бути дуже розумним. Стереотипне вираження невдоволення вербалізують крилаті слова Й. В. Гете *so was lebt, und Schiller mußte sterben* – (розм.) це абищо живе, а Шиллер мусив вмерти (Oldphras).

Транскультурний образ і транскультурна пресупозиція формують внутрішню форму фразем, поєднуючи ознаки як ознаки образів, так і пресупозицій/ ситуацій міфологічного, біблійного, транскультурного походження. Наприклад: *Politisch ist englisch reden und teuflisch meinen* [<https://www.sprichwoerter.net>]. – (розм.) політика – це коли *говорять англійською а думають як нечисть*; *Abfall der Niederlande!* – (розм.) вигук відмови (Oldphras).

V. Причини семантичного розвитку

Причина будь-якої зміни у мові обумовлена природою і призначенням самої мови, або, інакше кажучи, оптимальним виконанням мовою її основних функцій – комунікативної, номінативної та експресивної. Саме адекватні комунікативні запити мовців і є першоджерелом усіх мовних змін.

Ці зміни виникають в процесі комунікації. Зміна семантики мовних знаків ілюструє розвиток мови, що відображає розвиток суспільства. Причини, обумовлені потребою тих, хто говорить, висловлювати свої думки і позначати оточуючі їх предмети, можна назвати когнітивними або комунікативними. А причини, обумовлені потребою висловлювати свої почуття можна назвати емотивними. У працях кінця ХІХ – початку ХХ століття називалося психічними, психологічними, фізіологічними і іншими схожими причинами.

Причини семантичних змін (описані Хатцфельд Г., Есперсен О., Кронассер Г., Ульман С., Левицький В. В.) у мові зазвичай діляться на дві групи – екстралінгвістичні (Keller, 2003; Schippan, 1975; Schmehl Annette, 2006) та інтралінгвістичні (Щербачук, 2000).

Щоб зрозуміти сутність природи семантичних змін, необхідно брати до уваги історичні умови існування мови і її структурну специфіку, яка встановлює правила її функціонування, а також обумовлює різну мовну реакцію на суспільні стимули. Саме історія народу визначає напрямок змін у словниковому складі мови, оскільки вона є стимулом для розвитку лексики.

VI. Позамовні шляхи семантичних модифікацій фразеологічного значення

Переоцінка, переосмислення категоризованих ознак образу сприяє семантичному розвитку фразеологічного значення. Частина фразеологізмів зазнає семантичного розвитку без зміни структури

виразу. Значення фразеологізму змінюється під впливом позамовних чинників, які сприяють виокремленню і стереотипізації різних ознак образу внутрішньої форми, відповідаючи потребам мовців у певний історичний період.

Прикладом може слугувати фразеологізм (*viel*) *Herz haben (für jemanden/ etwas)* – (розм.) емоційний/ сентиментальний/ сердечний (добрий)/ співчутливий/ бути корисним; мати емпатію (WRARWiASUS). У багатьох виразах серце вважається центром людського життя і осередком усіх життєвих сил. Відповідно до старих повір'їв, усі емоційні рухи походять із серця або впливають на серце. Це стосується як позитивних пристрастей (любов, співчуття, чесність і радість), так і негативних почуттів (ненависть і заздрість). Серце теж відчуває горе людини (хтось хапається за серце або гризе його), але воно може і стрибати від радості або стискатися від болю чи смутку. Серце також має різну вагу (важке, легке) і температуру (тепле, холодне) залежно від того, як воно відчувається, кожна з яких пов'язана з матеріалом, з якого воно сформоване (золото, камінь). Інші характеристики серця включають його консистенцію (тверде, м'яке), його силу (сильне, слабе), його форму (ціле, наполовину) і його розташування (на язика, в обох руках, у потрібному місці тощо). Можна завоювати або розбити чуже серце, але часто ви носите когось або щось у своєму серці. Нібито є люди, здатні зазирнути в чиесь серце. Мати серце – означає мати співчуття до людей і тварин, бути людяним, мати емпатію.

Завдяки такому багатогранному сприйняттю одного із головних соматизмів образ серця впливає на модифікацію фразеологічного значення. У наведеному прикладі відбувається зміна денотативного складника.

Як бачимо, при збереженні структури фразеологізма відбувається зміна значення. Затемнюється перше значення. Натомість образ, який є ономазіологічною основою семіозису, видозмінюється за рахунок вибору його інших характеристики. Проте виявлені випадки, коли перше і наступне/ наступні значення існують паралельно, реалізуючи прагматичні властивості ускладненого мовного знака в умовах контексту. Таку зміну ономазіологічної основи розглядаємо як розвиток образу чи пресупозиції, ознаки яких формують основу внутрішньої форми.

Інший спосіб зміни фразеологічного значення відбувається шляхом зміни його оцінки при збереженні структури виразу. Виявлено два способи зміни оцінки: 1) у ході семантичного розвитку

фразеологізму змінюється оцінка першого і єдиного значення; 2) виникає друге значення, яке транслює протилежну до першого оцінку. Наприклад, фразеологізм *ein großer / dicker Fisch sein* – (розм.) 1) бути розшукуваним злочинцем (негативна оцінка); 2) бути важливою персоною (позитивна оцінка).

Як бачимо, зміна фразеологічного значення здійснюється у ході розвитку образу внутрішньої форми: 1) шляхом зміни оцінки значення стереотипізованої ознаки; 2) шляхом переосмислення значення стереотипізованої ознаки (вторинна метафоризація); 3) вибір іншої ознаки образу. Стимулом до розвитку образу внутрішньої форми є позамовні чинники: зміна ідеології, політичні, економічні, соціальні, культурні зміни.

