# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

# РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# ///////////////////////////////////////////////////////////////

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

## ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

специальность 033200.00 «Немецкий язык с дополнительной специальностью английский язык»

кафедра германской филологии

и методики преподавания иностранных языков

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

УСТОЙЧИВЫЕ СЛОВЕСНЫЕ КОМПЛЕКСЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Выполниластудентка 5 курсаNata\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_   | Научный руководитель//////////////////////////////////////////////\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_   |
|  |  |

 /////////////////////////////////////

2004г.

**Оглавление**

Введение ………………………………………………………………………...3

Глава I. Особенности немецкоязычного публицистического текста………...8

* 1. Публицистический стиль, его основные признаки………………....8

1.2. Публицистические жанры и их языковые особенности………....11

1.3. Языковые особенности немецкоязычной молодёжной прессы….15

Глава II. Некоторые теоретические проблемы фразеологии………………..17

 2.1. Суть фразеологии как языкового явления; определение фразеологизма....…. ……………………………………………….17

 2.2. Проблема классификации ФЕ………………………………….......19

Глава III. Особенности фразеологии современного немецкого языка……..30

3.1. “Живая идиома” как одна из особенностей фразеологии

 современного немецкого язык……………………………………30

3.2. Функциональная нагрузка “живой идиомы” в газетных

заголовках………………………….…………………………………….32

 3.3. Функциональная нагрузка “живой идиомы” в молодёжной прессе…………………………………………………………………….35

 3.4. Факторы, определяющие функциональную нагрузку “живой

 идиомы” в молодёжной прессе……………………………………...38

3.4.1 Временной фактор………………………………………………...39

3.4.2. Локальный фактор………………………………………………..40

3.4.3. Социальный фактор……………………………………………....41

3.4.4. Ситуативный фактор……………………………………………..42

3.4.5. Личностный фактор………………………………………….…...43

3.4.6. Фактор пола……………………………………………………….43

Заключение……………………………………………………………………..48

Список использованной литературы………………………………………….50

**Введение**

 Интенсивное развитие фразеологии как лингвистической дисциплины за последние годы характеризуется постепенной дифференциацией предмета исследования и методики его изучения, а также вовлечения в сферу научного поиска все новых проблем и аспектов, которые опираются на сложившиеся в языкознании теоретические основы фразеологии. Этому процессу соответствует и общая тенденция развития лингвистической теории от простых, первичных и фундаментальных к более сложным, производным уровням, методам и направлениям изучения языка. К последним, несомненно, относится контекстуальный анализ, результаты которого важны как для теоретического, так и для прикладного языкознания.

 Основным методом контекстуальный анализ является и в данной работе, используясь в целях выявления функциональной нагрузки ФЕ (фразеологических единиц) в молодежной прессе.

Функциональный подход к исследованию фразеологического фонда немецкого языка не является новым. Он представлен как в более ранних трудах по фразеологии и стилистике (Чернышова И.И., Брандес М.П.), так и в работах последних лет (Добровольский Д.О.).

В работах по фразеологии, опубликованных в 60-е, 70-е годы, уделялось внимание и сопоставительному анализу. Однако, труды по фразеологии, посвященные сопоставлению немецкой и русской фразеологии, исчислялись единицами и не представляли в своей совокупности какой-либо цельной системы ни по методике описания, ни по изучаемому объекту.

Внимание вопросу межъязыковой фразеологии эквивалентно … ФЕ уделено в работах А.Д. Райхштейн [Райхштейн 1968: 37]. Различные типы фразеологической эквивалентности рассмотрены более конкретно в работах Ф. Траутмана и других [Траутман 1977: 75]. А.Д. Райхштейн, учитывая многоаспектность рассматриваемого явления, выявляет его особенности. Они сводятся в структурном плане к наличию во фразеологизмах вторичности, или производности, в семантическом плане – ***идиоматичности***, имеющей, кроме того, национальную специфику. В связи с последней особенностью автор указывает на приблизительность сопоставительного анализа ФЕ и его результатов. Он пишет, что строгое понятие тождества вообще вряд ли применимо к сопоставляемым фразеологическим фактам, каждый из которых занимает в системе своего языка специфическое место и имеет особую значимость, которая не повторяется в неизменном виде в иноязычной системе для соотносительного факта [Райхштейн 1980: 17].

В последние годы появились многочисленные публикации, посвященные выявлению национальной специфики фразеологизмов немецкого языка (Добровольский Д.О., Солодуб Ю.П. ). Особого внимания заслуживают при этом те работы, в которых фразеологический фонд исследуется с точки зрения культурологии и контекстуального анализа [Красавский 2001: 32].

Цель данного исследования заключается в выявлении функциональной нагрузки ФЕ в текстах молодёжной прессы на немецком языке, без попытки их конфронтального анализа.

Предметом исследования данной работы являются фразеологические единицы немецкого языка, функционирующие в такой сфере публицистики, как молодёжная пресса. Исследуемый фактический материал подбирался путём сплошной выборки из таких немецкоязычных изданий, как “Juma” , “Wir in Europa”, “Der Weg”.

В пользу выбора данной тематики говорят следующие факты: язык СМИ, в том числе и язык газеты, наглядно отражает движение (изменение) языкового материала, а также новые тенденции в развитии языковой ситуации. Язык СМИ чутко реагирует на социальные изменения, изменения, связанные со сменой поколений, на прогресс в научно-технической сфере, т.е. на все изменения, происходящие в обществе.

Указанными выше фактами объясняется повышенный интерес лингвистов и исследователей языка к СМИ.

Анализируя язык публицистики второй половины столетия, нельзя не заметить очевидного снижения речевого стандарта, сопровождаемого активным вторжением элементов разговорного языка.

Для эволюции речевого стандарта публичной коммуникации второй половины нашего столетия особое значение имеют следующие два фактора:

1) произошедшая смена нормативной основы литературного языка, выразившаяся в утрате языком произведений художественной литературы своей нормотворческой значимости;

2) предпочтительное использование в сфере публичной коммуникации устных каналов коммуникативной связи.

 Важно отметить, что вербальная оболочка текстов СМИ должна быть доступна массовой аудитории, т.е. максимально приближена к её речевому узусу. Сказанное сопряжено с “усреднением”, “массовизацией” речевого стандарта СМИ, набором “ общедоступных”, общепонятных языковых средств.

 Это выражается в том, что язык СМИ вообще и язык газеты в частности характеризуется массированным “вторжением” разговорной стихии в самой различной её реализации. Наибольшую активность проявляют при этом сленговые манифестации разговорного языка. Не последнее место занимают при этом ФЕ с разговорной окраской, являющиеся предметом анализа данной работы и называемые “живыми идиомами”. Всё сказанное выше относится к любым разновидностям публицистических текстов, в том числе (и в ещё большей степени) к молодёжной прессе, особенности языка которой являются объектом данного исследования.

Для достижения поставленной нами цели необходимо решить ряд задач:

 рассмотреть некоторые теоретические положения, касающиеся особенностей функционального стиля публицистики, проблемы определения и классификации ФЕ;

 приложить рассмотренные теоретические положения к собранному нами фактическому материалу;

 разработать принципы собственной классификации собранного материала и описать его;

 выявить функциональную нагрузку ФЕ в текстах молодёжной прессы.

 В данной работе используются такие исследовательские приёмы, как сплошная выборка фактического материала и построение его классификации. К методике работы относится, прежде всего, контекстуальный анализ, заключающийся в выявлении прагматического контекста, влияющего непосредственно на функциональную нагрузку ФЕ.

 Данная работа состоит из введения, трёх глав и заключения.

В первой главе рассматриваются теоретические положения, касающиеся особенностей функционального стиля публицистики.

Вторая глава посвящена теории немецкоязычной фразеологии. Приводя различные классификации немецких ФЕ, мы иллюстрируем их собранным нами фактическим материалом, которым являются ФЕ, функционирующие в публицистических текстах молодёжной прессы.

В третьей главе выявляется особенности функционирования ФЕ в молодёжной прессе путём анализа прагматического контекста.

Завершается работа выводами, вытекающими из анализа фактического материала.

**Глава I. Особенности немецкоязычного публицистического текста**

* 1. **Публицистический стиль, его основные признаки**

Публицистический стиль – функциональная разновидность речи, обслуживающая широкую сферу общественных отношений: общественно-политических, культурных, спортивных и др. [Барлас 1978: 95] Наиболее полно публицистический стиль проявляется в газетах и общественно-политических журналах, отчего его называют также газетно- или журнально-публицистическим [Виноградов 1977: 76], а также на радио и телевидении, в документальном кино.

Газетно-публицистический стиль охватывает массовые, популярные политические тексты, воздействующие на актуальные общественно-политические процессы оперативным документальным отображением, основанным на их идейно-политическом осмыслении и эмоционально-выраженной оценке.

Понятие газетно-публицистического стиля складывается из языка газет, общественно-политических журналов, памфлетов, воззваний и прокламаций, из языка докладов и т.д., содержащих политическую информацию.

