

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
кафедра германської філології та перекладу

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У НІМЕЦЬКОМУ  
ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ**

**Кваліфікаційна робота**  
освітнього ступеня «бакалавр»  
студентки 4-го курсу  
освітньої програми  
*«Німецька філологія та переклад, англійська мова»*,  
спеціальність – 035.043 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька»  
**Єлизавета Михайлівна РАБОТІНА**  
**Науковий керівник:**  
к.філол.н. асист. Оксана МАРТИНІВ

**«Допущено до захисту»**  
Протокол засідання  
кафедри германської філології та перекладу  
протокол № 12 від «11» червня 2024 року  
завідувач кафедри СФ  
к.філол.н., доц. Олександр СТАСЮК

КИЇВ

2024

## АНОТАЦІЯ

### **Работіна Єлизавета Михайлівна. Особливості функціонування фразеологізмів у німецькому політичному медіа дискурсі.**

Кваліфікаційна робота освітнього ступеня «бакалавр», спеціальність – 035.043 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька. - Київський національний університет імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України. – Київ, 2024.

Робота присвячена дослідженню особливостей використання фразеологізмів у німецькому політичному медіа дискурсі. Політична мова у періоди соціально-економічних криз набуває особливого значення і стає потужним інструментом впливу на громадську думку. Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 року дослідження сфери політичної комунікації та її мовні засоби, зокрема фразеологічні одиниці, набувають особливого значення.

Метою роботи є розкриття особливостей функціонування фразеологізмів у німецькому політичному медіа дискурсі, в тому числі і у період війни в Україні. У роботі досліджуються лексико-семантичні особливості фразеологізмів у промовах відомих політичних діячів, а також використання фразеологізмів німецькомовними ЗМІ.

Результати проведеного дослідження доводять, що використання фразеологізмів має вагомий вплив на політичні події у світі та набувають особливого значення під час війни. У сучасному політичному дискурсі активно вживаються фразеологізми різної структурно-семантичної організації, різні за ідіоматичністю та смисловим навантаженням. Незважаючи на їх походження з різних історичних періодів, вони продовжують залишатися в політичному дискурсі.

Об'єктом дослідження є фразеологізми в сучасному німецькому політичному медіа дискурсі. Предметом дослідження є вживання фразеологізмів політиками у медійних текстах, зокрема у політичних промовах.

Для досягнення мети дослідження використовувалися такі методи: загальнонаукові методи (аналіз лінгвістичних джерел, метод теоретичного аналізу для визначення основних понять, пов'язаних з фразеологією), функціональні методи та спеціальні лінгвістичні методи (аргументації перекладацьких прийомів).

Структура роботи зумовлена логікою дослідження, поставленими завданнями і складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи складає 64 сторінок, обсяг основного тексту — 44 сторінки.

**Ключові слова:** *фразеологізми, політичний медіа дискурс, політик, промова, ЗМІ.*

## ABSTRACT

### **Rabotina Yelyzaveta Mykhailivna. Features of the functioning of phraseology in the German political media discourse.**

The study is focused on the features of the use of phraseological units in German political media discourse. Political speech during periods of socio-economic crises gains significance and becomes a powerful tool for influencing public opinion. After the full-scale invasion of Russia into Ukraine in February 2022, the study of the field of political communication and its linguistic means, particularly phraseological units, has gained significance.

The aim of the research is to reveal the features of the use of phraseological units in German political media discourse, including during the period of the war in Ukraine. The study examines the lexical-semantic features of phraseological units in the speeches of well-known political figures and the use of phraseological units by German-language mass media.

The results of the study prove that the use of phraseological units has a significant impact on political events worldwide and gains particular significance during the period of the war. In modern political discourse, phraseological units of different structural and semantic organisations, different in idiomaticity and semantic load, are actively used. Despite their origin from different historical periods, they continue to remain in political discourse.

The object of research is the phraseological units in German political media discourse.

To achieve the goal of the study, the following methods were used: general scientific methods (analysis of linguistic sources, method of theoretical analysis to determine the main concepts related to phraseology), functional methods and special linguistic methods (argumentation of translation techniques).

The structure of the study is determined by the logic of the research, the tasks and consists of an introduction, two chapters, conclusions to the chapters, general conclusions, a list of used sources and appendices. The total workload is 64 pages, with the main text comprising 44 pages.

**Key words:** *phraseological units, political media discourse, politician, speech, mass media.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Основні принципи класифікації фразеологізмів .....	8
1.2. Модифікації фразеологізмів .....	15
1.3. Політичний медіа-дискурс як середовище здійснення комунікативного впливу .....	19
Висновки до першого розділу .....	29
<b>РОЗДІЛ 2. МОВНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ .....</b>	<b>31</b>
2.1. Особливості функціонування фразеологізмів у формуванні образу політика .....	31
2.2. Метафора як засіб мовного впливу у медіа- політичному дискурсі .....	38
2.3. Комунікативні стратегії і тактики в промовах політиків .....	41
Висновки до другого розділу .....	45
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....</b>	<b>46</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>50</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....</b>	<b>55</b>
<b>ДОДАТОК .....</b>	<b>59</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG.....</b>	<b>62</b>

## ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена посиленням впливу засобів масової інформації на формування громадської думки, маніпуляцій суспільно-масовою свідомістю тощо, що особливо спостерігається у період війни. Для створення певної суспільної думки та досягнення політичних цілей політики як у своїх промовах, так і через ЗМІ використовують комунікативні стратегії та тактики. Фразеологізми є одним з інструментів досягнення комунікативних цілей політика, оскільки будуть зрозумілі більшості адресатів своїх промов.

Проблемою особливостей функціонування фразеологізмів займались багато як зарубіжних так і вітчизняних вчених: В. Виноградов, М. Шанський, В. Карабан, А. Искоз, А. Ленкова, Б. Ларін, І. Чернишова, В. Жуков, М. Алефіренко, Я. Баран, М. Зимомря, О. Білоус, І. В. Фляйшер, Т. Шіппан. Вивченню політичного медіа дискурсу присвятили свої праці такі вчені як: Т.А. ван Дейка, Р. Барта, М. Фуко, Ю. Хабермаса, М. В. Ільїна, Є. І. Шейгала, О.М. Баранова, Г. Г. Почепцова. Р. Фавлер, Дж. Кук, Г. Еромса, О. Кузьменко, І. Мірошніченко, М. Яцимірська.

**Метою** дослідження є розкриття особливостей функціонування фразеологізмів у німецькому політичному медіа дискурсі, в тому числі і у період війни в Україні. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- 1) розкрити змісту понять «фразеологізм», «політичний медіа дискурс», а також принципів класифікацій фразеологізмів;
- 2) вивчити природу модифікацій фразеологізмів;
- 3) дослідити види комунікативних стратегій та тактик, які використовують політики для впливу на суспільну думку
- 4) визначити мовні засоби впливу політичних діячів у політичному медіа дискурсі на основі відібраного фактичного матеріалу.

**Об'єктом** дослідження є фразеологізми в сучасному німецькому політичному медіа дискурсі.

**Предметом** дослідження є вживання фразеологізмів політиками у медійних текстах, зокрема у політичних промовах, виступах, інтерв'ю та інших формах комунікації.

**Матеріалом** дослідження слугують публікації у німецькомовних ЗМІ та промови політичних діячів, а саме: канцлера Німеччини Олафа Шольца, ексканцлера Німеччини Ангели Меркель, президента України Володимира Зеленського, Міністра оборони США Лойд Остін, членів бундестагу Хубертуса Хайля, Керстін Грісе, Гельмюльта Коля, Романа Херцога, Фрідріха Мерці, австрійського політика Єви Главшнік.

Для досягнення мети дослідження використовувалися такі **методи**: загальнонаукові методи (аналіз лінгвістичних джерел, метод теоретичного аналізу для визначення основних понять, пов'язаних з фразеологією), функціональний метод та спеціальні лінгвістичні методи (аргументації перекладацьких прийомів).

**Теоретичне значення** роботи полягає у розгляді фразеологізмів німецької мови як ключового інструменту формування образу політика та його впливу на громадську думку в контексті політичного медіа-дискурсу. Головну увагу приділяється аналізу фразеологічних одиниць, визначаючи їхню роль у формуванні ефективного комунікативного образу політика. Робота також досліджує причини модифікації фразеологізмів.

**Практичне значення** даного дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть використовуватися у спецкурсах при викладанні філологічних дисциплін та в якості ілюстративного матеріалу при вивченні фразеології та використанні фразеологічних одиниць у політичному медіа дискурсі.

**Структура** роботи зумовлена логікою дослідження, поставленими завданнями і складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатку. Загальний обсяг роботи складає 64 сторінок, обсяг основного тексту — 44 сторінки.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ

#### 1.1. Основні принципи класифікації фразеологізмів

Фразеологія – розділ мовознавства, який вивчає фразеологічний склад мови. Предметом фразеології як науки є дослідження фразеологізмів, а саме стійких словосполучень зі складною семантикою [23]. Поповнення фразеологічного складу мови відбувається постійно, що у свою чергу передбачає вироблення методів та підходів до класифікації фразеологічних одиниць, що і зумовлює актуальність роботи.