VI. Взаємодія мовних і позамовних чинників у процесі семіозису

6.1. Типи основ семіозису

Позамовні та мовні чинники семантичного розвитку фразеологізмів діють комплексно. З метою виявлення таких чинників та способів їх взаємодії розглянемо роль ономасіологічної основи фразеотворення.

У ході аналізу фактичного матеріалу дослідження виявлено, що ономасіологічною основою семіозису фразеологізмів є образ (транскультурний/ національно-культурний) або пресупозиція (транскультурна/ національно-культурна), які передають транскультурну або національно-культурну інформацію. У ході аналізу фактичного матеріалу виявлено також незначну кількість образів і пресупозицій, які мають іншокультурне походження (*der heilige Kuh* – священна корова – (розм.) недоторканна особа, тема обговорення тощо). Корова – священна тварина у індійців та мусульман.

До ономасіологічної основи транскультурного характеру фразеологізмів відносимо образ чи пресупозицію біблійного або міфологічного походження. У ході укладання ономасіологічного портрету фразеологізмів встановлено, що основою внутрішньої форми може бути образ, презентований лексемою у структурі фразеологізму, або пресупозиція, представлена словосполученням, що адресує до біблійного сюжету чи міфу.

Наприклад, стереотипне уявлення, презентоване біблійним образом: «щось давнє, старе» – *der alte Adam* – давні звички, пережитки минулого; *im Adamskostüm sein* – бути голим. Стереотипне бачення чогось хорошого, затишного, благополучного передає фразеологізм *wie in Abrahams Schloß sitzen* – жити як у раю, як у бога за пазухою.

Пресупозиція біблійного походження послугувала основою для створення стереотипного уявлення про зраду/ підступність *ein Kainszeichen/ Kainsmal tragen* – носити вину на собі; бути визнаним як зрадник; *den Judaslohn bekommen* – бути зрадженим.

Для вираження стереотипу про нестерпні муки використовується міфологічний образ Тантала – *Tantalsqualen leiden* – (досл.) зазнати мук Тантала; (розм.) нестерпне страждання; усвідомлення близькості бажаної мети і неможливості її досягти. Стереотипна назва вразливого, хворого місця – *Achillesferse haben* (на основі переказу про Ахілеса); *wie Castor und Pollux* – (розм., рідко) нерозлучні друзі (на основі міфу про синів Зевса).

Зауважимо, що у структурі фразем виявлення онімів Грецької міфології частіше. Значно рідше зустрічаються оніми із германських міфів, наприклад: *Hackelberg kommt (wohl) angezogen* – сильний шум. *Nibelungentreue/ treu wie Nibelungen* – (жарт.) безумовна вірність/ відданість до самої смерті (DWDS).

Стереотипні уявлення про складну ситуацію, безвихідь чи небезпеку, вербалізують фразеологізми, що виникли на основі пресупозиції на базі міфів: *gordischen Knoten durchhauen* – (розм.) розрубати Гордіїв вузол (відомий міф про вузол у святині Зевса (GEOlino)); стереотипне уявлення про безвихідь репрезентує ФО *zwischen Skylla und Charybdis geraten* – потрапити у скрутне, безвихідне становище (GEOlino); стереотипне бачення загрози, небезпеки вербалізує фразема *das Schwert des Damokles/ Damoklesschwert schwebt über jemandem* – над ким ось нависла небезпека; щасливі дні закінчуються (GEOlino); *Herkulesaufgabe/ Herkulesarbeit machen/ Hercules am Scheidewege* – виконувати складну роботу, з якою впорається лише фізично сильний чоловік (WRARWiASUS).

Низка фразеологізмів акумулює у фразеологічному значенні національно-специфічну інформацію. Такі фраземи виникли на основі вірувань (імена Святих, Духів), забобонів (евфемізми), фольклору (казкові герої), літературних творів (герої, події літературних творів), структурними компонентами яких є

антропоніми, що позначають поширені імена народних героїв, бандитів; прізвиська, прізвища, імена відомих людей (науковців), видатних особистостей (королів, генералів, художників тощо).

На основі національно-культурного образу представлено стереотипне уявлення про: сміливість *Doller Otto* – смілива людина (Oldphras); невдачу: *den flotten Otto haben/ flotter Heinrich* – (розм., фам.) зазнати краху (*salopp, oft abwertend – Flotter Otto ist genau der richtige Kosenamen für Durchfall* (DWDS)); звичайний, середньостатистичний: *Otto Normalverbraucher* (WRARWiASUS)/ *Otto Normalbürger* (DWDS) – (розм.) середньостатистичний громадянин; старанність: *Otto heiten* – (розм., Westf.) бути дуже старанним (про людину і про предмети) (Wander).

Компонент-антропонім *Otto* – це німецьке поширене чоловіче ім'я. Традиційне ім'я багатьох імператорів, королів, графів і герцогів, відоме в Німеччині понад 1200 років. Популярність тривала майже 100 років тому, потім ім'я вийшло з моди (Vornamenlexikon). Різні стереотипи названо фразеологізмом із зазначеним компонентом, вказуючи на характеристики образу ономасіологічної основи – типового німця.

Варто зауважити, що використовуючи один і той самий антропонім, використано різні образи, які мають різні джерела походження, наприклад, *Otto Normalverbraucher* походить від героя художнього фільму *Berliner Ballade* (1948), у якому зображені труднощі типового репатріанта війни. Вигадане прізвище персонажа фільму *Otto Normalverbraucher* – це ім'я, засвідчене з 1939 року, для одержувача середнього продовольчого чи товарного пайка в економіці дефіциту воєнного та післявоєнного періодів.