Публицистическому стилю присущи две основные функции, слитые в единстве, - информационная и воздействующая [Брандес 1990: 85]. Публицистический стиль служит выражению разносторонней и всеобъемлющей информации. В газете получают широчайшее и популярное отражение внутренняя жизнь страны и за рубежом, в поле зрения газеты попадают практически любые факты, но при непременном условии, что они представляют общественный интерес. Информативная функция неотделима от функции воздействия. Уже отбор и расположение информационного материала с точки зрения его социальной значимости (наиболее важные события освещаются на первой полосе газеты) оказывают определённое влияние на общественное сознание читателя. Воздействующая функция публицистического стиля связана с идеологической направленностью публицистики. Сообщаемые факты комментируются, т.е. получают истолкование и оценку, в том числе общественно-политическую. Воздействующая функция осуществляется благодаря системе языковых и неязыковых средств [Барлас 1978: 96]. Произведения публицистического стиля, таким образом, передают как сами факты (информативная функция), так и мнение об этих фактах, выраженное средствами, способными оказать воздействие на политическое сознание читателя, слушателя и зрителя (воздействующая функция).

Особенностью публицистики, отличающей ее от других стилей, является то, что она отражает жизнь прямо и непосредственно, её информация фактографична и документальна. Это вовсе не означает, что публицистике чужды типизация и обобщение. Однако они проявляются не столько в воспроизведении самих фактов, сколько в их истолковании и освещении. Функция воздействия в значительной мере определяется формой выражения позиции автора. В публицистике позиция автора обычно выражается прямо и открыто в отличие от автора-художника, позиция которого обычно проявляется лишь в сложной и нередко многоплановой речевой и композиционной структуре художественного произведения.

На газетных полосах публицистический стиль представлен наиболее полно и широко, во всём разнообразии его жанров. Правда не всё то, что публикуется на страницах газеты, относится к публицистическому стилю. Так, стихотворение или рассказ, где бы они не публиковались, относятся к художественному стилю, а указ или постановление - к официально-деловому.

Важнейшим лингвистическим, конструктивным признаком газетно-публицистического стиля является тесное взаимодействие и взаимопроникновение выразительных, эмоционально воздействующих речевых средств и стандартных, широко употребляемых в данном стиле языка.

Широкое привлечение выразительных средств обусловлено в первую очередь агитационно-пропагандистской функцией данного стиля. Выразительность газетной публицистики отличается от выразительности языка художественной литературы. Присущая газете ориентация на массового и многоликого читателя, безмерная широта и разнообразие тематики- все эти особенности газеты требуют броских, мгновенно воспринимаемых выразительных средств.

Стремление же к стандартизации языковых средств отражает информативную функцию газеты и, в ещё большей мере, условия функционирования.

Стилисты отмечают ограниченность стандартов, или штампов, для газетного языка: язык газет переполнен штампами - да иначе не может и быть: трудно писать быстро и правильно, не прибегая к избитым выражениям. Языковые стандарты помогают автору оперативно и доступно переложить информацию на газетный язык, а читателю – быстро воспринимать её.

Соотношение стандартных и выразительных средств динамично и подвижно. Выразительные средства, возникнув в определённой речевой ситуации, при неоднократном повторении в иных ситуациях и контекстах теряют свою остроту и переходят в разряд штампов. Стандартными обычно считают такие языковые средства, которые часто воспроизводятся в определённой речевой ситуации, или, шире, в определённом функциональном стиле. Под стандартом [Барлас 1978: 102] имеют в виду не только специфические газетные средства, но и все языковые средства, которые отличаются стилистической и эмоциональной нейтральностью. Стандартные средства как чисто информативные и интеллектуальные противопоставляются экспрессивным средствам как эмоционально воздействующим. В публицистике возможна любая стилистическая окраска, от самой низкой, до самой высокой, причём само сочетание носит нарочитый, конфликтный характер- „конфликт экспрессии и стандарта как общий признак газетных текстов “ [Костомаров 71: 95].

* 1. **Публицистические жанры и их языковые особенности**

Газета имеет дело с массовым и разнородным читателем и должна удовлетворять каждого из них как содержательно, так и стилистически. Массовый читатель требует от газеты постоянного многообразия оформления, стилистических и жанровых приёмов. Однако, несмотря на многообразие, существует определённая повторяемость приёмов, стандартность, по которой и определяется жанр и тип текста.

Жанр – это не совокупность единиц, а способ их организации в тексте, охватывающий смысловую, композиционную и речевую стороны текста, это функционально-структурный тип воплощения темы [Городникова 1987׃ 29].

Жанрами в прессе принято называть формы организации материала, отражения фактов, событий, освещения явлений [Розен 1985׃ 24]. Жанры прессы сложились на протяжении долгой практики и обладают, помимо общих черт, некоторыми национально-традиционными особенностями. Вряд ли есть необходимость разделять газетные и журнальные жанры, т.к. они во многом совпадают, если иметь в виду не научные, а массовые общественно-политические издания. По сравнению с ними в газете преобладают жанры хроникального типа (Nachrichten, Berichte), собственно газетные жанры в узком смысле (journalistische Texte im engeren Sinn) и так называемые полухудожественные жанры – большие по объёму статьи, обзоры и т.п.

Любое газетное или журнальное произведение (статья, репортаж, корреспонденция и т.д.) представляет собой завершённый по содержанию и форме цельный текст. Именно так он отправляется к читателям, которые, в свою очередь, воспринимают его как единое – иногда тематически подразделённое сообщение.

Тексты прессы обнаруживают определённые специфические особенности, организующие их цельность как внутренне, так и внешне. В композиции текстов прессы участвуют в качестве важных её компонентов

а) заголовок;

б) способы оформления высказываний третьих лиц.

 В немецкоязычной прессе специалисты выделяют не менее десяти жанров [Розен 1985׃ 24]׃ передовица, хроника, корреспонденция, статья, комментарий, репортаж, фельетон, интервью, рецензия, глоссу.

 Каждый из указанных речевых жанров – это уникальная смысловая (коммуникативная) модель текста, это и прагматическая модель дифференциации функции убеждения, а также конструктивная модель текста, определяющая общую синтаксическую схему его оформления.

 Отмечается, что газета объединяет статьи, различающиеся как по жанровым, так и по стилевым признакам. Однако общая система экстралингвистических факторов, определяющих специфику языка СМИ, а также лингвистические исследования, позволяет говорить о существовании единого функционального стиля газеты.

 Под функциональным стилем [Брандес 1990׃ 110] понимается функциональная система, система внутренних, скрытых отношений и связей явлений, в которой проявляются функции назначения и воздействия словесного произведения. В этой системе указанные функции речевого произведения не реализуются.

 Рассматривая стилевую сторону языка газеты как целостную совокупность стилистико-функциональных явлений, В.Г.Костомаров выделяет единый стилистический конструктивный принцип газеты – диалектическое объединение её ведущих признаков – экспрессии и стандарта, понимаемых в широком смысле слова как оценочные и интеллектуализированные начала в противопоставлении друг другу [Костомаров 1971׃ 89].

 Указанные признаки соотносятся с взаимодействием двух ведущих функций газеты: информационной и воздействующей, которые неравномерно распределяются по газетным жанрам и находятся в соответствии с двойственной природой газеты, призванной как информировать, так и убеждать, воздействовать.

 Исследование языковых средств газеты свидетельствует о чётком размежевании информационных и передовых статей по реализации двух названных функций.

 Первые по характеру использования языковых средств приближаются к научно-деловому стилю, обладая чертами фактологичности, документальности в передаче информации. Информационный материал составляют статьи, в которых присутствие авторского “я” сведено к минимуму, т.е. нередко даже не указывается фамилия создателя. Основываясь на классификацию Е.В.Розен, сюда можно отнести такие газетные жанры, как корреспонденция, репортаж, интервью, рецензия, статья, хроника. Такие типы текстов определяются задачами предельно сжатой, объективной, достоверной, точной и соответствующей официальному этикету передачи фактологической, прежде всего, событийной информации. Официально-информационная речь отличается отсутствием эмоциональности, субъективности, образности [Брандес, Провоторов 1999: 73].

 Вторые имеют открыто оценочный, ярко публицистический характер и направлены на агитационное воздействие, по определённым параметрам сближаясь с художественной прозой. В таких типах жанров, сюда мы относим передовицу, комментарий, фельетон, глоссу, факторы субъективной оценки оказывают решающее влияние на использование языковых средств, реализующих коммуникативные задачи убеждения, директивности, критического осмысления происходящих событий, т.е. в языке преломляется субъективное стремление коллектива авторов воздействовать на политические, мировоззренческие позиции “широкого” читателя. Языковые средства приобретают здесь ярко выраженный экспрессивный характер, что особенно отражается на синтаксисе, который направлен на формирование речи логизированной, расчленённой, с резко и ясно обозначенными акцентами [Солганник 1973: 58].

 Функциональная направленность служит здесь благоприятным фактором для раскрытия лингвостилистических ресурсов создания экспрессивности: использования контрастного сочетания элементов книжной и разговорной речи, метафор и др. средств создания образности языка, а также большого разнообразия приёмов экспрессивного синтаксиса: инверсии, антитезы, параллелизма, повторов, эллипсиса и др. Однако основным источником создания экспрессивности в широком смысле слова является фактор оценочности, выступавший в противопоставлении интеллективному характеру языка информационных сообщений.

 В информационных статьях элементы субъективной оценки не оказывают решающего влияния на использование языковых средств. Единицы языка принимаются здесь обычно в своём прямом номинативном значении, т.е. имеют лишь один уровень понимания – семантический, в то время как в передовых статьях к этому содержательному уровню понимания добавляется уровень дополнительных значений, “ коннотаций ”, приобретаемых в широком контексте или синтагматическом окружении, например функциональных значений директивы, критической оценки, побуждения и действию, призыва и т.п. На первый план при выборе языковых средств в газетной информации выступают факторы нахождения оптимального способа передачи информации, стимулирования к ней интереса читателя. Как и в других газетных жанрах, в информационных материалах возникает необходимость выгодным образом представить сообщение в кратчайший срок и по возможности в сжатом виде. Формы, в которые облекаются речевые сообщения, уже не несут экспрессивно-воздействующей функциональной нагрузки, но должны быть удобны для восприятия и информационно ёмки.