Проблемою класифікації фразеологізмів займалися багато зарубіжних та вітчизняних науковців: В. Виноградов, М. Шанський, А. Іскоз та А. Ленкова, Б. Ларін, І. Чернишова, Т. Шиппан, В. Фляйшер та інші.

Родоначальником теорії фразеологізмів вважається Шарль Баллі, який на початку ХХ ст. вперше класифікував сполучення слів у своїй праці «Французька стилістика». Науковець, згідно з семантичною класифікацією, виділив чотири групи словосполучень, а саме:

- 1) Вільні словосполучення, які не мають стійкості, тому можуть розпадатися одразу після утворення;
- 2) Звичні поєднання – це словосполучення, компоненти яких мають відносно вільні зв'язки між собою, тому можливі деякі зміни;
- 3) Фразеологічні ряди – це групи слів, у яких два поняття, які розташовуються поряд, зливаються в одне;
- 4) Фразеологічні єдності – це словосполучення, у яких компоненти втратили властиве для них значення, і позначають цілісне поняття [3].

Згодом Ш.Баллі переглянув свій підхід до класифікації словосполучень, і дійшов висновку, що звичні поєднання і фразеологічні ряди є проміжними ланками поєднань і залишив тільки дві основні групи, а саме: 1) Вільні

словосполучення та 2) Фразеологічні єдності, компоненти, які втратили своє самостійне значення внаслідок постійного вживання в таких комбінаціях [3].

У 1940-х роках ХХ ст. радянський лінгвіст В.В. Виноградов, на основі ідей Шарлі Баллі запропонував найбільш поширену на сьогодні класифікацію фразеологізмів, а саме:

а) **Фразеологічні зрощення** – це сталі словосполучення, зміст яких не можна зрозуміти із значень окремих компонентів, що входять до складу фразеологічної одиниці: *піймати облизня; терпець увірвався; ні в сих ні в тих; теревені правити; нині отпускаєши;*

б) **Фразеологічні єдності** – стійкі словосполучення, зміст яких певною мірою зумовлений значеннями слів-компонентів: *тримати камінь за пазухою; ложка дьогтю в бочці меду; намити шию; стерти в порошок; замилувати очі; зробити з мухи слона; загрибати жар чужими руками.* Їх можна назвати ідіомами, що утворилися від вільних синтаксичних словосполучень унаслідок образного переосмислення: *дати перцю; дати гарбуза; обмити руки; море по коліна; не всі дома; не по конях, то по голоблях; розводити руками* та ін.

в) **Фразеологічні сполучення** – стійкі вислови, до складу яких входять слова з вільним і фразеологічно зв'язаним значенням. У них цілісне значення випливає з семантики окремих слів: *здобути перемогу; делікатне питання; насупити брови; згорати з сорому; зачепити за живе; важка вода* [9].

Класифікаційна схема В.В. Виноградова - важливий етап у становленні фразеологічної теорії. Але в процесі досліджень фразеологічного фонду багатьох мов для вивчених стали очевидними вразливі місця цієї класифікації, зокрема нечіткість критерію умотивованості значення, неможливість застосовувати його до всіх одиниць, залучених до категорії фразеологічних єдностей тощо.

Зберігши три основні класи фразеологічних одиниць за схемою В.В. Виноградова, М.М. Шанський виділив четвертий клас *фразеологічні вирази*, до яких належать такі стійкі в своєму складі і вживані фразеологічні звороти, які не тільки є семантично подільними, але складаються цілком зі слів

з вільним значенням (*вовків боятися - в ліс не ходити; не все те золото, що блищить*). Характером зв'язків слів, що входять до їх складу, і загальним значенням фразеологічні вирази нічим не відрізняються від вільних словосполучень і речень. Специфікою їх є те, що вони не створюються мовцями, а відтворюються як готові структурні і значеннєві одиниці [29].

Свою класифікацію фразеологізмів запропонував також і німецький лінгвіст Г. Бургер. В книзі «*Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*» автор розрізняє наступні фразеологізми: комунікативні, структурні, референційні [39]. До класу референційних фразеологізмів Г. Бургер надає номінативні фразеологізми.

За Гаральдом Бургером основну увагу слід приділяти класифікаціям або критеріям класифікації, а потім на основі отриманих класифікацій слід створювати термінологію. На початку дослідження фразеології було відзначено, що ані класифікації, ані термінології різних дослідників і напрямків досліджень не були сумісні між собою. З огляду на поточну дослідницьку ситуацію можна стверджувати, що існує великий консенсус щодо критеріїв класифікації. Більшість фразеологів використовують комбінацію синтаксичних, семантичних і прагматичних критеріїв [39].

Г. Бургер пише, що деякі автори висловлюючись щодо класифікації фразеологізмів вважають, що вони включають лише ідіоматичні фразеологізми (фраземи) та фразеотексти (прислів'я, рутинні формули тощо). Неідіоматичні сталі словосполучення є, поряд із словосполученнями, підкласом під загальним терміном «багатослівна лексика».

Фразеотексти, зі свого боку, належать до більш повного класу «текстем», хоча їх сфера не визначена детально. Таким чином, фразеологія охоплює дві підсфери: багатослівну лексику та текстологію.

Фразеологізми виконують певну функцію у спілкуванні та за систематизацією Г. Бургера складають спеціальні класи: Модельні утворення (Modellbildungen), Парні сполучення (Zwillingsformeln), Компаративні фразеологізми (Komparative Phraseologismen), Кінеграми (Kinegramme),

Крилаті слова (Geflügelte Worte), Авторські фразеологізми (Autorphraseologismen), Онімичні фразеологізми (onymische Phraseologismen), Фразеологічні терміни (phraseologische Termini), Кліше (Klischees).

У своїй класифікації фразеології Г. Бургер використовує критерій знакової функції, яку фразеологізми виконують у комунікації, а саме:

а) Референційні фразеологізми «Referentielle Phraseologismen»: вони посилаються на об'єкти, процеси чи факти в реальності (чи то «реальний» світ, чи вигаданий світи). Приклади: *Schwarzes Brett, jmdn. übers Ohr hauen, Morgenstund hat Gold im Mund.*

б) Структурні фразеологізми «Strukturelle Phraseologismen»: вони мають тільки одну функцію в мові, а саме функцію встановлення граматичних відносин. Приклади: *in bezug auf, sowohl – als auch*

в) Комунікативні фразеологізми «Kommunikative Phraseologismen»: вони мають конкретні завдання у створенні, визначенні, виконанні та завершенні комунікативних дій. Приклади: *Guten Morgen, ich meine* [39].

Г. Бургер також згадує про ідіоматичні словосполучення, яке є ідіомою, зазначивши що вони використовуються не лише в усьому англосаксонському регіоні, але також у багатьох німецьких і романських публікаціях. Для фразеологізмів, які слід розуміти як частково ідіоматичні в семантичному плані, автор пропонує термін «часткові ідіоми» «Teil Idiome».

У своїй роботі вчений зазначав, що для базової класифікації більше підходить синтаксична і текстолінгвістична підкласифікація, яка вже має традицію в дослідженнях. Отже, Г. Бургер виділяє дві великі групи фразеологізмів:

### **1) Сталі вирази (Feste Phrasen)**

"Сталі вирази" – фразеологізми, які зазвичай є синтаксичними конструкціями, що явно відносяться до контексту, або вже мають стійкі компоненти, або ж складаються з елементів, створених на місці. Можна виділити три типи, для яких не існує загальноприйнятих термінів:

a) *Das schlägt dem Faß den Boden aus jetzt ist es genug, das ist der Gipfel der Frech-heit'*

Вираз зазвичай стосується ситуації або минулого діалогу між співрозмовниками. Хоча воно складається з цілого речення, воно пов'язане з ситуацією чи контекстом через дейктичний елемент.

б) *jmds. Thron wackelt 'jmds. Position ist gefährdet'*

*jmds, Aktien steigen 'jmds. Aussichten auf Erfolg werden besser'*

*jmdm. geht ein Licht auf jmd. versteht, durchschaut plötzlich etwas'*

*jmdm. fällt ein Stein vom Herzen jmd. ist (plötzlich) sehr erleichtert*

В цих речення у всіх випадках внутрішня структура містить підмет і дієслово в кінці, але кожен з фразеологізмів містить пробіл (атрибут або давальний відмінок). За допомогою пробілу фразеологізм пов'язується з відповідним контекстом.

в) *Das Maß ist voll die Geduld ist zu Ende; es ist genug*

*Die Post geht ab 'es geht hoch her, herrscht eine ausgelassene Stimmung' (Duden GW)*

*Das Eis ist gebrochen die Stimmung hat sich geändert, die ersten Hemmungen sind beseitigt'*

Ці речення не містять жодного поверхневого елемента, який би вказував на зв'язок із контекстом. Проте зазвичай вони вводяться у відповідний контекст за допомогою часток, прислівників тощо.