Після 1950 року *Otto Normalverbraucher* для позначення пересічних громадян широко вживався, особливо в газетних текстах. З 1990-х і 2000-х років *Normalo* і *Max Mustermann* були додані як еквіваленти (Wortgeschichte zu Otto Normalverbraucher). Інші фразеологізми з компонентом *Otto* не пов'язані з конкретним образом. Ймовірно цей антропонім використано через його популярність у певний історичний період.

Стереотипне сприйняття розуму: *klug wie Einstein*; дурості – *dumme Liese* (розм., зневажл.); дурниці: *Faule Trine* – це дурниці/ нісенітниця; неправильні/ непродумані дії/ вчинки (вираз вийшов із ужитку); лінощі: *der faule Hans/ Heinz* – ледачий (про чоловіка). *Der faule Heinz* – назва шванку. Ледачий Ганс одружився на ледачій

Тріні з думкою про те, що дружина випасатиме кіз, а він нічого не робитиме, лежатиме і відпочиватиме (WRARWiASUS).

Зауважимо, що фразеологізми *Faule Trine* та *der faule Hans/Heinz* мають однотипову структуру *faul* + антропонім. Проте ці вирази називають різні стереотипи. Очевидно, що це відбувається через стереотипізовані ознаки образу внутрішньої форми, до якої звертається антропонім.

Фразеологізми з компоненто-антропонімом на основі національно-культурної пресупозиції представляють стереотипи про: відвагу, героїзм, сміливість: *rangehen wie Blücher* – сміливо кинутися вперед (WRARWiASUS) (ФО виникла на основі подій війни з Наполеоном, під час якої Гейгард-Леберехт фон Блюхер – прусський генерал-фельдмаршал відзначився перемогами у битвах під Лейпцігом і Ватерлоо, очолюючи атаки солдат, надихаючи їх власним прикладом (Wikipedia)). Стереотипне уявлення про марну, непотрібну роботу презентовано фразема *etwas für den Alten Fritz(en) machen* – (розм., зневажл.) робити щось даремно, яка утворилася на основі звичок прусського короля Фрідріха II (1712-1786), що прославився надзвичайною любов'ю до розкошів і марнотратства. Ім'я *Fritz* – скорочена форма від *Friederich*. (*Früher war alles für den Alten Fritz, heute fürs Finanzamt.*) (Für den alten Fritz).

6.2. Зміна значення шляхом виокремлення нової ознаки образу та структурними змінами фразеологізму

У ході укладання ономаціологічного портрету внутрішньої форми фразеологізму встановлюємо ті ознаки образу чи пресупозиції, які у результаті переосмислення стали основою семіозису. Наприклад, фразема *gordischen Knoten durchhauen* має цікаву ономаціологічну основу. Перекази свідчать, що цар Гордіос зав'язав канат у складний тугий вузол. Оракул оголосив пророцтво про те, що той, хто розв'яже вузол, буде правителем Азії. Багато чоловіків намагалися виконати це завдання, що й описано Плутархом у 333 році (Словопедія; Wikipedia). Тому перше значення фразеологізму *der gordische Knoten* – складне завдання – утворилося на основі виокремленої ознаки пресупозиції (складне, нереальне для виконання завдання), яка є основою внутрішньої форми. Але, як засвідчують історичні джерела, Олександр Македонський розрубав Гордіїв вузол, не намагаючись його розплутати (Brockhaus, 1994,

S. 98). Поява нової ознаки пресупозиції стала поштовхом для розвитку фразеологічного значення та сприяла модифікації структури фраземи – *den gordischen Knoten durchschlagen/ lösen* – енергійно вирішити складне питання несподіваним способом, прийняти неочікуване рішення.

Як бачимо, зміна структури пресупозиції за рахунок зміни вибору ознак, сприяла семантичній трансформації фразеологізму. Відбувся дорозвиток пресупозиції – ономасіологічної основи фраземи, з'явилися нові характеристики пресупозиції, одна з яких стала мотиватором вторинного фразеологічного семіозису, активованого позамовними чинниками. У структурі фразеологічного значення змін зазнав денотат (складне завдання → вирішення завдання), модифікувався конотативний компонент (негативна → позитивна оцінка), посиливши інтенсивність фразеологічного значення (за рахунок структурної зміни фразеологізму – додався дієслівний компонент *durchschlagen*, інтенсивність значення якого вплинула на конотат (експресивність) фразеологічного значення).

Ще один приклад зміни вибору ознаки образу. *Gretchen* («Faust»): *Gretchenfrage haben* – (розм., жарт.) мати дуже важливе і складне питання, від якого багато залежить (залежить чиясь доля); *Gretchenfrisur haben* – (розм.) зачіска блондинки із довгими заплетеними косами (DWDS).

Зміна фразеологічного значення досліджуваних одиниць відбувається також у результаті: 1) зміни/ дорозвитку образу внутрішньої форми (маємо на увазі, появу нових ознак образу, виокремлення яких сприяє повторній стереотипізації, яка, у свою чергу, відображається у зміні фразеологічного значення); 2) зміна вибору ознаки/ поява нової ознаки, яка є основою семіозису; 3) зміни оцінки однієї і тієї самої стереотипізованої ознаки образу. Зауважимо також, що указані шляхи модифікацій фразеологічного значення можуть бути задіяні комплексно.