 Таким образом, в газете существуют два качественно различных функциональных единства: тексты передовых статей, ориентированные на социальное воздействие и тексты информационных сообщений, направленные на передачу интеллектуальной однозначной информации. Эта особенность свидетельствует не столько о разностильности языка газеты, сколько о его экстра лингвистически “запрограммированной” полу функциональности, направленной, в конечном счете, на достижение функционального единого эффекта воздействия. Своеобразным источником создания экспрессии служит противопоставление экспрессивно маркированного языка передовых статей на фоне нейтрального интеллектуального языка информационных сообщений.

* 1. **Языковые особенности немецкоязычной молодёжной прессы**

Современная молодёжная пресса, безусловно, обладает языково-стилистической спецификой, отличающей её от художественной или научной литературы, от устных высказываний в повседневной жизни. Это своеобразие – следствие длительного отбора языково-выразительных средств, наиболее соответствующих тому социальному заданию, которое выполняет пресса как определённый вид массовой информации.

Существенным стилеформирующим универсальным свойством прессы является стремление к краткости, к экономии журнально-газетной площади, сопровождаемое своеобразным языковым процессом [Розен 1985: 64].

Универсальной чертой немецкоязычной молодёжной прессы является также экспрессивный акцент, т.е. поиск новых, свежих, неизбитых средств выражения – слов, образов, стилистических приёмов. Вместе с тем, как уже указывалось, язык прессы изобилует огромным числом стандартных выражений, стёршихся образов, клише. “ Новое ” в газете очень быстро становится всем известным и превращается в старое и избитое.

Анализируя немецкоязычную молодёжную прессу, нельзя не заметить очевидного снижения речевого стандарта, сопровождаемого активным вторжением элементов разговорного языка [Немищенко 2001: 98].

Появление большого количества экспрессивных слов и выражений связано со стремлением молодёжи ярче, эмоциональнее выразить своё отношение к предмету, явлению. На первый план при выборе языковых средств в газетной информации выступают факторы нахождения оптимального способа передачи информации, стимулирования к ней интереса читателя. Возникает необходимость выгодным образом представить сообщение. И одним из средств создания экспрессивности являются устойчивые словесные комплексы (далее УСК).

**Глава II. Некоторые теоретические проблемы фразеологии**

**2.1 Суть фразеологии как языкового явления; определение фразеологизма**

В научной литературе фразеология определяется как совокупность фразеологических единиц (ФЕ) рассматриваемого языка (языков), или фразеологический состав [ср.: ЛЭС 1990: 560].

Предметом фразеологии как раздела языкознания является исследование природы фразеологизмов и их категориальных признаков, а также выявление закономерностей функционирования их в речи [Ройзензон 1977: 19].

Фразеология изучает специфику фразеологизмов как знаков вторичного образования, в частности – как продукта особого вида вторичной косвенной номинации, представленной различного рода синтагматическим взаимодействием слов-компонентов в процессах переосмысления и формирования нового значения исходного сочетания или отдельного слова. Фразеология изучает также особенности знаковой функции фразеологизмов, их значения, структурно-семантическую специфику, проявляющиеся в основных признаках фразеологичности – устойчивости и воспроизводимости, исследует природу лексических компонентов фразеологизмов, их синтаксическое и морфологическое строение, характер синтаксических связей с другими единицами языка и формы реализации в речи [Ожегов 1957: 13].

Особой задачей фразеологии является изучение системных связей, как между фразеологизмами, так и общеязыковой системой значимых единиц – главным образом, словами [ЛЭС 1990: 560].

Одной из задач фразеологии является также изучение процессов фразообразования в их номинативном и коммуникативно-функциональном аспектах, а также описание фразеологической деривации – образования новых значений слов на базе значений фразеологизма. Фразеология внутренне связана с лексикологией, синтаксисом и словообразованием, поскольку структура фразеологизмов совпадает со структурой сочетаний слов или предложений, а значение – со значением лексического типа [Schippan 1992: 154].

Фразеология разрабатывает принципы выделения ФЕ, методы их изучения, классификации и фразеографии (описание в словарях). Фразеология пользуется различными методами исследования, например, компонентным анализом значения, представляющим слово-компонент фразеологизма на уровне семантических «множителей» или выделяющим слово как элемент структуры, а значение слова – как мотивирующий элемент значения фразеологизма [ЛЭС 1990:560].

На базе существующих в языкознании методов исследования разрабатываются собственно фразеологические приемы анализа и описания: метод идентификации – установление тождеств и различий слов и синтаксических конструкций, образующих фразеологизмы, с их свободными аналогами, метод ограничений в выборе переменных, устанавливающий отличие структурно-семантической организации фразеологизма от сочетаний, образуемых в соответствии с регулярными закономерностями выбора и комбинации и т.п.

 Пожалуй, никакое другое явление языка не представляет собой столь богатого материала для исследования, как фразеологическая единица (ФЕ). Обобщая многообразие мнений, можно выделить две основные точки зрения о понятии “ фразеология”.

 Согласно первой, наиболее распространённой точке зрения, к фразеологии относится любое словесное сочетание, обладающее той или иной степенью устойчивости [Постнова 2002: 100]. «Фразеология обычно начинается там, где свободное лексическое значение слова заслоняет фразеологически связанным понятным из всего словосочетания, и тогда, когда какое-либо словосочетание становится повторяемым, общеизвестным, “крылатым”, отличающимся образностью, возможностью переносного употребления и т.д.» [Ефимов 1952: 63]

 Основным языковым критерием фразеологичности того или иного словесного выражения является критерий непереводимости или невозможности точного перевода на другие языки.

 Вторая точка зрения, сформулированная С.И.Ожеговым, открывает возможности для более узкого и потому более чёткого определения понятия объёма фразеологии как особого явления языка [Ожегов 1974: 191]. Позиция В.В. Виноградова совпадает с мнением С.И. Ожегова по поводу узкого понимания фразеологии. По В.В. Виноградову, объём фразеологии составляют те явления языка, которые возникают в результате специфического семантического развития лексических средств в определённых синтаксических и стилистических условиях [Виноградов 1977: 192].

 Одним из основных признаков ФЕ является её воспроизводимость. ФЕ не создаются каждый раз вновь в процессе речи. Они воспроизводятся в памяти людей в готовом виде и как таковые используются затем в том или ином предложении. Эта их особая структурная устойчивость определяется целостностью и неразложимостью выражаемого ими значения. Устойчивость их структуры обусловливает в свою очередь единство синтаксической функции, которую они выполняют в предложении

[СРЯ 1999: 126]

**2.2 Проблемы классификации ФЕ**

У исследователей фразеологического состава наблюдаются различия во взглядах на то, каков состав таких единиц в языке. Фразеология предлагает различные типы классификаций фразеологического состава языка в зависимости от свойств фразеологизмов и методов их исследования [Fleischer 1997: 110]. Наиболее известны классификации В.В. Виноградова, И.И. Чернышёвой, Е. Агриколы, Г.Л. Пермякова. Авторы по-разному определяют отнесённость к фразеологизмам различных групп словосочетаний и степень устойчивости словосочетаний. Так, например, Г.Л. Пермяков в состав фразеологизмов включает пословицы, поговорки, присловья, крылатые слова, афоризмы, а Е. Агрикола к фразеологизмам относит фразеологические сочетания, фразеологические единства и идиомы.

Неоднозначно толкование ФЕ и в западной лингвистике. Так, Теа Шиппан в книге «Лексикология современного немецкого языка» под фразеологизмом понимает «устойчивое единство, состоящее более чем из одного слова». Основная сфера фразеологического состава языка характеризуется у нее воспроизводимостью, устойчивостью, лексикализацией, идиоматичностью. Автор называет основные критерии фразеологичности и приводит их подробное описание: воспроизводимость (фразеологизмы являются относительно постоянными компонентами языковой системы, воспроизводимыми как единство, без новообразований); устойчивость (фразеологизмы представляют собой относительно языковую целостность, их видоизменение возможно лишь в незначительной степени); лексикализация (фразеологизмы, по сравнению со свободной синтагмой, образуют новое семантическое единство; конституенты фразеологизма могут терять свою самостоятельность частично, либо полностью); идиоматичность (значение фразеологизма не может быть истолковано по значению его конституентов) [Schippan 1992: 47].

 В. Фляйшер также в качестве основных критериев фразеологичности выделяет лексикализацию и идиоматизацию, как, например, в словосочетаниях:

*in Bausch und Bogen ‘целиком, все вместе, оптом’,*

*klipp und klar ‘коротко и ясно’,*

*für jmdn. durchs Feuer gehen ‘пойти за кого-либо в огонь и воду’.*

Данные словосочетания воспринимаются только как фразеологические единства. Далее, во фразеологических оборотах, типа: *mit Mann und Maus (untergehen) ‘(пойти ко дну) с живым и мертвым грузом’* невоможна замена одного из конституентов другим словом, как например: *mit Frau und Maus, ohne Mann und Maus*; т.к. значение данного фразеологизма “mit allen” не может быть истолковано из значений “Mann” или “Maus”.