## **2) Топічні формули (Topische Formeln)**

Цей термін, з античної риторики, використовується для формулювань речення, які не потребують зв'язку з контекстом за допомогою лексичного елемента. Вони утворюють узагальнені висловлювання, які зрозумілі навіть без прив'язки до конкретного контексту, конкретної ситуації. Існує дві основні групи:

а) Прислів'я (*Sprichwörter*)

*Morgenstund hat Gold im Mund am Morgen läßt es sich gut arbeiten - wer früh mit der Arbeit anfängt, erreicht viel.*

б) Трюїзми (*Gemeinplätze*)

*Was man hat, das hat man*

Зазвичай прислів'я та трюїзми відрізняються один від одного за семантичним критерієм: Трюїзми формулюють не «нові» ідеї, а скоріше самоочевидні факти.

Фразеологізми також розглядають за їх внутрішньою синтаксичною структурою та за синтаксичною функцією в реченні чи тексті.

Структурні фразеологізми виконують функції відповідної частини мови. Наприклад, є фразеологізми, що виконують функції прийменників або сполучників.

Що стосується прикметникових фразеологізмів, то це ті, які можуть використовуватися як предикативи або атрибутиви «*auf dem Holzweg sein*».

Фразеологізми, що виконують функції дієприслівників в реченні, називаються прислівниковими фразеологізмами. Наприклад, "*auf jeden Fall*" (обов'язково) або "*im Handumdrehen*" (дуже швидко).

Номінальні фразеологізми виконують в реченні функції суб'єкта, об'єкта, а іноді й атрибута. Прикладами таких фразеологізмів є: "*Hinz und Kunz*", "*Vater Staat*", "*die Schwarze Kunst*".

Фразеологізми, що містять дієслово, називаються дієслівними фразеологізмами. Втім, варто зазначити, що ця категорія включає фразеологізми з різною внутрішньою структурою та валентністю: «*die Segel streichen*», «*einen Vogel zeigen*».

Порівняльні фразеологізми містять усталене порівняння, яке зазвичай підсилює дієслово або прикметник вільного значення. Наприклад "*frieren wie ein Schneider*", "*dumm wie Bohnenstroh*", "*flink wie ein Wiesel*".

У художніх текстах часто зустрічаються авторські фразеологізми. Це полілексичні вислови, які в даному тексті набувають свого унікального значення. Наприклад, у романі "*Buddenbrooks. Verfall einer Familie*" Т. Манна є вираз "*sidi mi na kamenях*" - «*auf den Steinen sitzen*», який набуває специфічного значення. «*Сидіти на камені*» означає «*бути самотнім і нудьгувати*» [56].

Онімічні фразеологізми використовуються як власні назви, наприклад, "Das Rote Kreuz", "Der Ferne Osten", "Das Weiße Haus".

Фразеологічні терміни займають особливе місце в технічній термінології. Їх значення є строго визначеним і вони функціонують як будь-який інший термін.

Змішана класифікація використовується для аналізу текстових корпусів, вона включає в себе декілька критеріїв одночасно, наприклад, синтаксичні, семантичні, прагматичні. Також використовуються критерії, які перетинаються зі звичайними.

Досліджуючи питання основних принципів класифікації доцільно також згадати німецького вченого В. Фляйшера, який у своїй роботі «Фразеологія сучасної німецької мови» описав основні проблеми фразеології. Він звертався до досліджень радянських лінгвістів щодо проблеми класифікації та дефініції фразеологізмів та виокремив основні властивості фразеологізмів, а саме: 1) ідіоматичність 2) стабільність, 3) лексикалізація.

В. Фляйшера зазначав, що фразеологізми та слова взаємно корелюють, зокрема в таких аспектах:

- 1) Фразеологізм, подібно до слова, виконує синтаксичну роль у реченні.
- 2) Фразеологізм має такі ж морфолого-граматичні категорії, як його еквівалентне слово. Наприклад, "іменник" та "прикметник" в роді, числі, відмінку; "дієслово" за часом, способом, особою, числом. Проте, ця кореляція може бути обмеженою у практичному вживанні із деякими видами фразеології.
- 3) Фразеологізми також піддаються валентності. Вони можуть бути однозначними або багатозначними, як "дієслова" та слова в загальному розумінні, і можуть відрізнятися за семантичною якістю своїх доповнень.
- 4) Фразеологізми, так само як і слова, мають відповідати вимогам семантичної конгруентності у реченні. Фразеологізми, що описують особу або предмет, не можуть бути поєднані зі словами, що означають дію [40].

Отже, як самостійний розділ лексикології, фразеологія була введена в науку на початку ХХ століття. Це стало підґрунтям для подальших дослідження,

розкриття сутності фразеології, різноманітних класифікацій, виникнення нової термінології тощо.

## **1.2. Модифікації фразеологізмів**

Специфіка фразеологічних одиниць (ФО) як особливих знаків вторинної номінації спонукає мовознавців до нових досліджень у сфері фразеології, зокрема до вивчення природи модифікацій фразеологізмів [18]. Різним аспектам вивчення природи модифікації фразеологічних одиниць німецької мови присвячені праці як вітчизняних так і зарубіжних науковців: С. Денисенко, М. Гавриш, Г. Бюргер, Д. Добровольський, В. Фляйшер, Х. Пальм та ін. Слід зазначити, що фразеологізми постійно поповнюються своїми модифікаціями через різні джерела, такі як преса, телебачення, реклама, промови. Отже, потреба у подальшому вивченні і дослідженні фразеологізмів зростає. Вивчення модифікації, варіації й трансформації структурного та семантичного складу фразеологічних одиниць німецької мови теж залишається актуальним для дослідження. У той же час модифікація фразеологізмів є одним із найскладніших питань у мовознавстві, так як вона суперечить головній характеристиці ФО це стійкості, стабільності компонентного складу.

Фразеологізми, як і інші лексичні одиниці, тісно пов'язані з навколишньою дійсністю, тому зміни, реформи в суспільному та духовному житті нації позначаються на їх номінації та функціонуванні. Слід також відрізнити варіантність від модифікації. Мовознавці розглядають варіантність у вигляді реалізації фразеологізму в різних формах, які об'єднанні у єдине ціле за допомогою інваріантних властивостей. В сучасній німецькій мові ми можемо виокремити різні види варіацій: морфологічний, лексичний, синтаксичний та комбінований.

За класифікацією Г. Бургера існують наступні типи варіації: 1) граматичні (коли замінюється множина одною, використовуються пестливі форми тощо) 2) замінюються певний фразеологічний компонент іншим лексичним компонентом. 3) змінюється порядок слів у компаративних фразеологізмах.

4) використовується короткі або довгі форми фразеологізму. 5) змінюється відмінок в компонентах фразеологічного виразу [39].

Українські дослідники Я. Баран та М. Зимомря висловлюють думку що, «модифікацію фразеологізмів не слід плутати із змінами, що виникають стихійно, спонтанно, безпосередньо в процесі спілкування. Зміни фразеологізмів у художніх і публіцистичних творах мають цілеспрямований характер.» [4, с. 136].

Вчені зазначають що, зміни фразеологізмів можуть бути багатовнутрішніми і зовнішніми. Під внутрішніми змінами слід розуміти ті випадки перетворень, коли зміни зазнає зміст зворотів. Це - а) внутрішні зміни, що стосуються значення, б) зміни, що стосуються внутрішньої і зовнішньої сторін фразеологізмів. До них належить заміна окремих компонентів, нарощування, утворення моделі та ін. Внутрішні зміни приводять до утворення нової якості у лексичних одиниць, тим самим, і до перерозподілу знаків мовної системи. Модифікації, у свою чергу, набувають характеру мовних знаків. Основою, яка дає змогу здійснити цей вид модифікації фразеологізмів, є бінарність в лексичному значенні мовного знака [4].

Така класифікація модифікованих фразеологізмів впливає зі спроб наступних перетворень:

1. Зміна фразеологізмів без порушення їх синтаксичної структури.
2. Зміна фразеологізмів внаслідок зміни їх синтаксичної структури.

Додатковий компонент може служити також засобом переоцінки смислу фразеологізму: POLLY: *Du - jetzt hältst du aber deinen dreckigen Mund, du Fetzen; sonst hau ich dir eine in die Fresse, gnädiges Fraulein!* [45, с.99]. Фразеологізм «**den Mund halten**» і його модифікація «*den dreckigen Mund halten*» мають різний обсяг семантики і належать до різних стилістичних пластів. Завдяки компоненту «*dreckigen*» зворот перейшов із сфери літературно-розмовної у сферу суто розмовнопобутової лексики і набув вульгарного забарвлення.

В художній літературі також багато зустрічається прийомів використання лише образу фразеологізму. Щоб досягти особливої художньої виразності

письменник зменшує фразеологізм до мінімуму, який сигналізуватиме про цілий зворот. Яскраві приклади зменшення фразеологізмів наводять у своїй праці Баран Я. та Зомря М. досліджуючи твір Бертольда Брехта «Mutter Courage und ihre Kinder» [4]:

*Ach, bitter bereut, des Weisen Rat scheut Und vom Alter sich nicht lasst beraten*

Загальний смисл вислову і слова «Rat» і «Alter» вказують на загальновідоме прислів'я «Die Alter zum Rat, die Junge zum Tat».