Дорозвиток образу основи внутрішньої форми фразеологізму відбувається під впливом позамовних чинників, а зміна структури фразеологізму – у результаті національно-специфічного переосмислення виокремлених ознак образу і потреби їх лінгвалізації.

6.3. Зміна значення шляхом переосмислення вже стереотипізованої ознаки – вторинна метафоризація

Процес вторинної метафоризації полягає у використанні існуючих мовних знаків у новій семантичній функції, тобто, для позначення нових денотатів. Цей процес, на думку Гриценко П.Ю., Грошко Т.В., свідчить про природній розвиток мови, що відображає результати практичної і духовної діяльності людини, забезпечуючи комунікативні потреби соціуму (Грошко, 2007; Гриценко, 1984, с. 45). Вторинна метафоризація є процесом номінації, яка відбувається на основі асоціативних зв'язків, завдяки яким проходить процес мислення. Переосмислення образу чи пресупозиції внутрішньої форми фразеологізмів реалізується різними способами: переосмислення вже категоризованої ознаки, переоцінка існуючого значення, вибір нової ознаки образу чи пресупозиції, асоціативне поєднання/ синтез ознак тощо. У результаті вторинної метафоризації фразеологічне значення модифікується, отримавши нові семантичні елементи, при цьому втративши або зберігши попередні. При збереженні попереднього значення спостерігаємо явище полісемії.

Такий спосіб фразеологічного семіозису може проходити з використанням тої самої форми вираження (збереження структури фрази), або змінюючи компонентний склад структури фразеологізму.

6.3.1. Збереження форми вираження при розширенні фразеологічного значення

Модифікація фразеологічного значення відбувається за рахунок виокремлення не однієї ознаки образу чи пресупозиції внутрішньої форми, а двох/ декількох ознак. Кожна з виокремлених ознак категоризується. На базі кожної з категоризованих ознак формується нове значення. Форма вираження мовного знаку часто лишається незмінною. Прикладом до сказаного може бути образ біблійного персонажа Єви чи Адама.

Образ біблійного першого чоловіка *Adam*, якого було вигнано з раю, послугував ономасіологічною основою низки фразеологізмів на позначення стереотипів про: 1) вік людини (*der alte Adam* (WRARWiASUS) – літня людина); 2) оцінку сучасного/ застарілого (*der alte Adam* – давні звички, пережитки минулого). Наведені приклади ілюструють національно-специфічне переосмислення однієї

виокремленої ознаки образу *Adam* – старий (про людину) → давній (звички) → не сучасний (пережитки – про звички, правила, оцінки).

Зміна значення фразеологізму при збереженні форми вираження може відбуватися у площині конотату, а саме, зміні оцінного компонента. Зміна оцінки відбувається у результаті переоцінки стереотипізованої ознаки. Це викликано модифікацією ціннісної картини світу носіїв мови.

6.3.2. Зміна форми вираження шляхом зміни або залучення нових лексичних компонентів

Повторне переосмислення вже відомих виокремлених ознак впливає на зміну поняття/ денотата, для вербалізації якого інколи необхідно залучати нові структурні компоненти у будову фразеологізму. Наприклад, стереотипне поняття про час (*seit Adam und Eva* (WRARWiASUS) – з давніх давен, завжди); зміни на краще (*den alten Adam ausziehen/ ersäufen/ ablegen/ ertränken/ abstreifen* (WRARWiASUS) – стати новою людиною; змінитися на краще (про людину, предмети); відмовитися від старих, шкідливих звичок) – утворилося на основі виокремленої ознаки образу «старий», яка трансформувалася у «давній». Зміна лексичного наповнення фразеологізму сприяла вербалізації антонімічного поняття «новий/ оновлений», що виникло у результаті переосмислення вже виокремленої ознаки. Тобто, повторна стереотипізація сприяє вторинному фразеологічному семіозису.

Поява нових ознак аналізованого образу спричинена, на нашу думку, метафоричною алюзією – використанням вже переосмислених ознак образу у ролі натяку на «щось непотрібне, нецікаве, нерациональне»: *bei Adam und Eva anfangen* (WRARWiASUS) – (розм., фам.) 1) робити довге вступне слово/ товкти воду в ступі; 2) постійно повертатися до тої самої теми; 3) постійно пояснювати вступну інформацію, не приступаючи до головної теми; 4) довести справу до середини/ не завершити роботу і знову почати з початку.

У результаті використання алюзії попередня стереотипізована ознака образу «старий» не актуалізується/ ніби розчиняється у основі наступного етапу семіозису. Семіми диференційної семи виокремленої ознаки «старий/ застарілий/ несучасний» імпліцитно присутні у нових ознаках образу. Нові ознаки стереотипізованого образу виникають у результаті подальшого розвитку виокремлених попередніх ознак на основі цілісного образу внутрішньої форми.

Вважаємо, що укладання ономасіологічної основи фразеологізмів не обмежується лише філологічним, етимологічним, історичним, культурологічним, лінгвокультурологічним аналізами. Варто прослідкувати вектори розвитку сем і семемного наповнення виокремлених ознак образу, які можуть мати подальші модифікації в умовах ціннісної картини світу, лінгвокультури і виявляти національно-марковані у семантичному плані результати. Шляхи розвитку фразеологічного значення, незалежно від джерела походження ономасіологічної основи, володіють суто національно-специфічним характером, сформованим умовами існування мовців.