Однако, как отмечает В. Фляйшер, не всем фразеологизмам присущи перечисленные признаки; некоторые фразеологизмы граничат со свободными словосочетаниями: *Antwort geben ‘дать ответ’, Fragen stellen ‘поставить вопрос’*. В. Фляйшер рассматривает фразеологизмы и с точки зрения синтаксиса. Они представляют собой:

а) непредикативные словосочетания, например:

*zwischen Tür und Angel ‘второпях, в последнюю минуту (перед уходом)’,*

 *die Flinte ins Korn werfen ‘спасовать перед трудностями, сложить оружие’;*

б) устойчивые предикативные конструкции, например:

*Ihn sticht der Hafer ‘он с жиру бесится’;*

в) устойчивые предложения, например:

*Da beißt die Maus keinen Faden ab ‘тут уж ничего не поделаешь’* [Fleischer 1997: 30].

Интересно мнение относительно параметров для классификации ФЕ В.В. Виноградова. В исследованиях по фразеологии он предлагает классификацию фразеологических единиц по степени семантической слитности. Характеризуя особенности семантики фразеологических сращений и фразеологических единств, он проводит аналогию между фразеологическими единицами и словами в отношении мотивированности их значения [Виноградов 1977: 285]. Значение фразеологических сращений, по его мнению, независимо от их лексического состава, от значений их компонентов, условно и произвольно, как значение немотивированного слова. Он отмечает, что фразеологическое сращение представляет собой семантическую единицу, однородную со словом, лишённую внутренней формы. Автор отграничивает фразеологические единства от фразеологических сращений и отмечает, что в первых «целостное значение мотивировано». Восприятие мотивированности значения фразеологического единства опирается на осознание его лексического состава, а также на связь значения целого и значения составных частей выражения [Виноградов 1977: 121-137]

 И.И.Чернышева разграничивает фразеологические единства, фразеологические выражения и фразеологические сочетания по характеру значения, возникающего в результате взаимодействия структуры, сочетаемости и семантического преобразования компонентного состава.

**Фразелогические единства** возникают на основе семантического переосмысления или сдвига переменных словосочетаний. Новое, фразеологическое значение создается не в результате изменения значения отдельных компонентов словосочетания, а изменением значения всего комплекса «как бы наложением на него свежего семантического или экспрессивного пласта» [Чернышева 1970: 39].

Во фразеологическом единстве поглощается и теряется индивидуальный смысл слов - компонентов. Они образуют неразложимое семантическое целое. Именно этому разряду фразеологии присуще семантическое единство или семантическая целостность. При всем этом, значение целого связано с пониманием «образного стержня фразы» [Чернышева 1970: 39], с ощутимостью переноса значения, что и составляет «внутреннюю форму», или образную мотивированность фразеологического единства. Например:

*jmdm. den Kopf waschen ‘намыливать кому-либо шею/голову’,*

*keinen Finger krümmen ‘не ударить палец о палец’,*

*etw. auf Eis legen ‘заморозить, не давать ходу’,*

*Frűchte tragen ‘иметь хорошие результаты’*.

Образная мотивированность фразеологического единства может с течением времени побледнеть и ослабеть до полной демотивации. Это, как правило, имеет место в тех случаях, когда фразеологическая единица образуется на переосмыслении таких переменных словосочетаний, которые являлись первоначально обозначениями конкретных обычаев народа и вышли с течением времени из употребления, например:

*den Stab über jmdn. brechen ‘вынести приговор кому-либо’ (букв.: разломить над кем-либо палку),*

*bei jmdn. in der Kreide stehen ‘быть чьим-либо должником’ (букв: быть у кого-либо в мелу),*

*den Hut vor j-m ziehen ‘уважать кого-либо’ (букв.: снимать перед кем-либо шляпу).*

Однако, демотивация фразеологического единства, как отмечает И.И. Чернышева, не влияет ни на его экспрессивность, ни на его функционально-стилистическую принадлежность.

Значение подобных единиц, образующееся на основе переосмысления переменного словосочетания, обладает абсолютной экспрессивностью, т.е. оно экспрессивно вне зависимости от контекста. Оно существует в связи с данным материальным составом фразеологизма также и в том случае, когда постепенно ослабевает и затемняется тот образный стержень, который служил основой мотивированности ФЕ. Следовательно, звуковой состав демотивированных фразеологических единств (идиом) воспринимается носителем речи как определенный словесный комплекс, который имеет традиционно закрепленное значение, экспрессивность и функционально-стилистическую принадлежность.

Термин «фразеологические единства», с точки зрения И.И. Чернышевой, наиболее точно передает структурно-семантическую специфику ФЕ этого типа: целостное значение (семантическое единство), возникающее на основе переосмысления всех компонентов словосочетания.

Образование целостного значения на основе семантического сдвига всего компонентного состава фразеологизма является общим признаком фразеологических единств. Синтаксическая структура этих фразеологизмов может иметь несколько разновидностей, среди которых особенно типичным является словосочетание.

Далее И.И. Чернышева рассматривает две разновидности фразеологических единств, которые имеют твердо фиксированные структурные особенности. Такими фразеологизмами являются (1) парные сочетания слов и (2) компаративные фразеологические единицы.

(1) *Парные сочетания слов* составляют значительный слой немецкой фразеологии и образуют поэтому ее специфическую особенность.

Парными сочетаниями слов называются фразеологизмы с целостным смыслом, возникающим в результате семантического преобразования сочинительных сочетаний, включающих два однородных слова (существительные, прилагательные, глаголы, наречия) и соединяемых при помощи союза und, реже – oder или weder…noch.

Смысловая целостность парных сочетаний обусловлена двумя причинами:

1. единством образа в метафорических парных сочетаниях, например:

*unter Dach und Fach bringen ‘устроить или закончить какое-либо дело’,*

*mit Haut und Haar ‘целиком, без остатка, с потрохами’,*

*von Berg und Tal ‘по горам по долам’,*

*mit Leib und Seele ‘душой и телом’;*

2. отнесенностью к одному и тому же или близким понятиям (при синонимичных или тематически близких компонентах), например:

*auf Art und Weise ‘таким образом’,*

*Grund und Boden ‘земля/земельное владение’,*

или отнесенностью к родовому понятию более высокого порядка (при компонентах-антонимах), например:

*Tag und Nacht ‘день и ночь’,*

*groß und klein ‘маленький и большой’,*

*arm und reich ‘бедный и богатый’.*

Для парных сочетаний современного немецкого языка наиболее типичной структурой является сочетание субстантивных компонентов [Чернышева 1970: 41; ср.: Ольшанский 1965: 12]. Характерными морфологическими особенностями этих парных сочетаний является отсутствие артикля и опущение флексии. Артикль отсутствует у преобладающего большинства парных соединений и у всех парных повторов.

Опущение флексии у первого или обоих компонентов является следствием семантической целостности фразеологизма. Данная закономерность наблюдается также и у парных сцеплений, компонентами которых являются прилагательные, например:

*ein klipp und klares Ja (а не ein klippes und klares Ja) ‘коротко и ясно, без обиняков’.*

«Морфологическим следствием» семантической целостности парных сочетаний является также и своего рода выравнивание грамматического рода субстантивных компонентов в следующих случаях:

*mit all ihrem Hab und Gut ‘со всем имуществом’,*

*für ihr ganzes Hab und Gut ‘ради благосостояния’.*

Подобно копулятивным сложным существительным, парное сочетание принимает род последнего компонента-существительного das Gut, хотя первый компонент-существительное женского рода — die Habe.

Продуктивный характер парных ФЕ подтверждается наличием ряда продуктивных структурных типов. В пользу продуктивности данной группы фразеологии говорят такие явления, как активная фразеологическая деривация на основе парных сочетаний, параллельные образования в различных частях речи, наличие резерва переменно-устойчивых парных сочетаний, употребительность парных фразеологизмов в литературно-разговорной сфере общения, прессе и публицистике.

(2) *Компаративными* ФЕ называются устойчивые и воспроизводимые сочетания слов, фразеологическая специфика которых основывается на традиционном сравнении. Например:

*jmdn. fliehen wie die Pest ‘бежать от кого-либо как от чумы’,*

*jah, plötzlich hochfahren wie von der Tarantel gestochen ‘вскочить как ужаленный’, букв.: ‘будто укушенный тарантулом’,*

*geschwätzig sein, schwatzen wie eine Elster ‘быть болтливой, трещать как сорока’,*

*in der Tasche sein ‘быть у кого-либо в руках’.*

 Структурно-семантическое своеобразие устойчивых сцеплений слов данного типа состоит в том, что характеристика свойства или действия происходит через сравнительную группу или сравнительное придаточное предложение, вводимое союзами wie или als. Сравнительная группа или придаточное предложение характеризует свойство или действие, состояние через сравнение er ist wie ein Stier означает «он силен (дик, опасен) как бык».