Одним із способів модифікації є утворення фразеологізмів за моделями, за зразком загальнонародних зворотів. Семантичні процеси, що відбуваються при цьому, зводяться до зосередження в новоутворенні загального абстрактного і окремого конкретного смислу. У творах Брехта зустрічається кілька таких новоутворень. Він подає їх на фоні загальнонародних зворотів і без такого фону, наприклад: *Keine Rose ohne Dornen - keine Fürsten ohne Mönche, Herr Galilei (Leben des Galilei),... .. und dem Puntila gibst, was des Puntila ist (Herr Puntila und sein Knecht Matti)*[4].

Другий зворот за моделлю: *Gibt Gott, was Gottes ist. Ich aber Misstrauen ertend, wo ich Dank gesat..(Leben Eduards des Zweiten von England)*. Фоном для цього виразу послужив зворот «*Wer Wind säet, wird Sturm ernten*» [4].

Існує також вид модифікації, коли зміни зазнає лише структура фразеологізму, а його семантика залишається незмінною. Це досягнення шляхом перестановки компонентів і їх дистантного розміщення або розриву фразеологізму. Наприклад:

*Gemieden von mir, bin ich seit Tag und Jahr Dem Schnaps verfallen mit Haut und Haar* [4].

Я. Баран та М. Зимомря зазначають, що «Взагалі модифікації - це засіб для досягнення певного художнього ефекту, оскільки вони будуються на зіставленні загальновідомого і нового, оказіонального. Нове сприймається лишена фоні узуального, а це означає дію двох ліній впливу. Саме завдяки цьому посилюються зображальні можливості фразеологізмів» [4, с. 142].

За В. Фляйшером варіації можливо використовувати трьома способами:

1) Перша можливість полягає в морфологічних, а іноді й синтаксичних змінах окремих компонентів. Це структурні варіації, які не впливають на внутрішню організацію матеріального складу одиниць. Ці зміни можуть посилатися на:

- Чисельності (seine Hand / Hände im Spiel haben);
- Реакцію ((mit den Achseln / die Achseln zucken, für jmdn./jmds. Partei ergreifen, große Stücke halten auf jmdn. / von jmdm.);
- Вживання артикля та подібних елементів (das / sein Herz auf der Zunge tragen, etw. mit [den] Händen greifen können);
- Пестливі форми (mdm. kein Haar / Härchen krümmen);
- Вид заперечення (mdm. keinen / nicht den Bissen Brot gönnen);
- Звукова структура (etw. ist gehüpft / gehüpft wie gesprungen);
- Факультативність певних експансивних елементів, що входять до складу фразеологізму (sich [seitwärts] in die Büsche schlagen, sich etw. an den [fünf] Fingern abzählen können).

2) Друга можливість полягає в заміні окремих лексичних компонентів фразеологізму. Зазвичай це призводить до появи або фразеологічних синонімів, що також є різновидом фразеологічної деривації, або фразеологічних антонімів. На відміну від варіантів, у цих випадках зміна зазвичай пов'язана з диференціацією значення, конотації або в інших аспектах. Тому тут краще говорити не про фразеологічні варіанти, а про різноманітні фразеологізми або фразеологічні варіації, якщо фразеологічні синоніми чи антоніми спеціально не використовуються. Заміна лексичного компонента може залишатися okazionalnoю, прив'язаною до тексту, і тоді виразність зростає завдяки контрасту між звичною структурною схемою, що слугує орієнтиром, і okazionalnoю варіацією. Фразеологізм, який слід розглядати як основу, не завжди має бути синонімічним або антонімічним:

"Je weniger wir Öffentlichkeit voluntaristisch verstehen, das heißt in hurtiger Kampagne aus der Presse zu stampfen suchen...." (nach: etw. aus dem Boden stampfen ,etw. aus dem Nichts schaffen').

3) Третя можливість - розширення або скорочення групи компонентів. Якщо скорочення призводить до автономізації групи компонентів, це фразеологічна деривація; якщо окремий компонент автономізується як слово, це може бути дефразеологічна деривація. На відміну від фразеологічних (структурних) варіантів, розглянутих у пункті 1) це також різноманітні фразеологізми [40].

### **1.3. Політичний медіа дискурс як середовище здійснення комунікативного впливу**

Одним з важливих питань фразеології є використання фразеологічних одиниць в дискурсі, зокрема політичному медіа дискурсі – що є предметом нашого дослідження.

Поняття дискурсу досліджується мовознавцями тривалий час. Його трактовка змінювалась з появою нових підходів до вивчення. Якщо, у 60-70 роках під дискурсом розуміли послідовність речень або речових актів, то з позиції сучасних підходів - це складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, також і екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, цілі адресата) необхідні для розуміння тексту.

Засновником сучасної теорії дискурсу вважається голландський вчений Т. ван Дейк. Він на основі праць Дж.Лакоффа, Ч.Філмора, Д.Серла в галузі лінгвістичної прагматики встановив існування не лише пов'язаної послідовності речень як семантичної макроструктури тексту, але й пов'язаної послідовності мовленнєвих актів - як прагматичної макроструктури тексту [8].

Радянська лінгвістка Т.М. Ніколаєва писала у своїй роботі «Короткий словник термінів лінгвістики» про термін дискурс, що він є багатозначним терміном лінгвістики тексту і використовується авторами в омонімічних значеннях, таких як:

- 1) Зв'язний текст
- 2) Усно-розмовна форма тексту
- 3) Діалог

- 4) Група висловлювань, пов'язаних між собою за змістом
- 5) Мовленнєвий твір як даність – письмова або усна [20].

Н. К. Кравченко розглядала дискурс «як складний комунікативно–когнітивний феномен, який відповідає замкнутій комунікативній ситуації з когнітивною основою у вигляді синхронізації знань комунікантів про ситуацію спілкування, один про одного, про конвенції та правила комунікації. Замкнутість ситуації забезпечується процесом взаємної цілеспрямованої діяльності комунікантів по розпізнаванню закодованих в тексті–макрозначі інтенцій, аспектів і чинників інтеракції, ситуаційної моделі, концептів загального комунікативного простору, прототипу мовного жанру [15].

А.А. Кібріка виділяє ще одне визначення дискурсу «Дискурс слід розглядати як взаємодію та перетин чотирьох структур:

- 1) структури ідей, які висловлюються в тексті;
- 2) структури розумових процесів мовця;
- 3) мовних структур, які використовуються мовцем;
- 4) структури мовної ситуації (відношення між тим хто говорить і тим хто слухає) [13].

Н.Д Арутюнова пише про дискурс як “мову, занурену в життя” заклавши тим самим основи діяльнісного підходу до його вивчення. Вчена зазначає, що в основі дискурсу лежать когнітивні процеси того хто пише або говорить, а саме процеси розуміння, інтерпретації та породження дискурсу [2].

Класифікації дискурсу пропонуються вченими на підставі різноманітних властивостей та ознак. Т. ван Дейк виділяє такі різновиди дискурсу: політичний, медичний, судовий, освітній та науковий, медіа-дискурс, корпоративний текст і мовлення [8].

За класифікацією Г. Г. Почепцова, виокремленими є теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, літературний дискурс, дискурс у сфері публік рилейшнз (ПР), рекламний дискурс, політичний та релігійний (фідеїстичний) дискурси [22].

Виходячи з мети нашого дослідження, більш детально розглянемо поняття та особливості саме політичного дискурсу, а також медіа дискурсу, який об'єднує теле-, радіо-, Інтернет- і газетний дискурси.

Політика - одна зі сфер суспільного життя, якою цікавляться як професійні політики, журналісти та політологи, так і широкі маси населення. У 50-ті роки ХХ століття представники кембриджської та оксфордської філософських шкіл дослідивши лінгвістичний контекст суспільної думки заклали теоретичне підґрунтя поняття «політичний дискурс». Серед найбільш відомих вчених, які досліджували цю проблематику слід зазначити Т. А. ван Дейка, Р. Барта, М. Фуко, Ю. Хабермаса, а також дослідження вітчизняних авторів: М. В. Ільїна, Є. І. Шейгала, О. М. Баранова, Г. Г. Почепцова.

Політичний дискурс відображає суспільно-політичне життя країни, несе у собі елементи її культури, а також містить у собі риси національного характеру, загальні і національно-специфічні культурні цінності. Політичний дискурс має чітку соціальну направленість, прагматичний фокус, залежність від ідіостилю мовця [6].

Ключовим поняттям для визначення дискурсу загалом – є усна та письмова мова, що являє собою символічне відображення реальності, віддзеркалення свого часу. Американський політолог М. Едельман вважав, що «політична мова і є політична реальність.., мова є інтегральним елементом політичної сцени – не просто інструментом для опису подій, але й частиною подій, яка здійснює сильний вплив на формування їх значення, сприяючи оформленню політичних ролей, що визнають і політичні діячі, і суспільство в цілому» [41].