6.3.3. Виокремлення нової ознаки пресупозиції зі збереженням форми вираження

Низка фразеологізмів зазнає трансформації значення через увиразнення іншої ознаки образу внутрішньої форми. Прикладом може бути *Ariadnefaden finden*. Ономасіологічною основою фразеологізму є образ клубка ниток Аріадни (дочки царя Міноса), яка подарувала його Тесею перед входом в печеру Мінотавра, щоб той міг знайти вихід після вбивства страховиська (WBI). На основі образу міфологічного походження (клубка ниток, які врятували героя) використано ознаку – «вихід/ порятунок», що мотивувало фразеологічне значення «знайти вихід». У результаті переосмислення указаної ознаки (нитка врятувала → призначення ниток → допомагати) виникло нове фразеологічне значення (на рівні семи) – «допоміжний засіб». У результаті подальшого переосмислення (допомагати → направляти/ скеровувати) утворилося фразеологічне значення (додалася сема) «напрямок руху» (у переносному значенні). У сучасних німецьких словниках зафіксовано значення «велика кількість взаємопов'язаних напрямів, шляхів для досягнення чогось» (WPRRASU; DWDS).

Очевидно, що семантичний розвиток аналізованої фрази відбувається завдяки виокремленню нових ознак образу внутрішньої форми: перша група ознак – клубок ниток як порятунок → як засіб досягти мети → як вірний напрямок рух; друга група ознак – клубок ниток як сукупність волокон → вказує на велику кількість взаємопов'язаних шляхів/ можливостей досягнення мети. За основу внутрішньої форми вторинного семіозису взято не міфологічний образ дочки царя, що рятує героя, а лише добре відому стереотипізовану ознаку – клубок ниток. Відбувається редукція

первинного образу внутрішньої форми. У ході формування модифікованого фразеологічного значення із імпліцитним використанням вже стереотипізованого добре відомого (але редукованого) образу Аріадни відбувається виокремлення нової ознаки з опорою на фрагмент образу внутрішньої форми – *Faden*. Компонент антропонім *Ariadne* у структурі фразеологізму адресує фразеологічне значення до первинної пресупозиції, хоча її семантичні ознаки у структурі значення не виразні/ майже стерті.

6.3.4. Зміна значення шляхом переоцінки стереотипізованої ознаки зі структурними змінами фразеологізму

Розвиток фразеологічного значення у результаті переоцінки стереотипізованої ознаки образу спричинюється зміною фрагментів ціннісної картини світу, її ціннісними орієнтирами. Наприклад, фразеологізм з компонентом *Fritz* (поч. XIX ст.) вербалізує стереотип «померти»: *den Alten Fritzten besuchen; sich beim Alten Fritzten im Hauptquartier melden* (WBI) – (жарт.) вмерти. На початку XX ст. зафіксовано фразеологізм *als der Alte Fritz sich die Hosen mit Reißzange anzog* (WBI) – (жарт.) давно. Змінилося сприйняття образу.

Раніше (XVI ст. (DWDS)) ім'я *Fritz* вживалося для негативного зневажливого позначення будь-якого чоловіка. Згодом (кін. XX ст.) антропонім *Fritz* почав вживатися у нейтральному значенні. Наприклад: *Ein »Durchschnittsbürger«, so Fritze, habe dergleichen damals nicht »begründet mutmaßen« können.* (Die Zeit, 2000, №3). З кінця XX ст. у фразеографічних джерелах (WRARWiASUS) зафіксовано фразеологізм з компонентом *ein ...fritz / ...fritze* на позначення фахівця (модель словотвору дозволяє утворити назву спеціаліста будь-якої галузі): (*z.B. Computerfritze, Autofritze, Werkstattfritze, Versicherungsfritze*) – (розм.) хтось, хто спеціалізується у певній галузі. Наприклад: *Ich bekam als junger Fritze die Chance, Wagner zu spielen!* (Die Zeit, 2012, №2); *Der Werkstattfritze musste 100er Gewichte montieren, um die Unwucht wegzukriegen* (Amtel Planet).

Компонент антропонім *Fritz* у структурі фраземи *Quengelfritzen, Kritzefritze sein* вказує на характер чоловіка – бути сентиментальним (Wander). Фразеологічне значення передає позитивну оцінку.

Як показує аналіз розвитку семантики фразеологізму із компонентом *Fritz* відбулася переоцінка образу внутрішньої форми фразеологізму. Номінація образу короля, який не викликав поваги у

народу, сприяє виникненню зневажливо-жартівливого відтінку значення у конотативному компоненті фразеологічного значення. Оскільки ім'я було популярним, воно використовується у складі інших фразеологізмів, які номінують різні стереотипні уявлення. При цьому змінюється відтінок значення і оцінки: жартівливий (зневажливо-негативна оцінка) → розмовний (нейтральна/амбівалентна оцінка) → сентиментальний (амбівалентна/позитивна оцінка).

Не задіяні у породженні внутрішньої форми ознаки образу зберігаються імпліцитно. Імпліцитна інформація на рівні конотативних компонентів існує саме завдяки неявному впливу цілісного образу. На нашу думку, вони забезпечують дериваційний потенціал образу в процесах лінгвалізації об'єктивної реальності. Використання неактуалізованих/пасивних ознак образу у внутрішній формі однієї фразеологічної одиниці сприяє семіозису іншого фразеологічного значення. Причому той самий образ може відноситись до іншої категорії на підставі виокремлення інших ознак і репрезентувати інший стереотип.

VII. Мовні шляхи семантичних модифікацій фразеологічного значення

Мовні шляхи розвитку фразеологічного значення демонструють звуження чи розширення значення, лексичний зсув, енантіосемію, елімінацію.