  **Фразеологическими выражениями** И.И. Чернышева называет единицы, которые по своей грамматической структуре являются предикативными сочетаниями слов и предложениями. По коммуникативной значимости здесь различают следующие разновидности:

1. Общеупотребительные пословицы:

*Es ist nicht alles Gold, was glänzt ‘Hе все то золото, что блестит’,*

*Man soll Feste feiern, wie sie fallen ‘Празднуй, когда пришел праздник’;*

2) Поговорки типа:

*Da liegt der Hund begraben ‘Bот где собака зарыта’;*

3) Устойчивые и воспроизводимые междометия и модальные выражения:

*Du lieber Himmel! ‘Бог ты мой! Боже правый!’ (выражение ужаса или удивления),*

*Du kriegst die Motten! ‘Tы с ума сошел!’ (выражение удивления, изумления),*

*Gott sei Dank! ‘Cлава Богу!’.*

Некоторые из таких устойчивых междометий и модальных выражений имеют эллиптическую форму, например:

*Ja, Kuchen! ‘как бы не так! этот номер не пройдет!’ (выражение отказа),*

*Verflucht und zugenäht! ‘черт возьми! черт подери!’ (проклятие).*

Под **фразеологическим сочетанием** И.И. Чернышева понимает фразеологизмы, возникающие в результате единичного сцепления одного семантически преобразованного компонента. Для семантики подобных ФЕ характерна аналитичность и сохранение семантической отдельности компонентов. Фразеологические сочетания могут быть терминологического, а также нетерминологического характера:

*die goldne Zahl ‘астрономическое вспомогательное число’,*

*das gelbe Fieber ‘тропическая болезнь’,*

*die silberne Hochzeit ‘25-летнее нахождение в браке’,*

*der schwarze Markt ‘тайный, запрещенный рынок’.*

Число фразеологических сочетаний очень невелико, т.к. единичная сочетаемость одного из компонентов с переносным значением не является типичной в системе немецкой фразеологии. Как правило, переносное значение слова образует серийную сочетаемость со словами той или иной семантической группы. Ср. сочетаемость прилагательного blind (=безмерный, беспредельный): Haß, Zorn, Wut, Gier, Leidenschaft. Или сочетаемость того же прилагательного blind с другим переносным значением (=тусклый, мутный, непрозрачный): Fensterscheiben, Brillenglas, Spiegel, Politur.

 Суммируя все вышесказанное, И.И. Чернышева приходит к следующим выводам:

Устойчивые сравнения, согласно их традиционному обозначению, или компаративные ФЕ, являются одной из групп фразеологии. Своеобразие, позволяющее выделить их среди других фразеологизмов, возникает в результате взаимодействия структурных и лексико-выразительных факторов. Структура компаративной единицы при наполнении ее социально отработанными, прочно укоренившимися в языковой практике лексическими единицами, позволяет создавать традиционные характеристики свойств (качеств), действий и состояния субъекта, лица или предмета. Структура компаративного фразеологизма и ее лексическая наполняемость создают условия для образования единиц с ярко выраженным оценочным характером. Этому способствует, помимо факторов, описанных выше, также и частая гиперболизация предмета, лежащего в основе сравнения.

Рассматривая разряды фразеологических выражений, И.И. Чернышева выделяет два основных свойства фразеологичности: наличие у них единичной сочетаемости компонентного состава и специфической разновидности семантического преобразования. Так, для пословиц характерен дидактический смысл, который выражается через переосмысление соответствующего образца, например:

*Viele Köche verderben den Brei ‘y семи нянек дитя без глазу’,*

*Neue Besen kehren gut ‘новая метла чисто метет’.*

 Опираясь на классификацию И. Чернышёвой можно сказать, что к фразеологии относится словесное сочетание, обладающее той или иной степенью устойчивости.

**III. Особенности фразеологии современного немецкого языка**

**3.1 “Живая идиома” как одна из особенностей фразеологии современного немецкого языка**

 Говоря о фразеологии, нельзя не сказать об идиоме. Идиома – это словосочетание, обнаруживающее в своём синтаксическом и семантическом строении специфические и неповторимые средства данного языка, это фразеологическое единство, которое эквивалентно слову и обыкновенно не поддающееся точному переводу на др. языки [Ахманова 1996: 45; Виноградов 1977: 125].

 И.И. Чернышёва в своей классификации идиому как таковую не выделяет, а относит её к фразеологическим единствам. Но т.к. наша работа нацелена на выявление особенностей функционирования “живой” идиомы в молодёжной прессе, мы будем говорить об идиоме, а не о фразеологическом единстве. Идиоматические выражения являются одной из наиболее существенных черт разговорного языка, их употребление может рассматриваться как неотъемлемая характеристика живой, спонтанной речи.

 Большинство идиом, как и другие образно-метафорические еденицы лексикона, относительно редко обладают абсолютными эквивалентами в других языках, что объясняется не столько их национально-культурным своеобразием, сколько несовпадением техники вторичной номинации [Добровольский 1997: 37].

 Следствием такого несовпадения оказываются либо различия в образной составляющей плана содержания близкого по значению идиом, либо несовпадение актуального значения при близости внутренней формы. Так, значение немецкой идиомы *das kannst du vergessen*  (буквально: можешь забыть об этом), выражает скепсис говорящего по поводу предположения, высказанного партнёром по коммуникации, наиболее удачно передаётся на русский язык идиомой “дохлый номер”, которая, несомненно, отличается по образной составляющей.

 С другой стороны, столь близкие и по внутренней форме и по компонентному составу идиомы, как русское ‘поставить на карту что-либо’ и немецкое *etw. aufs Spiel setzen* (буквально: поставить на кон что-л.) не идентичны по своему актуальному значению. Анализ особенностей употребления этих идиом показывает, что русская идиома может употребляться только в контекстах, в которых речь идёт не просто о риске, а риске с надеждой на определенный выигрыш. Значение немецкой идиомы не содержит этого признака, поэтому данные выражения эквивалентны лишь в контекстах нейтрализации. По этой причине, в частности, нельзя использовать идиому “ поставить на карту ” при переводе следующего немецкого предложения: *Rettungsschwimmer setzen ständig ihr Leben aufs Spiel.* В качестве приемлемого перевода можно предложить: *Работники спасательной станции постоянно подвергают свою жизнь опасности.*

 В повседневной речи стандартным явлением представляется высокая клишированность и эмоциональная насыщенность высказывания. Но не любая идиома, звучащая естественно и уместно в устах носителя языка, пригодна для её активного использования иностранцем. Между тем, выделение наиболее употребительных, присутствующих в языковом сознании среднего носителя языка идиом является серьёзной теоретической задачей. Именно таким идиомам Д.О. Добровольский даёт понятие “живая идиома” [Добровольский 1997: 134].

 Употребление “ живой идиомы” придаёт живость и образность речи. Это ценят журналисты, которые охотно обращаются к ним в своих фельетонах и очерках.

 Одна из основных сложностей при попытках определения границ множества употребительных (или “ живых”) идиом заключается в том, что понятие употребительности не универсально для всех носителей языка, а зависит, по крайней мере, от временных, локальных, социальных, ситуативных, личностных факторов и фактора пола. Этот вопрос представляет собой большой интерес, поэтому мы его рассмотрим подробно в следующей главе.

**3.2 Функциональная нагрузка “ живой идиомы” в газетных заголовках**

 Эффективность газетного текста во многом определяется его заглавием, т.к. известно, что с помощью умело составленного заголовка часто легче убедить читателя, чем с помощью резкого памфлета. Кроме того, “ исследования психологов показывают, что около восьмидесяти процентов читателей уделяют внимание только заголовкам” [Лазарева 1989: 3].

 Набранные шрифтами разной величины газетные заголовки, идущие иногда через всю полосу, естественно, привлекают к себе внимание любого читателя. В этом, собственно, и заключается их главная прагматическая функция – заинтересовать читателя, обратить его особое внимание на наиболее важные моменты статьи, не раскрывая её содержания и идеи полностью, побудить к чтению. Языковая форма заголовка в известной мере „ задана” он должен быть максимально краток (минимум строк, слов, букв), должен быть информативен, отражать позицию газеты [Розен 1985׃ 36].

 Любой заголовок называет текст, а следовательно выполняет номинативную функцию, которая также даёт возможность читателям выделить конкретный текст из массы других. Как правило, заглавию присуща информативная функция, поскольку в нём тем или иным образом отражается содержание материала. Для газетных заголовков характерна и так называемая рекламная функция, которая состоит в том, чтобы специально, особыми средствами заинтересовывать читателя, привлекать его внимание. Рекламность обычно понимается в литературе как экспрессивность, а поэтому рекламную функцию называют также экспрессивной или рекламно-экспрессивной.

 В качестве броских, обращающих читательское внимание газетных заголовков, широко используются фразеологические обороты. Это обусловлено тем, что большая часть фразеологического фонда имеет какую-либо экспрессивно-стилистическую окраску. В роли заголовков активно употребляются фразеологизмы, которые с точки зрения их семантической слитности являются фразеологическими выражениями – пословицы, поговорки, крылатые слова, афоризмы и т.п. Экспрессия, ради которой используются такие заголовки, базируется на их общеизвестности.

Например:

*Schwarzes Brett ‘доска объявлений’,*

*Brücken bauen ‘наводить мосты’,*

*Kurz und bündig ‘коротко и ясно’.*

Подобные ФЕ вызывают у носителей языка идентичные или сходные ассоциации.

 С желанием сделать заголовок более ярким, привлекательным связано употребление в них фразеологических оборотов в трансформированном виде. Изменения фразеологизмов позволяют журналистам избегать штампов, так как в этих случаях фразеологизм получает, помимо свойств, заложенных в нем самом ( а иногда и вопреки им), новые экспрессивные свойства [Шанский 1985׃ 10].