Типологізацію політичного дискурсу розрізняють: 1) за формою (усні та писемні); 2) за чинником мовця (адресантно-прямі й опосередковані); 3) за метою (інформативні (новини, повідомлення), спонукальні (агітаційні листівки, прокламації), іміджеві (буклети, телевізійні рекламні ролики), мотиваційні (тексти чорного PR), експресивні (фото, пісні, анекдоти)); 4) за чинником адресата (особисто адресовані (пряме поштове листування) та масово

адресовані (телевізійні повідомлення)); 5) за сферою функціонування (телевізійний, газетно-журнальний, радіо-, рекламний або PR) [14].

Також політичний дискурс розрізняють за жанрами: а) ритуальні (інавгураційна промова, ювілейна промова, традиційне радіозвернення); б) орієнтовані, що являють собою тексти інформаційно прескриптивного характеру (партійна програма, маніфест, конституція, послання президента про становище в країні, звітна доповідь, наказ, угода); в) агональні жанри (гасло, рекламна промова, передвиборні дебати, парламентські дебати) [35].

До характерних ознак політичного дискурсу відносяться: 1) переважно масовий адресат; 2) домінуюча роль фактору емоційності; 3) смислова невизначеність; 4) езотеричність, як результат застосування маніпулятивних стратегій; 5) опосередкованість політичної комунікації фактором мас-медіа; 6) театральність, вимушеність політиків «працювати на публіку», приваблюючи її своїм іміджем; 7) динамічність мови політики [32].

Головними функціями політичного дискурсу лінгвісти вважають боротьбу за владу (агітацію за владу, захоплення й утримання влади), інтеграцію й диференціацію групових агентів політики; породження конфлікту та встановлення консенсусу; здійснення вербальних політичних дій та інформування про них; створення «мовної реальності» поля політики та її інтерпретацію; маніпуляцію свідомістю й контроль за діями політиків й електорату.

Політичний дискурс може бути медійним. Медіа дискурс є відносно новим різновидом дискурсу, похідним від загальної концепції дискурсу, але сьогодні стає провідним типом дискурсу, проникаючи в усі типи як інституційного, так і повсякденного спілкування. Будучи інтегрованим у соціальні, особистісні та професійні стосунки людей, медіа дискурс використовується для досягнення потрібного ілюктивного ефекту [32].

Сьогодні не можливо уявити сучасний світ без джерел масової інформації. Через ЗМІ в нас є можливість отримувати інформацію, дізнаватись новини і

висловлювати громадську думку. Отже, ЗМІ ведуть специфічний вид дискурсу, в медіа просторі – медіа дискурс.

ЗМІ виконують декілька основних функцій:

- 1) інформативну: інформація є найпотужнішою функцією у суспільства, яка мотивує до думок, дій;
- 2) соціальну: об'єднує суспільство;
- 3) політичну: спрямована на зв'язок між суспільством та політикою;
- 4) вплив на свідомість;
- 5) розважальну;
- 6) маніпулятивну: провокує користувача [17].

Довгий час засоби масової інформації склалися з таких традиційних галузей як книги, газети, журнали, радіо, кіно, телебачення. Стрімкий розвиток нових технологій на початку 21 століття доповнив ЗМІ соціальними мережами, такими як Facebook, Twitter, WhatsApp, Viber тощо [45].

Таким чином, у сучасному світі медіа дискурс є невідмінним способом комунікації і розвитку суспільства. Сучасний соціум стрімко розвивається паралельно з масовими комунікаціями.

Маючи динамічний, структурований, націлений характер, ЗМІ орієнтовані на швидку та змістовну відповідь на будь-які зміни в підсвідомості суспільства, відображаючи та впливаючи на громадську думку. У мові масової комунікації ми маємо змогу спостерігати нові підходи, засоби, тенденції застосування мови, мовленнєвих структур.

Дослідження проблематики медіа дискурсу стало актуальним у сучасній лінгвістиці через значущість відображуваних у ньому політичних, соціальних, філософських, культурних, тенденцій і дискурсознавчу орієнтацію мовознавчих студій.

Поняття «медіа-дискурс» у лінгвістичній науці ставало об'єктом дослідження багатьох іноземних та вітчизняних науковців, зокрема Т. ван Дейка, Р. Фавлер, Дж. Кук, Г. Еромса, О. Кузьменко, І. Мірошніченко, М. Яцимірської та інших.

Сучасна лінгвістика пропонує кілька підходів до визначення терміна «медіа дискурс». Наприклад, медіа дискурс визначається як специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, притаманної виключно інформаційному полю мас-медіа [5]. Згідно з цим визначенням, медіа дискурс слід розглядати як окреме поняття, як самостійний тип дискурсу. Медіа дискурс потрібно аналізувати на рівні таких типів, як релігійний, науковий, політичний, культурний тощо. Це дозволить зрозуміти його основну мету та структуру. Однак слід враховувати також індивідуальні параметри існування, ситуації вживання та реалізації. Інший підхід до тлумачення поняття медіа дискурсу розглядає його як будь-який вид дискурсу, що реалізується в рамках комунікації через засоби масової інформації [38].

Згідно з М. Желтухіною, медіа дискурс має такі характерні особливості:

- групова співвіднесеність, адже мовець як продуцент тексту медіа дискурсу поділяє погляди тієї соціальної групи, яку він представляє;
- публічність, адже текст медіа дискурсу є завжди відкритим та орієнтованим на масового споживача (групового адресата);
- полемічність, адже текст медіа дискурсу орієнтований на створення певного протиріччя із подальшою дискусією;
- інсценування і масова спрямованість, адже текст медіа дискурсу впливає на декілька соціальних груп одночасно;
- інформаційна глобальність та всеохопність: – важливе місце в геокультурній картині світу [11].

Ефективність тексту політичного медіа дискурсу визначається тим, наскільки вправно мовець як продуцент такого тексту вміє «грати» на потрібних «струнах» свідомості адресата [21]. Саме тому, текст політичного медіа дискурсу завжди спрямовується на конкретного адресата.

Засоби масової інформації мають значний вплив на суспільство. У більшості випадків ЗМІ пишуть для нелімітованої кількості користувачів. Існує декілька правил для ЗМІ, які полягають у передачі інформації такі як 1) опис та

структуроване пояснення інформації, яку вони отримують 2) чіткість та достовірність інформації 3) аналіз формування суспільної думки 4) вплив на свідомість суспільства та спричинити зворотній зв'язок 5) стимулювати до запропонування результатів чи висновків.

Медійний дискурс розподіляється на певні критерії за типами самих медіа і також за комунікативними функціями:

1) канали реалізації:

- теледискурс;
- радіодискурс;
- комп'ютерний дискурс;

2) комунікативні функції:

- публіцистичний дискурс;
- рекламний дискурс;
- PR–дискурс [36].

Основні ознаки медійного дискурсу:

1) Групова співвіднесеність (адресант розділяє погляди та ціннісні орієнтири своєї аудиторії)

2) Публічність (відкритість, орієнтованість на масового адресата)

3) Діссенсна орієнтованість (створення положення діссенса – протиріччя, незгоди – з подальшою дискурсією)

4) Інценування та масова спрямованість (цілеспрямований вплив на кілька груп одночасно).

Науковиця О.Ю. Кузьменко класифікує масмедійний дискурс у наступних функціях:

1) інформативна функція у її взаємозв'язку з освітньою та орієнтуючою функціями;

2) функція цілеспрямованого впливу на аудиторію, з якою тісно пов'язані пропагандистські або ідеологічні функції;

3) стимулююча функція, ціль якої стимулювати адресата слідувати нав'язаним зразкам поведінки;

4) оцінна функція, що допомагає формувати певну систему цінностей у аудиторії;

5) фактична функція, що націлена на встановлення контакту з аудиторією;

6) розважальна функція, що допомагає читачеві розслабитися, зняти фізичну та емоційну напругу [16].

Преса часто асоціюється з пропагандою, щоб вплинути на мислення читачів та маніпулювання суспільством. Основною задачею медіа є створити певну уяву про події, змінити думки та поведінку читачів, спрямоване на певних діячів або події. ЗМІ впливають на суспільство, таким чином що вони формують певні образи, які впливають на свідомість читача і направляють увагу на потрібні інструменти таким чином що б людина не помітила маніпулювання. Отже, ЗМІ формує певну оцінку подій, погляд на діячів та їх поведінку.

В. Карлова виділяє наступні функції медійного тексту: 1) комунікативна – спостереження за подіями і формування суспільної думки стосовно їх сутності; 2) інформаційна – збирання, редагування, коментування та поширення інформації; 3) ретрансляційна – відтворення певного способу життя з відповідним набором політичних, духовних, соціальних цінностей [11]. Задля привернення уваги читача, спонукання до якихось дій чи переконання у чомусь, фахівці зі створення медійного контенту удаються до найрізноманітніших способів впливу. У передмові до свого дослідження «Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості» В Карлова зазначає, що ЗМІ у сучасному світі мають велику суспільну важливість, масовість та доступність і саме тому мають змогу керувати духовними, світоглядними та іншими важливими процесами, що відбуваються у суспільстві. «Здатність швидко охоплювати широкі аудиторії дає можливість сучасним масмедіа змінювати традиційну систему духовного виробництва в певному напрямі, з приводу чого в розвинутих суспільно-політичних системах панує теза, що той, хто володіє засобами масової інформації, володіє громадською думкою» – пише дослідниця. Отже, журналісти та автори

медійних текстів створюють у своєму контенті певні оцінки явищ та фактів, що активно впроваджуються у масову свідомість задля досягнення впливу на неї.