7.1. Звуження – зменшення кількості позначуваних мовним знаком об'єктів – *eine polnische Wirtschaft* – (розм., зневажл., застар.) безлад; плутанина; неохайність; неефективні дії; безгосподарність. Припускали, що поляки нездатні до ефективної господарської діяльності та цілеспрямованих дій, а також виражається моральне обурення марнотратством та естетичну огиду до нечистоти. Борхардт 1894 року так визначив це: «... плутанина і безлад, з якого нічого не виходить, як це було в багатьох польських рейхстагах». Перше письмове свідчення ідіоматичного використання виразу зафіксовано в 1784 році Йоганном Георгом Форстером, який описував повний економічний безлад у сусідніх з Німеччиною областях. Цей вислів часто використовувався до ХХ століття і стосується зубожіння та економічного занепаду на польських територіях під чужим пануванням, у чому звинувачували нібито відсутність почуття порядку у поляків. Підтримуваний німецьким націоналізмом, що

зароджувався, зарозумілий стереотип використовувався для презирливого ставлення до поляків (докладніше див. Kordel). У сучасних словниках німецької мови зафіксовано як синонімічне значення до «неприбрана кімната», «домашнє господарство у поганому стані» (Wiktionary). Низка словників вказує на некоректність виразу і зазначає вихід із ужитку.

7.2. Розширення – збільшення кількості позначуваних мовним знаком об'єктів – *bei Adam und Eva anfangen* – 1) робити довгий вступ/передмову; довго підходити до суті справи; 3) пояснити всю попередню інформацію, перш ніж перейти до самої теми; 4) дійти до півдороги/ півтеми виступу і знову починати спочатку; *Hansdampf in allen Gassen* – 1) активний/ 2) багатосторонній/ 3) зайнята людина.

7.3. Лексичний зсув – переосмислення (зсув) одного із колишніх властивих значень – *rangehen wie Blücher* – (розм.) сміливо/ енергійно братися до справи; наполегливо фліртувати. Блюхер був пруським генералом, який виграв важливі битви у Визвольних війнах Наполеона завдяки своїй сміливості. «Маршал Форвертс», як його також називали, переміг під Лейпцигом у 1813 році та під Бель-Альянсом у 1815 році – тут він зміг рішуче підтримати англійців проти Наполеона в битві при Ватерлоо. Вираз зазвичай вживається в сенсі еротичного бажання завоювання; *wie Zieten aus dem Busch* – (розм.) раптово й неочікувано. Генерал Ганс Йоахім фон Цітен (1699-1786), учасник Семирічної війни, став відомим завдяки ефективній та оригінальній тактиці ведення бою: гусари під його керівництвом нападали на ворога зі своїх засідок, якими слугували густі чагарники. Раптовість вирішувала долю бою на користь військ Цітена. Образ генерала, внаслідок асоціації з раптовою появою, набув символічного значення в німецькому етносоціумі. Закріпленню в усусі сприяв вірш Т. Фонтане «Der alte Zieten»: *Wie Zieten aus dem Busch* (DWDS). Іменник *Busch* означав у XVIII ст. не лише «кущ», але й «густі чагарники», «зарослу необроблену землю», а на Півночі Німеччини – «ліс» (WRARWiASUS). Указана ФО з кінця XVIII ст. номінувала видатні вчинки та характеристики високопоставлених, переважно пруських дворян і військових, щоб підкреслити їх відвагу і мужність. Це надавало значенню чіткого позитивно-схвального відтінку (там само). У сучасній мові ФО має жартівливий відтінок і вживається як реакція для вираження подиву через несподівану, або вдавано неочікувану появу когось (Universal-Lexikon).

7.4. Перехід смислоутворюючого компонента у іншу частину мови – *salomonisch sein* – бути мудрим (*Solomon* – *salomonisch* – описує особливий розум, виважені та продумані рішення.; *blitzschnell etw. machen* – (розм.) робити щось миттєво (*der Blitz* – блискавка, спалах, *schnell* – швидко); *hundemüde sein* – (розм.) бути дуже стомленим (*der Hund* – собака, *müde* - стомлений) (WRARWiASUS).

7.5. Енантіосемія – розвиток антонімічного значення. На початку XV століття виник стереотип середньостатистичного німецького бюргера, якого називали *der deutsche Michel* – неосвічений, п'янений, тому завжди сонний, пасивний – (розм.) дурний, мішкуватого вигляду, тухлій. XVI- початок XVII століття – кремезний, трохи тупий, проте досить серйозний, але перш за все сонний. В епоху Відродження так називали бідних, неосвічених хліборобів. У роки 30-літньої війни *der deutsche Michel* став символом боротьби за німецьку мову, відважним воїном. У XIX столітті значення виразу змінилося на «дурень, якого не варто сприймати серйозно», «простий хлібороб». На початку XX століття *der deutsche Michel* став персоною «*non grata*» в умовах нацистської ідеології того часу. У другій половині XX століття на початку XXI образ реабілітували. Фразеологізм отримав значення «середньостатистичний громадянин Німеччини» (WPRRASU); неохвальна, докірлива назва німців (Oldphras); правильний, чесний, але політично пасивний німець (DWDS).