 Способы трансформации фразеологизмов в заголовках молодёжных газет чрезвычайно разнообразны. Наиболее распространёнными являются следующие׃

* широкое использование в газетных заголовках приёма усечения фразеологической единицы, что создаёт эффект усиленного ожидания, например׃

*Früh übt sich... ← Früh übt sich, was ein Meister werden will ‘навык мастера ставит’,*

*Wer die Wahl hat ... ← Wer die Wahl hat, hat die Qual ‘кому выбирать, тому и голову себе ломать’;*

* часто в газетных заголовках наблюдается употребление фразеологических единиц с метафорическим значением. Журналисты используют этот стилистический приём, чтобы сделать заголовок интереснее, живее, например׃

 *Stadt der Träume ‘страна грез’,*

 *Besuch aus einer anderen Welt ‘гости из другого мира’,*

 *Mosaik von Wirklichkeit ‘мозаика действительности’;*

* заголовки в газетах и журналах подчиняются особым стилистическим и даже грамматическим правилам, отличаясь этим от других частей текста. Главное в них качество – лаконизм. Он достигается некоторыми типичными способами, в частности отсутствием артикля, например׃

*Tugend aus der Not ‘нет худа без добра’,*

 *Sprungbrett für die Zukunft ‘мостик в будущее’;*

* часто в газетных заглавиях наблюдается расширение фразеологической единицы за счёт введения добавочных компонентов, например׃

 *Golfen über Stock und Stein ‘в гольф сломя голову’,*

 *Ein Projekt, das Früchte trägt ‘результативный проект’*.

 Распространение фразеологизма, включение в него нового слова или слов, с одной стороны, напоминает читателю исконный фразеологизм, его смысл, а с другой стороны, позволяет журналисту кратко выразить содержание газетного материала и дать его оценку.

 Итак, использование фразеологических единиц в газетных заголовках является эффективным средством создания экспрессии. Из приведённых выше примеров можно сделать вывод, что наиболее употребительными являются ФЕ с метафорическим значением, а также приём расширения ФЕ за счёт введения добавочного компонента.

 Причина употребления таких ФЕ заключается в том, что они в сжатой форме способны передать глубокий смысл и богатое содержание. Они более экспрессивны, поэтому привлекают внимание читателя, т.е. выполняют рекламную функцию. Таким образом, использование ярких, экспрессивных заглавий повышает эффективность газетных материалов.

**3.3 Функциональная нагрузка “ живой идиомы” в немецкоязычной молодёжной прессе**

 У идиом имеется определённая “программа” функционирования, которая предопределена самой их сущностью. Основываясь на трудах Кунина А.В., мы можем выделить функции, которые присущи идиомам.

 Одни функции являются константными, т.е. присущими идиомам в любых условиях их реализации и другие – вариативные. К константным относятся коммуникативная, познавательная и номинативная функции.

 Коммуникативной функцией фразеологических единиц является их назначение служить средством общения или сообщения. Общение предполагает взаимный обмен высказываниями, а сообщение – передачу информации без обратной связи с читателем или слушателем, например:

*Dann haben wir die Bilanz gezogen und haben das neue Projekt gestoppt.*

*‘Тогда мы подвели итог и приостановили новый проект’.*

 Номинативная функция фразеологических единиц – это их соотнесённость с объектами реального мира, включая и ситуации, а также замена этих объектов в речевой деятельности, их фразеологическими наименованиями, например:

*Saraevo 1993: Die blutigen Ereignisse im ehemaligen Jugoslawien werden live in jedes Wohnzimmer übertragen.*

*‘Сараево 1993: Кровавые события в бывшей Югославии транслируются в прямом эфире в каждый дом’.*

Для номинативной функции фразеологизмов характерно заполнение лакун в лексической системе языка. Это свойственно подавляющему большинству фразеологизмов, т.к. у них в этом случае нет лексических синонимов, это спорный вопрос, например:

*Aber auch diese winterharten Pflanzen konnten sich in Alaska nicht akklimatisieren.*

*‘Но даже эти морозостойкие растения не смогли бы прижиться в штате Аляска’.*

В приведенном выше примере важен факт обозначения предмета, а не стилистическое использование оборота.

 Для переосмысления фразеологизмов также характерна назывная функция, но она является не нейтральной, а стилистически маркированной, например:

*Unser Gespräch – diese Mit-den-Worten-Schlagerei – war noch im Federgewicht, wie ich’s jetzt verstehe.*

*‘Наш разговор, эта драка словами, был еще в легком весе, как я это теперь понимаю’.*

 Важнейшей функцией любой единицы языка, в том числе и фразеологической, является прагматическая функция, т.е. целенаправленное воздействие языкового знака на адресата. Прагматическая направленность свойственна любому тексту, усиливается она используемыми в нем фразеологизмами, обладающими значительным прагматическим потенциалом. Фразеологизмы усиливают прагматическую направленность текста или его части - контекста.

 Разновидностями прагматической функции являются стилистическая и оценочная функции.

\* Стилистическая функция – это особая, по сравнению с нейтральным

способом выражения, целенаправленность языковых средств в целях достижения стилистического эффекта при сохранении общего интеллектуального содержания высказывания. Стилистическая функция реализует в речи коннотативные особенности фразеологизма. В языке же существует только стилистическая окраска. Представление о ней дают стилистические словарные пометы и комментарии. Стилистическая функция имеет следующие разновидности:

 а) экспрессивно-образная функция:

 *Аls Parteifreund will er den Kanzler auch nicht im Regen stehen lassen.*

*‘Как товарищ по партии он не хочет бросить канцлера на произвол судьбы’.*

*In Mathe war sie nicht gut und mit der deutschen Rechtschreibung stand sie auch “auf dem Kriegsfuß”.*

*‘C математикой у нее было не очень хорошо, и с немецким правописанием она тоже стояла «на тропе войны»’.*

 б) эмоционально-экспрессивная функция:

*Auch Bjorn von der 10 C gab sich eine persönliche Note.*

*Так и Биорн из десятого “Б”выбрал себе индивидуальную форму.*

 *In der Musik bin ich 100-prozentig ich.*

*‘В музыке я на все сто я’.*

*Wer so denkt, hat den Führerschein so gut wie in der Tasche.*

*‘У того, кто так думает, водительское удостоверение в руках’.*

\* Результативная функция, обозначающая причину, вызвавшую действие или состояние, которое выражается фразеологическими единицами, или является результатом действия, например:

*Er weiß, dass das Proekt Früchte trägt.*

*‘Он знает, что этот проект даст хорошие результаты.*

В приведенном выше примере идиома Früchte tragen обозначает позитивный результат.

В высказываниях функции часто переплетаются. Взаимодействие функций характерно для идиом. Ниже мы приводим несколько идиом, которые являются примером подобного взаимодействия функций, выявленных при анализе в публицистическом тексте, например:

*Wir wussten gar nicht mehr, wo uns der Kopf steht.*

*‘Мы совершенно не знали, куда нам деваться’.*

*Cassandra, Moses und Martin fühlen eine Seelenverwandtschaft.*

*‘Кассандра, Моисей и Мартин чувствуют родство душ’.*

В этих примерах переплетаются эмоционально-экспрессивные и оценочные функции. Чтобы это выявить, нужно анализировать прагматический контекст.

 Таким образом, можно сказать, основной функцией идиом является прагматическая функция, т.е. целенаправленное воздействие языкового знака на адресата, имеющая несколько разновидностей.

**3.4 Факторы, определяющие особенности функционирования “живой идиомы” в молодёжной прессе**

 Одна из основных сложностей при попытках определения границ отдельных групп употребительных или “живых идиом”, по мнению Д.О. Добровольского, заключается в том, что понятие употребительности не универсально для всех носителей языка, а зависит, по крайней мере, от временных, локальных, социальных и ситуативных факторов [Добровольский 1997: 134].

**3.4.1 Временной (возрастной) фактор**

 Специфика временного фактора заключается в том, что у каждого поколения есть свой набор употребительных идиом. Так, по мнению итальянского психолога Тильде Джани Галлино, у всех подростков есть свой независимый жаргон, со словами, отличающимися от тех, что есть в лексиконе взрослых, и подростковый сленг меняется приблизительно каждые 5 лет. Поэтому не удивительно, что идиомы, активно употребляемые сегодняшними студентами, могут оказаться совершенно неизвестными их родителям, не говоря уже о бабушках и дедушках, например:

*Macht dir mal’nen Kopf ‘задуматься над чем-либо’,*

*Ellenbogen raus ‘проталкиваться вперёд, не обращая внимания на других/идти по головам’.*

*Vor der Schule muss sie mit Roxy Gassi gehen.*

 *‘Перед школой она должна выгуливать Рокси’.*

И наоборот, фразеологические единицы, характерные для речи представителей старшего поколения, молодые люди часто признают устаревшими или даже совершенно вышедшими из употребления, например:

*auf dem Kriegsfuß mit j-m stehen ‘враждовать, быть не в ладах с кем-либо/стоят с кем-либо на тропе войны’.*

Эта идиома имеет возвышенную стилистическую окраску, и её употребление в живой разговорной речи может нести оттенок иронии, как, например, в этом случае:

*In Mathe war sie nicht gut und mit der deutschen Rechtschreibung stand sie auch “auf dem Kriegsfuß”*

*‘C математикой у нее было не очень хорошо, и с немецким правописанием она тоже стояла «на тропе войны»’.*

И хотя проанализированные нами журналы охватывают круг читателей, относящихся к одной социально-возрастной группе – к молодежи, мы можем заметить различия в употреблении ФЕ и внутри этой группы. Например, можно сказать, что школьники младшего возраста употребляют более простые по строению идиомы:

*Christine macht die Arbeit Spaβ.*

*‘Работа Кристине доставляет удовольствие’.*

*Ich hatte vorher schon mal mit den Gedanken gespielt zu modeln.*

*‘Я уже и раньше обыгрывала в мыслях пойти в модели’.*

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

*Bei seiner arbeit an der Schule braucht er ein dickes Fell, denn viele können nicht zuchören oder andere ausreden lassen.*