Медіа активно формують та змінюють мовні норми і стиль спілкування. У цьому процесі особливу роль відіграє використання фразеологізмів у медійних текстах. Фразеологічний ресурс не тільки слугує засобом лаконічного чи образного вираження думки автора, але й відображає актуальні соціальні, політичні, економічні, культурні, та інші процеси сучасності [27].

Українські вчені Терещенко Л. та Станіславова Л. зазначають, що у сучасному політичному медіа дискурсі використовуються фразеологічні звороти, різні в аспекті їхнього поширення у мові. З одного боку, серед них виділяються одиниці, пов'язані виключно з політичною проблематикою. Наприклад: *брязкотіти зброєю, зустріч без краваток, гаряча точка, громадянин світу, брудні технології, гра м'язами, наводити мости, згладжувати гострі ріжки, холодна війна* та ін. З іншого боку, у сучасному політичному дискурсі активно використовуються фразеологізми, поширені й у інших мовних сферах «бігти поперед батька в пекло» (випереджати природний хід подій), «брати/взяти гору» (перемагати), «брати/взяти курс» (визначати напрямок), «брати/взяти на озброєння» (використовувати в роботі), «бути на чиемусь боці» (підтримувати кого-небудь), «кидати/кинути виклик» (сміливо викликати на боротьбу), «вбивати/вбити клин» (робити когось ворожими один одному), «встромити палиці в колеса» (заважати, перешкоджати у справі), «дорожня карта» (план дій), «заходити/зайти в глухий кут» (виявлятися у безвихідному стані), «сидіти на двох стільцях» (займати невизначену, двоїсту позицію), «стояти біля/коло керма» (керувати чимось) [30].

За українським дослідником О. Стишовим нові слова (словосполучення) виникають саме в текстах стилю масової інформації, адже ЗМІ є індикатором актуальних подій, що відбуваються в соціумі. У своєму дослідженні він зазначав, що поряд з активною появою нових слів і термінів помітною є також інтенсифікація виникнення і вживання не зафіксованих найбільшими лексикографічними джерелами нових фразеологізмів, які збагачують відомі

тематичні групи сталих одиниць і формують деякі нові, невідомі раніше [28, с.33].

У своїй роботі О.Стишов, враховуючи, що фразеологізм у сучасності розглядається як одиниця медійного тексту, що має обов'язкову оцінку та смислове навантаження. наводить визначення медійному фразеологізму як мовній універсалії стилю масової інформації, певний ментальний масово-вербальний код, що характеризується смисловою неподільністю, семантичною цілісністю, емоційністю та експресивністю, що надає медійному тексту широкого стилістичного потенціалу впливати на реципієнта та маніпулювати його свідомістю [28].

Прикладом фразеологізмів в німецькому політичному медіа дискурсі можуть бути вирази, які мали місце в історично-політичних подіях і перейшли не тільки в політичне життя німецькомовних країн, але й в інші країни, наприклад: *der Kalte Krieg* – *холодна війна*.

Сюди можна віднести модифікований фразеологізм «*das Feuer löschen*», який утворився через вилучення компонента *mit Stroh* від словникової форми *das Feuer mit Stroh löschen* – «*підкладати дров у вогонь*», але його значення залишилось незмінним.

## Висновки до першого розділу

У ході проведеного теоретичного дослідження було встановлено, що фразеологізми являють собою унікальне мовне явище, з одного боку, вони є мовним засобом, що забезпечує в суспільстві повноцінну комунікацію, з іншого боку, є яскравими виразниками національно-культурної семантики, відображаючи стереотипи національно-культурного бачення світу: національну культуру, звичаї, традиції народу, деталі побуту, історичні події.

Проблема класифікації фразеологізмів упродовж багатьох років знаходиться в центрі уваги мовознавців. Як самостійний розділ лексикології, фразеологія була введена в науку на початку ХХ століття. Це стало підґрунтям для подальших досліджень, розкриття сутності фразеології, різноманітних класифікацій, виникнення нової термінології тощо. Мовознавці пропонують різні типи класифікацій фразеологічного складу мови залежно від властивостей фразеологізмів та методів дослідження. Родоначальником класифікації фразеологізмів вважається французький лінгвіст Шарлі Баллі. В подальшому його ідеї щодо класифікації розвили у своїх роботах В.В.Виноградов, Г. Бургер, В. Фляйшера та багато інших науковців.

Особливості фразеологічних одиниць як унікальних знаків вторинної номінації спонукають мовознавців до проведення нових досліджень у галузі фразеології, зокрема щодо вивчення природи модифікацій фразеологізмів. При цьому вчені розрізняють варіантність від модифікації. В сучасній німецькій мові виокремлюють види варіацій: морфологічний, лексичний, синтаксичний та комбінований. Українські вчені Я. Баран та М. Зимомря звертають увагу на важливість цілеспрямованого характеру змін фразеологічних одиниць у художніх творах. Вони досліджують внутрішні та зовнішні зміни, що сприяють утворенню нових якостей у лексичних одиниць. За класифікацією варіацій Г. Бургера, існують граматичні, лексичні, синтаксичні зміни. Дослідження модифікації фразеологізмів сприяє більшому розумінню мовних процесів та відкривають нові горизонти для досліджень мовознавців.

Політичний дискурс відображає суспільно-політичне життя країни, містить елементи її культури, а також риси національного характеру, загальні й специфічні культурні цінності. Він характеризується чіткою соціальною спрямованістю, прагматичним акцентом та залежністю від індивідуального стилю мовця. Для формування певної громадсько\ думки, впливу на свідомість громадян у політичному медіа дискурсі найчастіше використовуються саме фразеологізми.

## РОЗДІЛ 2

### МОВНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ

#### **2.1. Особливості функціонування фразеологізмів у формуванні образу політика**

Засоби масової інформації об'єднують державу і суспільство шляхом формування уявлення про політичний та соціальний аспекти функціонування країни. Формування певного образу політичного діяча в ЗМІ став найпоширенішим засобом довести свої погляди у суспільстві та викликати довіру читачів. Мова політиків також відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та впливу на суспільство.

Одним з ефективних інструментів, які використовують і ЗМІ і політики у своїй промові є фразеологізми. Їх використання, допомагає ефективно комунікувати зі своєю аудиторією, впливати на її емоції та думки, а також формувати певні наративи та ідеології.

Зазначимо, що емоційність висловлювань відіграє одну із важливих ролей в формуванні образу політиків. Це є однією з причин, чому ЗМІ часто використовують фразеологізми, метафори що додають експресивність статті. Фразеологізми виступають як засіб вираження національного світу, відображають особливості країн і політичної держави. Також вони відображають засіб комунікації в міжкультурному медіапросторі, несуть смислові цінності, образність, а також встановлюють основні тенденції політичних подій. Останнім часом спостерігається зростання ролі фразеологізмів в політичних виступах. Фразеологізми виступають як сильний засіб вплинути на адресата, що є головним з функцій політичного дискурсу. Фразеологічні одиниці несуть в собі стереотипні і асоціативні уявлення людей. Більшість політичних фразеологізмів мають типовий образ, який базується на

метафорах, що посилює експресивну можливість. Фразеологізми в політичному дискурсі можуть варіюватись і вдаватись до різних видів перетворювань: лексико-граматичному, синтаксичному та семантичному.

Образ політика формується з певних якостей, які посилюють його образ і ефективність, тим самим акцентуючи увагу на його діях. Образ має об'єднувати характеристику політика і очікування для читачів, які звертають увагу як на позитивні риси так і на негативні.

Німецькі видання «Der Spiegel» з початком повномасштабної війни в Україні постійно використовує фразеологічні вирази для опису подій чи політичних діячів. Наприклад, у своїй статті журнал використав латинську фразу «Casus Belli», що означає формальний привід для розв'язування війни однією державою проти іншої для характеристики президента Володимира Зеленського: «*Präsident Selenskyj hat die nationale Mobilmachung hinausgezögert, weil er wahrscheinlich befürchtete, sie könnte Russland einen Casus Belli für einen Krieg bieten*»[46] / «Президент Зеленський відкладав оголошення про національної мобілізації, оскільки, ймовірно, побоювався, що це може дати Росії привід для війни».

Описуючи обстановку, що склалась у Києві перед початком повномасштабної війни у лютому 2022 року в статті «Der Spiegel» був використаний фразеологізм, «die Ruhe vor dem Sturm», що перекладається як «Тиша перед бурею» і означає тимчасове затишшя перед будь-яких справ, подій або у поведінці людини чи групи людей: «*Als der Krieg am Donnerstag früh nach Kiew kommt, ist er zunächst vor allem eins: leise. Die Straßen der Innenstadt sind leer, kaum ein Auto ist unterwegs. Die wenigen Passanten huschen lautlos vorbei. Die Plätze, auf denen sonst Menschen in der Morgensonne Kaffee trinken, sind verwaist, der Stadtlärm ist verstummt. Es ist die Ruhe vor dem Sturm der Hauptstadt*» [49]/ «Коли в четвер вранці в Київ прийшла війна, то в першу чергу вражає одне: тиша. Вулиці в центрі міста порожні, на дорогах майже немає машин. Кілька перехожих мовчки пробігають повз. Площі, де люди зазвичай п'ють каву на

ранковому сонці, безлюдні, і немає міського шуму. Це затишшя перед бурєю у столиці».