7.6. Елімінація – мовний знак виходить із ужитку – *Faule Trine* – ледаще (про жінку). Фразеологізм виник у XVI столітті у значенні «зла, неохайна людина», зафіксований у творі Георга Вітцеля: «*Lasset fare die böse faule fische/ Wer ein guter ist/ der bleibe es*». А в 1620 році фіксується фразема зі значенням «ледащий»: «... *daß nemblich solches alles erlogene Possen vnd faule Fische ...*») (WRARWiASUS). Фразеологізм походить із тексту казки братів Грім «*Hansens Trine*», яка побачила світ у 1812 році у першому виданні збірки дитячих казок. Йшлося про нерозумну і дуже ліниву жінку, яку звали Тріна. Фразеологічна одиниця у процесі використання модифікувала значення: *злий, неохайний* → *лінивий*.; *Isaak sein* – (застар., зневажл.) єврей. Вираз вийшов із ужитку з політичних міркувань по завершенню другої світової війни. Згодом вираз вийшов із ужитку. (Wander; WRARWiASUS); *einen falschen Wilhelm tragen* – (розм., застар.) носити фальшиву косу, носити перуку. Фразеологізм вийшов із ужитку у зв'язку із втратою/ архаїзацією денотата.

VIII. Висновки

У результаті аналізу способів зміни фразеологічного значення приходимо до висновку, що семантика мовних знаків змінюється під впливом екстралінгвістичних чинників. Фразеологізми виконують номінативну функцію, задовольняють потреби спілкування та виконують комунікативні завдання. Вони називають і оцінюють стереотипні поняття, економлять мовні зусилля, спрощують сприйняття і прискорюють реакцію на певні подразники. Мова відображає потреби суспільства в спілкуванні за певних історичних, політичних, соціальних, економічних та інших умов. Тому позамовні чинники відіграють важливу роль у формуванні значення.

У ході аналізу виявлено, що зміна значення особливо активно відбувається шляхом вторинної метафоризації, висвітлення нових ознак образу внутрішньої форми, що свідчить про розвиток образу. Вектори розвитку образу відображають ментальні особливості мовців, національно-культурний характер їх світогляду, який зафіксовано у ціннісній картині світу. Результати метафоризації закріплені у структурі фразеологічного значення.

Низка фразеологізмів модифікує значення у наслідку переосмислення вже стереотипізованої ознаки образу чи пресупозиції внутрішньої форми. Результатом переосмислення є нова фразеологічна одиниця у семантичному, структурно-семантичному плані. Деякі фразеологізми демонструють зміну оцінки того самого значення. На зміну оцінки впливають позамовні чинники, які формують ціннісну картину світу.

Розгляд структури німецьких фразем виявив модифікації їх компонентного складу, що впливає на фразеологічне значення.

Основою семантичних перетворень виступає основа внутрішньої форми. Цю функцію виконує образ чи пресупозиція. У окремих випадках спостерігається контамінація ознак образу і пресупозиції, які формують основу внутрішньої форми. Генетичний аналіз образів і пресупозицій вказав на їх національно-культурне, транскультурне та іншокультурне походження.

Зміну значення простежено на семантичному та структурно-семантичному рівнях. Семантичні зміни втілюються шляхом: 1) зміни значення шляхом переосмислення вже стереотипізованої ознаки (вторинна метафоризація); 2) збереженням форми вираження при розширенні фразеологічного значення; 3) виокремленням нової ознаки пресупозиції зі збереженням форми вираження. Структурно-

семантичні зміни реалізуються у результаті: 1) зміни значення шляхом виокремлення нової ознаки образу та структурними змінами фразеологізму; 2) зміни форми вираження шляхом зміни або залучення нових лексичних компонентів; 3) зміни значення шляхом переоцінки стереотипізованої ознаки зі структурними змінами фразеологізму.

Як бачимо, аналіз фразеологічної семантики свідчить про процеси розвитку, зникнення та виникнення нових стереотипів. Особливо активно ці процеси відбуваються під час важливих історичних подій. Деякі стереотипи витримали випробування часом і підтвердилися. Інші переживають подальші трансформації. Низка стереотипних уявлень вийшла із ужитку, або знаходиться на шляху до зникнення.

Серед мовних чинників семантичних модифікацій виявлені звуження, розширення, лексичний зсув, перехід смислоутворюючого компонента у іншу частину мови, енантіосемія, елімінація. Зауважимо, що реалізація указаних чинників тісно пов'язана із позамовними.

Особливо детального вивчення потребує зміна оцінки на базі першггг фразеологічного значення, зміна оцінки нового значення, яке виникло у результаті вибору нової ознаки стереотипізації. У цьому вбачаємо перспективи подальших розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Бацевич, Ф.С. (2010). *Нариси з лінгвістичної прагматики*: монографія. Львів: ПАІС.
- Гриценко, П.Ю. (1984). *Моделювання системи діалектної лексики*.
- Грошко, Т.В. (2007). *Про природу вторинної номінації в структурі спеціального дискурсу*. Publishing house Education and Science s.r.o. Available at: http://www.rusnauka.com/17_SSN_2007/Philologia/22471.doc.htm
- Потебня, О.О. (2000). *Слово и миф в народной культуре*. Собр. тр. [Т. 2]. Москва: Лабиринт.
- Селіванова, О.О. (2012). *Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке*: монографія. Черкаси: Ю. Чабаненко.
- Ситар, Г.В. (2018). *Синтаксичні фразеологізми в українській мові: структурно-семантичний, прагматичний і прикладний виміри*. Автореф. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук. Київ. Available at: <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/>

478/1/%D0%A1%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%80_%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.pdf

Соссюр, Ф. (1998). *Курс загальної лінгвістики*. Пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко. Київ: Основи.