*‘Работая в школе, он должен быть непробиваемым,т.к. многие не хотят слушать, а другие не дают договорить до конца’.*

*In Mathe war sie nicht gut und mit der deutschen Rechtschreibung stand sie auch “auf dem Kriegsfus“.*

*‘С математикой у неё было не всё хорошо, а с немецким правописанием она “стояла на тропе войны’.*

**3.4.2 Локальный фактор**

Следующим фактором, выделяемым Д.О. Добровольским, является локальный фактор. Действие локального фактора усматривается в том, что в различных областях Германии, тем более, в различных немецкоязычных странах наблюдаются существенные различия в степени употребительности тех или иных идиом, например:

*auf der Schippe nehmen ‘потешаться над кем-либо, выставлять кого-либо дураком’;*

*ihm geht der Knopf auf ‘до него (наконец) дошло, он (наконец) понял’.*

 Один из компонентов идиомы auf der Schippe nehmen – “die Schippe” стоит в словаре с пометой “niederdeutsch” . По всей вероятности, и вся идиома употребляется преимущественно на севере Германии. Кроме того, данная идиома имеет стилистическую помету “sаlopр” - фам., это даёт нам право утверждать, что эта идиома употребляется преимущественно в разговорной речи и несёт в себе экспрессивность.

 Лексема “der Knopf” австрийского происхождения (“österreichisch”), т.е. ареалом бытования идиомы, скорее всего, будет территория Австрии.

**3.4.3 Социальный фактор**

 Что же касается социального фактора, то вполне очевидно, что употребление идиом, их выбор зависит от социальной принадлежности данного носителя языка. Существенным является при этом общий уровень образованности и начитанности. Общей чертой всех языковых образований, включаемых в категорию социальных диалектов, является ограниченность их социальной основы: они выступают средством общения отдельных социально-сословных и производственно-профессиональных групп или коллективов. В публицистическом тексте употребление социолектно окрашенных ФЕ обусловливается адресной направленностью сообщения, выступая при этом в стилистической функции. Например, текст статьи о сети Интернет может содержать ФЕ, относящиеся к жаргону пользователей Интернет:

 *Zugang zum Web haben ‘иметь доступ к сети’.*

 В настоящее время проблема наркомании все больше волнует активные слои населения, это находит свое отражение в молодежной прессе, в статьях, направленных на повышение уровня информированности подрастающего поколения относительно опасностей, связанных с употреблением наркотических и психотропных препаратов. Таким образом, тексты, связанные с проблемой наркомании, могут содержать ФЕ, относящиеся к жаргону наркоманов:

 *Ecstasy einwerfen ‘принимать экстази’.*

 Так как СМИ стараются привить молодежи чувство политической активности, нередко в молодежной прессе встречаются статьи политического содержания. В этих статьях зачастую используются так называемые “политивизмы” – клише, свойственные политической речи:

 *Die Länder der Dritten Welt ‘страны третьего мира’,*

 *blutige Ereignisse ‘кровавые события’.*

**3.4.4 Ситуативный фактор**

Ситуативный фактор проявляется в том, что один и тот же человек по-разному пользуется языком в разных условиях. Ситуативная обусловленность речевого поведения в целом влияет и на выбор фразеологических единиц, например:

*Ich ziehe vor allen Schülerinnen und Schülern aus Polen den Hut, die diesen Weg wählen und durchstehen.*

*‘Я уважаю всех учениц и учеников из Польши, которые выбрали и выдержали этот путь’.*

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

**3.4.5 Личностный фактор**

 Интересно, что помимо указанных существует и так называемый личностный фактор, в известной степени определяющий идиоматичность речи каждого носителя языка. В предисловии к “Hемецко-русскому словарю живых идиом” отмечается, что индивидуальные характеристики говорящего проявляются достаточно ярко. Практически у каждого человека есть свои излюбленные идиомы и поскольку индивидуальные параметры речи не поддаются учёту, привести примеры будет достаточно сложно, тем более, что язык прессы нам такой возможности не даёт.

**3.4.6 Фактор пола**

 Существует ещё одна важная проблема, связанная с понятием “ живая идиома” и не нашедшая пока решения в теории фразеологии, – это фактор пола. Это одно из наиболее интересных и перспективных направлений исследования “ живой идиомы”.

 Современная социальная наука различает понятия “пол” и “гендер” (gender) [Cловарь гендерных терминов 2002: 20]. Пол (т.е. биологические особенности) человека считается фундаментом и первопричиной психологических и социальных различий между мужчинами и женщинами.

Гендер – означает совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. Сущностью конструирования гендера является полярность и противопоставление. Ссылаясь на словарь гендерных терминов, можно сказать, что важную роль в развитии и поддержании гендерной системы играет сознание людей [Воронина 2002: 24].

Вопрос сегодня состоит в том, каким образом, при помощи каких речевых средств, тактик и стратегий они создают определённые контексты

В отличие от Д.О. Добровольского, который даёт понятие “ живая идиома”, относя к нему наиболее употребительные и присутствующие в языковом сознании среднего носителя языка идиомы, мы расширяем это понятие и относим сюда все типы УСК, характеризующиеся частотностью их употребления в молодежной прессе.

Существует мнение, что есть различия в речи между мужчинами и женщинами при выборе наиболее употребительных речевых средств, в том числе ФЕ. Насколько нам известно, ранее эта проблема не ставилась ни в одной работе по фразеологии, поэтому наше исследование можно считать только первыми шагами в этом направлении.

Нами были проанализированы статьи из журнала “Juma”. При этом учитывались такие факторы, как:

- количество употребляемых идиом;

- качество употребляемых идиом;

- частотность употребления одних и тех же идиом .

 Анализу подвергались статьи на такие темы, как: отношения в семье, жилище, перспективы на будущее, молодёжная мода, эмоциональный мир подростков, сновидения. При этом учитывается также возрастной фактор.

Например, статья на тему “Mein Zimmer” (моя комната), возраст школьников от 13 до 16 лет [JUMA 4/2002: 8]. Рассматривая наиболее употребительные фразеологизмы с точки зрения гендера, можно отметить, что фразеологизмы, употребляемые девушками, носят более эмоционально-оценочный характер, например:

*Allerdings gibt es ja Gott sei Dank auch noch Berichte im Fernsehen. ‘Однако, слава богу, еще показывают новости’,*

*In unserer Gesellschaft heißt es bereits während der Schulzeit: Ellenbogen raus.*

*‘В нашем обществе еще со школьной скамьи это называют «идти по головам»’.*

*Das Problem ist meine große Schwester, die sich immer über Leo lüstig macht.*

*‘Проблема в моей сестре, которая всегда потешается над Лео’.*

*Leo sieht einfach spitze aus.*

*‘Лео выглядит просто потрясно’.*

 Опираясь на примеры, можно сказать, что девушки уделяют в речи больше внимания чувствам, эмоциям, в то время как речь юношей менее эмоциональная и носит коммуникативный характер, т.е. служит средством сообщения – передачи информации без обратной связи с читателем или слушателем, например:

*Es macht mir einfach Spaß beim Basketball zuzuguken.*

*‘Мне просто нравится наблюдать за игрой в баскетбол’.*

*Meine Schwester beschwert sich dann immer, weil ihr Zimmer unter meinem ist und das ziemlich viel Krach macht.*

*‘Тогда моя сестра начинает жаловаться, т.к. ее комната над моей и оттуда постоянно слышен шум.’*

 Если рассматривать статью по принципам, приведённым выше, то можно сделать вывод, что девушки намного чаще употребляют фразеологизмы в речи, причём у некоторых присутствует повторяемость одного и того же фразеологизма (например, Gott sei Dank).

 Т.о. можно выделить некоторые стилистические особенности, свойственные преимущественно мужчинам/ юношам или преимущественно женщинам / девушкам в рамках чётко очерченной ситуации общения. При этом считается, что они возникают под влиянием как социокультурных (например, употребление женщинами / девушками ругательств осуждается больше, чем мужская брань [Радищева 2002: 153]), так и биологических факторов.

 Если учитывать принцип частотности употребления фразеологизмов (“живых идиом”), то наибольшее их количество представлено в статье на тему “Мои перспективы на будущее”. Большое количество фразеологизмов говорит о том, что эта тема вызывает у юношей и девушек более сильную эмоциональную реакцию, значит, она более всего волнует молодёжь и актуальна на данный момент. Рассматривая эти фразеологизмы с точки зрения гендера, можно сказать, что речь юношей и девушек одинаково эмоциональна и экспрессивна, и это можно объяснить актуальностью темы. Например, речь девушек:

*Aber wir frauen schmeißen den Laden schon!*

*‘Но мы женщины уже провернули дело!’*

*Heiraten will ich später auf keinen Fall!*

*‘Я никогда не выйду замуж!’*

*Sie hatte Angst, dass es sich entzündet.*

*‘Она боялась, что это вызовет воспаление’.*

И речь юношей:

*Am liebsten will ich mich zur Ruhe setzen ‘Лучше всего я бы ушёл на пенсию’,*

*Das Blatt wendete sich ‘Дело прняло другой оборот’.*

 Можно сделать вывод, что при выборе фразеологизма немаловажную роль играет тема, о которой идёт речь.