Міністр оборони США Лойд Остін на конференції на авіабазі США у Рамштайні використав фразеологізм «*Himmel und Erde in Bewegung setzen*», переклад: «використати всі можливі ресурси/сили», що зробило акцент на захисті країни від російської агресії: «*Himmel und Erde werde man in Bewegung setzen, um das Land noch leistungsfähiger im Abwehrkampf gegen die Armee von Russlands Präsident Wladimir Putin zu machen*» [72]/ «Ми використаємо всі можливі сили, щоб зробити країну ще ефективнішою для захисту від армії президента росії володимира путіна». Голова Пентагону завершуючи свій виступ згадав фразеологізм «*mit der Geschwindigkeit des Krieges bewegen*», що перекладається як «рухатись зі швидкістю війни»: «*Wir haben keine Zeit zu verlieren, wir müssen uns mit der Geschwindigkeit des Krieges bewegen*» [72] / «Ми не можемо гаяти час, ми повинні рухатися зі швидкістю війни».

Фразеологічні одиниці у своїх промовах використовували безліч німецьких і австрійських політиків. Наведемо приклади промов екс-федерального канцлера Німеччини Ангели Меркель, членів бундестагу Хубертуса Хайля, Керстін Грісе, Гельмюльта Коля, Романа Херцога, Фрідріха Мерці, австрійського політика Єви Главишник-Пичек.

Для журналу "Kronen Zeitung" Єва Главишник-Пичек пояснювала які питання будуть розглянуті для її партії, і використала фразеологічний вираз «*Nicht die Flinte ins Korn werfen*», що перекладається як «спасувати перед труднощами, скласти зброю», тим самим наголошувала на важливі питання, які має вирішити її партія: «*Man darf die Flinte nicht ins Korn werfen*» [55] / «Не можна втрачати надію».

Ангела Меркель у своїй промові, в Гарвардському університеті, використала фразеологізм «*Mit ganzer Kraft*», що означає «застосувати в якійсь справі всі сили, зробити все можливе», тим самим вона наголошує, що має рішучі наміри у вирішенні питання і буде докладати всі зусилля для впровадження заходів: *Ich werde mich deshalb mit ganzer Kraft dafür einsetzen*,

*dass Deutschland, mein Land, im Jahr 2050 das Ziel der Klimaneutralität erreichen wird [65] / Тому я зроблю все, що в моїх силах, щоб Німеччина, моя країна, досягла цілі кліматичної рівноваги до 2050 року.*

В своєму виступі на зустрічі з представниками асоціацій та соціальних груп, які беруть участь у прийомі біженців у 2016 році А. Меркель сказала «*einen Bogen spannen*», що означає «розглядувати якісь питання, робити огляд», підкресливши що всі дії для досягнення успішної інтеграції є важливими: «*Das heißt, wir spannen einen Bogen von rechtlichen Fragen der Integration bis hin zu Fragen der kulturellen Bedeutung von Integration. [66]* / «Це означає, що ми розглядаємо як правові аспекти інтеграції, так і питання культурного значення інтеграції».

Ще один популярний фразеологічний вислів згадав екс-канцлер Німеччини Герхард Шредер у своєму виступі перед палатами польського парламенту, де він наголошує на співпраці Німеччини та Польщі і акцентує увагу на потребності взаємодії між державами і народами, які мають бути у дружніх відносинах, тим самим сприяти розвитку країн. «*Eine Brücke schlagen*», що перекладається як «налагоджувати стосунки»: *Er sollte, so sagte er weiter, "eine Brücke schlagen zwischen den beiden Staate und Völkern [60]* / Він також сказав, що повинен налагодити стосунки між державами і народом.

Олаф Шольц у своїй промові використав фразеологізм «*vom Zaun brechen*», що перекладається як «вчиняти щось несподівано, нестримано», тим самим він хоче донести людям про жахливі дії зі сторони росії і підкреслили емоційність цих рішень: *Mit dem Überfall auf die Ukraine hat der russische Präsident Putin kaltblütig einen Angriffskrieg vom Zaun gebrochen - aus einem einzigen Grund: Die Freiheit der Ukrainerinnen und Ukrainer stellt sein eigenes Unterdrückungsregime infrage [68]* / «Президент Росії Путін холоднокрівно розв'язав загарбницьку війну в Україні з єдиної причини: свобода українців ставить під сумнів його власний репресивний режим».

Звертаючись на День промисловості до громадян Німеччини Олаф Шольц використав фразеологізм «*die Strompreise senken*», який перекладається

«знизити ціну», підкреслюючи важливий момент про зниження цін на електроенергію, і має на меті докласти всі можливі зусилля для вирішення цього питання: *«Alle Hebel in Bewegung zu setzen, um die Strompreise zu senken, das ist deshalb das Gebot der Stunde»* [62] / *«Потрібно задіяти всі сили, щоб знизити ціни на електроенергію, - це вимога часу»*.

На саміті W7 у Берліні О. Шольц промовив: *«Ich denke an die Millionen von Frauen, die oft mit ihren Kindern oder den Eltern zu uns in die EU geflohen sind und die hier praktisch bei null anfangen»* [61], використавши вислів: *«почати щось робити з нуля*, наголосив на труднощах, з якими можуть зіткнутись жінки і співчуває їх ситуації, а також хоче підтримати та допомогти тим, хто опинився в таких обставинах: *«Я думаю про мільйони жінок, які втекли до ЄС, разом з дітьми або батьками, і які практично починають тут життя з нуля»*.

Президент Німеччини Франк-Вальтер Штайнмаєр у своїй промові на зустрічі Sant'Egidio у Берліні використав фразу *«aus den Augen verlieren»*, перекладається як *«втрачати з поля зору»*, тим самим, наголошує на важливості збереження миру і закликає до зосереджень мирних рішень навіть у важкі часи: *«Sich das Unvorstellbare vorzustellen, das bedeutet: Auch in Zeiten des Krieges dürfen wir den Frieden nie aus den Augen verlieren»* [67] / *«Уявляти неймовірно означає, що навіть під час війни ми ніколи не повинні втрачати з поля зору мир»*.

Ангела Меркель у своїх промовах також часто використовувала фразеологічні вислови. Наприклад, на новорічному прийомі прем'єр-міністра Мануели Швезіг, А. Меркель промовила *«traurige Kapitel»*, що перекладається як *«сумна сторінка/глава, частина»*, тим самим, наголошує на тому, що важливо не забувати про важкі часи НДР, де були трагічні випадки загибелі людей, та примусове усиновлення: *«Auch das traurige Kapitel der Zwangsadoptionen und andere Dinge müssen immer wieder in den Blick genommen werden, da sie Lebensmöglichkeiten zerstört haben»* [64] / *Також сумна частина примусових усиновлень та інших подібних подій повинна постійно перебувати в центрі уваги, оскільки вони зруйнували життєві перспективи багатьох людей*.

Виступаючи з нагоди візиту до Інституту досліджень національної безпеки ексканцлер А. Меркель промовила «*die Karten mischen*», що означає почати робити справу заново або створити нові можливості, наголошуючи про важливі зміни в економіці: «*Ich habe schon sehr früh gesagt: Diese Wirtschaftskrise wird die Karten auf der Welt neu mischen, es werden neue Kräfte und Balancen entstehen*» [63] / «Як я вже сказала: Ця економічна криза змінить ситуацію у світі,, з'являться нові сили та баланси».

О. Шольц виступаючи у німецькому Бундестазі з урядовою заявою щодо ситуації в Україні використав чи немало фразеологічних висловів, що посилюють емоційність промови. Наприклад, «*Die himmelschreiende Ungerechtigkeit*» перекладається як «кричуща несправедливість», підкреслюючи цим висловом несправедливе відношення до України і демонструє співчуття суспільству: «*Die himmelschreiende Ungerechtigkeit, der Schmerz der Ukrainerinnen und Ukrainer – sie gehen uns allen sehr nahe*» [69] / «Кричуща несправедливість, біль всіх українців – це дуже для нас знайомо».

Ще була фраза «*die Uhren zurückzudrehen*», що має значення «повернути час назад», наголошує на тому що це створює небезпеку у поверненні часів назад в минуле, підкреслюючи розвиток міжнародних відносин у сучасному світі: «*Ob wir es Putin gestatten, die Uhren zurückzudrehen in die Zeit der Großmächte des 19. Jahrhunderts*» [69] / «Чи дозволимо ми Путіну повернути час назад, до часів великих держав 19 століття».

Також прозвучав вислів «*ein Land von der Weltkarte tilgen*», перекладається як «стерти з лиця землі»: «*Meine Damen und Herren, mit dem Überfall auf die Ukraine will Putin nicht nur ein unabhängiges Land von der Weltkarte tilgen*» [69] / «Пані та панове, вторгненням в Україну Путін не просто намагається стерти незалежну країну з лиця землі».