Філософський словник. Available at: <https://www.dwds.de/wb/Stereotyp>

Щербачук, Л.Ф. (2000). *Загальномовна та індивідуально-авторська фразеологія в художніх текстах (на матеріалі творів О. Гончара)* [Текст]: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова/ Щербачук Лідія Федорівна; Дніпропетровський державний університет. Дніпропетровськ. Available at: <https://referatu.net.ua/referats/7569/178722>

Amtel Planet Nordmaster CL Reifen im Test. Available at: https://www.reifendirekt.de/cgi-bin/rtest.pl?rt_rubrik=pkw_winterreifen&rt_profil=104134105&language=DE&dsco=100

Bach, Adolf. (1943). *Die deutschen Personennamen*. Available at: https://books.google.com.ua/books?id=mZlsDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Das große Reppa Münzen-Lexikon. Available at: <https://www.reppa.de/lexikon/pfennig>

Die Zeit (2012). Available at: <https://www.zeit.de/2012/index>

Die Zeit (2000). Available at: <https://www.zeit.de/2000/index>

DWDS: *Der deutsche Wortschatz von 1600 bis heute*. Available at: <https://www.dwds.de>

Frege, Gottlob: *Über Sinn und Bedeutung*. In: *Zeitschrift für Philosophie und philosophische Kritik*, N. F., Bd. 100/1 (1892), S. 25-50. Available at: https://www.deutschestextarchiv.de/book/view/frege_sinn_1892?p=21

GEOlino. Available at: <https://zeilenhacker.de/zuckerbrot/>

Gottschald, Max. (2006). *Deutsche Namenkunde: Mit einer Einführung in die Familiennamenkunde*. Available at: https://books.google.com.ua/books?id=FgHcPgx1QIYC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

HWSRE: *Historische Wörter, Sprichwörter und Redensarten in Erläuterungen – A bis B*. Available at: <http://www.lexikus.de/bibliothek/Sprichwoerter-und-Redensarten-A-B/Dazu-hat-Buchholz-kein-Geld>

- Keller, Rudi. (2003). *Sprachwandel. Von der unsichtbaren Hand in der Sprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. Available at: <https://docserv.uni-uesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-12219/S0091477.pdf>
- Kordel, Jacek. *Zur Entstehung des Begriffs „polnische Wirtschaft“*. Available at: <https://ph.ihuw.pl/sites/ph.ihuw.pl/files/ph/kordel.pdf>
- Lippman, W. (1950). *Public Opinion*. NY. 233 S. Available at: https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
- Nickel, Rainer. (2017). *Das einfache Leben: Diogenes in der Tonne*. Hardcover. 12 Mar. Available at: <https://www.amazon.de/Das-einfache-Leben-Diogenes-Tonne/dp/3943556638>
- Oldphras: *Online-Lexikon zur diachronen Phraseologie*. Available at: <https://www.oldphras.net>
- Orel, Iryna. (2022). *Bildung und Entwicklung der phraseologischen Bedeutung auf der Basis von Präsupposition/ PNAP*. Scientific journal of Polonia University periodyk naukowy Akademii Polonijnej. 51, nr. 2. Czestochowa. S. 115-124. Available at: <http://pnap.ap.edu.pl/index.php/pnap/article/view/880>
- Redensart/ Redewendung*. Available at: <https://www.redensarten.net/wie-zieten-aus-dem-busch/>
- Schippa, Thea. (1975). *Einführung in die Semasiologie*. Leipzig: Max Niemeyer Verlag.
- Schmehl, Annette. (2006). *Bedeutungswandel. Michel Bréal und Dietrich Busse / Inaugural-Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie*. Heinrich-Heine-Universität. Düsseldorf. 675 S. Available at: <https://docserv.uni-duesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-4952/schmehl.pdf>
- Seibicke, W. (2008). *Die Personennamen im Deutschen: Eine Einführung*. Available at: https://books.google.com.ua/books?id=oQsiAAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge. Univ. Press.
- Turner, J. (1985). *Social categorization and the self-concept: a social cognitive theory of group behavior*. Advances in Group Processes / Ed. E. Lawer. Vol. 2. P. 77-121.
- Universal-Lexikon. Available at: https://universal_lexikon.deacademic.com/319512/Wie_Zieten_aus_dem_Busch
- Vornamenlexikon*. Available at: <https://www.wissen.de/vorname/otto>

Wander: *Deutsches Sprichwörter-Lexicon von Karl Friedrich Wilhelm Wander*. Available at: <https://woerterbuchnetz.de/?sigle=Wander&lemid=E00783>

Wiktionary. Available at: https://de.wiktionary.org/wiki/polnische_Wirtschaft

Wortgeschichte zu Otto Normalverbraucher. Available at: <https://www.zdl.org/wb/wortgeschichten/Otto%20Normalverbraucher>

WRARWiASUS: *Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache*. Available at: <https://www.redensarten-index.de>

Наукове видання

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ
СЕМІОТИЧНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

Історія та сьогодення філологічної науки

Том 7

Academic Edition

LINGUISTIC CONCEPTUALISATION
OF PERSON'S SEMIOTIC SPACE

Collective work

History and Contemporaneity of Philological Science

Volume 7

Формат 60x84^{1/16}.

Папір офсетний. Друк ризографічний.

Гарнітура Century Schoolbook.

Авт. арк. 8,6. Наклад 100.

Редакційно-видавничий відділ

Рівненського державного гуманітарного університету

м. Рівне, 33000, вул. Ст. Бандери, 12

тел.: (0362) 26-48-83

Друк: «ПараГраф+»

м. Рівне, 33000, вул. Гетьмана Мазепи, 6/8

тел.: (0362) 26-49-27