 В заключение следует подчеркнуть, что наши выводы по гендерным особенностям употребления фразеологизмов в молодёжной прессе, носят весьма и весьма предварительный характер. Для более серьёзных выводов необходимо исследование значительно более обширного фактического материала.

**Заключение**

Поставленные перед началом данного исследования задачи нами достигнуты. Проанализировав язык публицистики в молодежных журналах, нельзя не заметить активного вторжения элементов разговорного языка.

Появление большого количества экспрессивных слов и выражений связано со стремлением молодежи ярче, эмоциональнее выразить свое отношение к предметам, явлениям и другим людям. Одним из средств создания экспрессивности являются при этом УСК. В наибольшей степени экспрессивная функция относится к словесным комплексам идиоматического типа.

Причина употребления таких ФЕ в языке прессы заключается в том, что они в сжатой форме способны передать глубокий смысл и богатое содержание. Своей экспрессивностью они привлекают внимание читателей, т.е. выполняют рекламную функцию.

Как показал собранный нами материал, одной из особенностей фразеологии немецкого языка на данном этапе его развития является употребление так называемых “живых идиом”. В публицистических текстах “живая идиома” несет в себе определенную “программу” функционирования, которая предопределена самой ее сущностью.

К константным функциям “живой идиомы” относятся коммуникативная, номинативная и познавательная. Однако, не эти функции являются наиболее важными при употреблении ФЕ в молодежной прессе. К числу определяющих можно отнести следующие функции:

1) стилистическую функцию, заключающуюся в целенаправленности языковых средств на достижение определенного стилистического эффекта (ирония, уважение, пренебрежения) при сохранении общего интеллектуального содержания высказывания;

2) прагматическую функцию, заключающуюся в целенаправленном воздействии языкового знака на адресата ( выражение оценки).

Особенности функционирования ФЕ в молодежной прессе связаны с временным, локальным, социальным, ситуативным, личностным факторами и факторами пола. Они имеют также гендерный аспект. Результаты данного исследования свидетельствуют о том, что в речи девушек превалируют ФЕ, обозначающие чувства, эмоции, в то время как речь юношей менее эмоциональна, носит коммуникативный характер, т.е. служит средством сообщения – передачи конкретной информации без обратной связи с читателем или слушателем. Однако, на особенности употребления ФЕ в молодежной прессе юношами и девушками активно оказывает влияние не только биологический фактор. Не менее значимыми оказываются социокультурные факторы, а также актуальность темы публикации.

В заключение следует подчеркнуть, что наши выводы по гендерным особенностям употребления фразеологизмов в молодежной прессе носят весьма и весьма предварительный характер. Для более серьезных выводов необходимо исследование более обширного фактического материала.

**Список использованной литературы:**

1. Байер Х., Байер А. Немецкие пословицы и поговорки: Сборник. – М.:

Высш. шк., 1989.

2. Барлас Л.Г. Русский язык. Стилистика. Пособие для учителей. М., «Просвещение», 1978.

3. Брандес М.П. Stilistik der deutschen Sprache. Учеб.- 2-е изд., испр. и доп.- М.: Высш. шк., 1990.

4. Брандес В.П., Провоторов В.И. «Предпереводческий анализ текста»: Учеб. пособие. -2-е изд., испр. и доп. – Курск: Изд-во РОСИ, 1999.

5. Виноградов В.В. Избранные труды: Лексикология и лексикография.

 М., 1977.

6. Виноградов В.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове. М., 1972.

7. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. М., 1963.

8. Городникова М.Д., Супрун Н.И., Шевелева Л.В., Широкова Т.А. «Лингвистика текста и обучение ознакомительному чтению в средней школе: Пособие для учителя» - М.: Просвещение, 1987.

9. Гурбиш Е. Сопоставительный анализ анималистической паремиологии

русского и польского языков: Автореф… дис. канд. филол. наук. Л., 1882.

10. Добровольский Д.О. : Национально-культурная специфнка во фразеологии. Вопросы языкознания. №6. 1997.

11. Добровольский Д.О. Немецко-русский словарь живых идиом. Около 1000 идиом. М.: Метатекст, 1997.

12. Ефимов А.И. Об изучении языка художественных произведений. М., 1952.

13. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.

14. Красавский Н.А. Русская и немецкая концептосферы эмоций (опыт лингвокультурологического анализа словарных статей)// Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Научное издание.- Воронеж, 2001.

15. Лазарева Э.А. Заголовок в газете.- Свердловск: Изд-во Урал. Ун-та, 1989.

16. Мокиенко В.М. В глубь поговорки. М., 1975.

17. Мокиенко В.М. Славянская фразеология. М., 1980.

18. Мокиенко В.М. Учебная идеография и учебная фразеология//

Лингвострановедческий аспект в преподавании русского языка как

иностранного. Воронеж, 1984.

19. Немищенко Г.П. Вопросы языкознания, М., 2001.

20. Ожегов С.И. О структуре фразеологии (в связи с проектом фразеологического словаря русского языка) // Лексикология. Лексикография. Культура речи. М., 1974

21. Ожегов С.И. О структуре фразеологии. Лексикографический сборник,

 вып. 2, 1957.

 22. Ольшанский И.Г. Парные сочетания слов современного немецкого языка

 (семантика, структура, сочетаемость). Канд. дисс., М., 1965.

23. Пермяков Г.Л. 300 общеупотребительных русских пословиц и поговорок

(для говорящих на немецком языке). – М.: Рус. яз., 1985.

24. Постнова Т.Е. Теория языка и речи.Фразеология в современной печатной рекламе. Вестник МГУ. Сер 19. Лингвистика и международная коммуникация. №1. 2001.

25. Райхштейн А.Д. О переводе устойчивых фраз. – Тетради переводчика. Вып. 5. – М., 1968.

26. Райхштейн А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. М., 1980.

27. Розен Е.В. Газеты и журналы на нем. яз. в школе: Пособие для учителя.- м.: Просвещение, 1985.

28. Ройзензон Л.И. Русская фразеология. – Самарканд, 1977.

29. Ройзензон Л.И. Фразеология и страноведение// Бюлл. по фразеологии

№1. Новая серия. Вып. 234. Труды Самар. гос. ун-та. 1972.

30. Солганик Г.П. Язык и стиль передовой статьи. М., 1973.

31. Солодуб Ю.П. Национальная специфика и универсальные свойства

фразеологии как объект лингвистического исследования// ФН НДВШ. №6.,

1990.

32. СРЯ. Под ред. Новикова А.А. С-Пб., 1999.

33. СРЯ. Учебное пособие для студентов для студентов пед. ин-тов по спец.

№2121 «Педагогика и методика начального обучения». М., «Просвещение»,

1978.

34. Телия В.Н. Русская фразеология.- М. 1966.

35. Траутманн Ф. Сравнимое и несравнимое в немецко-русских

фразеологизмах. – Рус. язык в национальной школе, 1977, № 1.

36. Федоров А.В., Кузнецова Н.Н., Морозова Е.Н., Цыганова И.А. Немецко-

русские языковые параллели. – М., 1961.

37. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. – М., 1968.

38. Чернышева И.И. Фразеология современного немецкого языка.

Изд. «Высшая школа», М., 1970.

39. Шанский Н.М. Фразеология совр. русского языка.- м.: Высш. шк., 1985.

40. Agricola, E. Semantische Relationen im Text und im System. 3.Aufl.

Halle,1975.

41. Dobrovol’skij, D. Phraseologie als Objekt der Universalienlinguistik. Leipzig,

1988.

42. Fleischer, W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. – 2.,

durchges.und erg. Aufl. – Tuebingen: Niemeyer, 1997.

43. Heesch, M. Zur Übersetzung von Phraseologismen. – Fremdsprachen, 1977.

44. Kade, O. Die Phraseologie als übersetzungswissenschaftliches Problem. – In: Aktuelle Probleme der Phraseologie. – Lpz., 1976.

45. Riesel, E. Stilistik der deutschen Sprache. M., 1980.

46. Schippan, T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. – Tübingen:

Niemeyer, 1992.

47. Seiler, F. Deutsche Sprichwörterkunde. München, 1922.

48. Telija, V.N. Die Phraseologie. In: Allgemeine Sprachwissenschaft.

Autorenkollektiv unter der Leitung von B.A. Serebrennikov. Ins Deutsche

übertr. u. hg. von H. Zikmund und G. Feudel. Bd. 2. Berlin, 1975.

  **Словари:**

49. Даль В. Толковый словарь, т. 4, М., 1955.

50. Лингвистический энциклопедический словарь/ Гл. ред. В.Н. Ярцева, --

 М.: Сов. энциклопедия, 1990

51. Словарь гендерных терминов, М., «Информация – XXI век», 2002.

52. Фразеологический словарь русского языка/ Под ред. А.И. Молоткова.

М., 1987.

53. Der Große Duden. Stilwörterbuch der deutschen Sprache. 4.Aufl.,

Mannheim, 1956. 5.Aufl., Mannheim, 1963.

54. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 6 Bänden/

Unter Leitung von G. Drosdowski. Mannheim/Wien/Zürich, 1977.

55. Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache, hrsg. von R. Klappenbach

und H.W. Steinitz. Akademie-Verlag, Berlin, Bd.1, 1967.

56. Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch.

Hrsg. von E. Agricola unter Mitwirkung von H. Görner und R. Küfner.

57. Juma. Das Jugendmazin, № 4/03.

58. Der Weg. Die Zeitschrift für Deutschlernende, № 40 (Februar - April 2003).

59. Wir in Europa, № 76 / Bonn, November 1993.