Ще один вислів канцлера «*auf j-d Seite stehen*», переклад: «стояти на чимось боці»: «*Als Demokratinnen und Demokraten, als Europäerinnen und Europäer stehen wir an ihrer Seite – auf der richtigen Seite der Geschichte*» [69] / «Як

демократи, як європейці, ми стоїмо на їхньому боці - на правильному боці історії».

Також прозвучав популярний вислів «einen hohen Preis bezahlen» - «заплатити високу ціну»: «*Doch schon sehr bald wird die russische Führung spüren, welch hohen Preis sie bezahlt*» [69] / «Однак російське керівництво незабаром зрозуміє, яку високу ціну вони заплатять».

Швейцарська газета «Neue Zürcher Zeitung» випустила статтю з промовою президента Єврокомісії Урсули фон дер Ляйен, де вона використала фразеологізм «*Grünes Licht*», перекладається як «зелене світло», символізує цим виразом готовність Європейської комісії надати дозвіл Україні до вступу в ЄС: «*Man habe der Ukraine sowie der Moldau – die ebenfalls grünes Licht von der Kommission bekam – die «Tür weit geöffnet»* [57]/ «Україна та Молдова також отримали зелене світло від Комісії – для них «двері до вступу були відчинені».

У своїй промові президент німецького Бундестагу Вольфганг Шойбле промовив фразу «*gegen den Strom schwimmen*», що означає «Пливти проти течії, іти всупереч усталеним традиціям», додавши своїй промові експресивності та демонструє рішучість до прийняття рішень.: «*Im Notfall gönne ich mir, gegen den Strom zu schwimmen", pflegte er zu sagen*»[59] / «У разі неочікуваних випадків, я дозволяю собі плисти проти течії».

А. Меркель на телевізійному виступі промовила фразу «*vorderste Linie*», що перекладається як «передова лінія», і додає експресивності реченню: «*Sie stehen für uns in diesem Kampf in der vordersten Linie*» [74] / «Ви – на вістрі цієї боротьби».

На 55-й Мюнхенській конференції з безпеки А. Меркель промовила фразеологізм "*die große Attraktivität verfügen*", що перекладається як "користуватись популярністю" :*Dass diese Nato heute immer noch über eine große Attraktivität verfügt, haben wir in den letzten Monaten gesehen,...* [75] / "У тому, що ця організація і донині користується неабиякою популярністю, ми мали можливість переконатися в останні місяці.

В ході проведеного дослідження, у промовах політичних діячів, було також виявлено використання модифікованих фразеологізмів. В одній з статей журналу "*Der Spiegel*" використовується фразеологізм, який має схожий вигляд до своєї основи, проте він частково модифікований – ***der Feind steht vor den Toren*** – «ворог біля воріт»: «*Mit Geldüberweisungen kann man sich nicht verteidigen. Wenn der Feind vor den Toren steht*» [73] / «Грошовою допомогою не захистишся, коли ворог біля воріт стоїть» .

Також був використано модифікований фразеологізм "***das Spiel mit harten Bandagen***", який має початковий вигляд "***Mit harten Bandagen kämpfen***" і перекладається як "вести грубу боротьбу": *Den russischen Führern gefällt das Spiel mit harten Bandagen* [58] / Російським лідерам подобається вести жорстку гру.

Поряд з цим, російська пропаганда постійно використовувала вираз біблійного походження, для формування у суспільстві думки про благодійні дії і прикриття своєї поразки на різних ділянках фронту: «*Menschen des guten Willen*» «Люди доброї волі» . Цей вираз має модифікацію і використовувався в різних журналах по різному. «*Während die Führung in Moskau mit Blick auf den Abzug der Soldaten von einer "Geste des guten Willens" sprach, feierte die Ukraine ihn als wichtigen militärischen Sieg.* [47]/ Це був нібито «знак доброї волі», коли армія Путіна відступила з острова Зміїний.

## 2.2. Метафора як засіб мовного впливу у медіа- політичному дискурсі

На відміну від фразеологізму, який представляє готову лексичну одиницю, метафора створюється у певному контексті, у закріпленій мовній ситуації. За допомогою метафор можна оцінити дії політика.

Політичний дискурс наповнений лексичними одиницями, що надають виступам емоційності, експресивного забарвлення та культуру мовлення.

Використання метафор у промовах політиків є засобом створення образності та емоційного забарвлення.

Мова політики складає семіотичний простір політичного дискурсу, обслуговує потреби політичної комунікації, характеризується деспеціалізацією політичних термінів, орієнтованістю на масового адресата, обмеженістю інституційними формами спілкування. Політики не люблять конкретних визначень. Звідси тенденція до семантичного вихолощування слів, їх кон'юнктурного тлумачення, пристосування до власної ідеології за будь-яку ціну і будь-якими способами, що виявляють зневагу до біографії слова, а значить, і до культури в цілому. Номінації демократія, народ, правова держава, цивілізовані відносини, ринкові реформи, європейський вибір дослідники відносять до фантомних слів-симулякрів, що утворюють семантичний простір гри. Словам-симулякрам постають політичні метафори, які усувають невизначеність й акцентують увагу на головному. Мова політики театралізована, навіть карнавалізована, насичена знаками вербальної агресії, міфологемами.» [24].

У політичному дискурсі метафора виконує дві основні функції:

- 1) уявлення та пізнання політичної реальності,
- 2) переконання

У німецькому політичному дискурсі, особливо у медійному, часто використовуються метафори. Це можна помітити у промовах, статтях, інтерв'ю, виступах на різних форумах тощо.

Прикладом метафори у німецькій мові може бути вираження «*wir sind auf einem guten Weg*»: *Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer Lösung im Ukraine-Konflikt/ Важливий крок до вирішення конфлікту в Україні*. В журналах часто використовують ці виразу у заголовках, щоб привернути увагу читачів.

Німецька газета «Die Tageszeitung» використала метафоричний фрагмент у реченнях: *Dazu gehören auch die Freilassung aller Gefangenen und der Abzug aller schweren Waffen aus der Region. Darüber hinaus hatten sich alle Seiten auf einen Fahrplan zur politischen Stabilisierung verständigt* [50]. Тут мова ідеться про

готовність сторін консолідуватися й ужити всі необхідні заходи для політичної стабілізації.

У 2015 році Ангела Меркель схвалюючи реформи, проведені в Україні, використала прикметник *einzig*, що супроводжує метафору *Fahrplan*, та підсилює її. Так А. Меркель наголошувала на тому, що дотримання Мінської угоди – це єдина умова деескалації. *Für Kiew seien die Wahlen aber wichtig, “denn Gesprächspartner für uns wird eine gewählte Autorität vor Ort sein”. Damit dies erreicht werde, sei die Durchsetzung einer “realen Waffenruhe” wichtig. Die im Februar geschlossene Vereinbarung von Minsk sei derzeit der einzige Fahrplan für eine Deeskalation* [53].

В німецькій газеті «Frankfurter Allgemeine Zeitung» постійно використовуються метафоричні заголовки:

*Grüne wollen Atomausstieg zustimmen / «Зелені» хочуть підтримати рішення про відмову від використання атомної енергії.*

*Atomausstieg: Die grüne Welt in Unordnung - «Відмова від атомної енергії: світ “зелених” збентежений».*

Також до прикладу газета «Süddeutsche Zeitung», яка використовує метафоричні моделі у своїх заголовках:

“Die uneuropäische Angela Merkel”, “Ein Maulwurf in der FDP”, “Grüne Ostsee”, “Das umgekrempelte Land”, “Die neue deutsche Frage”, “Das Streiflicht”.

Німецькі видання часто використовують метафори, коли мова іде про боротьбу за пост канцлера Німеччини, у вигляді спортивних словотворів: *das Duell Er oder Sie, der Kampf um das Kanzleramt, das Duell Merkel gegen Schröder, das konkurrenente Spiel, das Match ums Kanzleramt, die große Schlacht, das Machtspiel um die Kanzlerschaft.*

Відома метафора описує образ А. Меркель "die mächtigste Frau der Welt – найвпливовіша жінка світу», символізує світову політику та її досягнення у сфері міжнародного врегулювання. До экс-канцлера Німеччини відносили багато метафор, як позитивних, так і негативних: *die letzte Hoffnung*

*Griechenlands, Deutschland-Therapeutin, erfolgreiche Krisenmanagerin, die Person, die Deutschland ruiniert, Bindeglied zwischen den Kontinenten, graue Maus aus dem Osten usw.*

### **2.3. Комунікативні стратегії і тактики в промовах політиків**

Промови політичних діячів відбуваються за допомогою комунікативних стратегій і тактик, чий сенс закладається у знаннях адресата, його цінностей, емоцій. Досягнення поставленої мети й реалізація комунікативної стратегії здійснюється завдяки тактикам. З одного боку, тактика – шлях реалізації стратегії, а з іншого боку, спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів. У межах однієї стратегії зазвичай виокремлюють кілька мовленнєвих тактик, які відрізняються залежно від типу дискурсу, мети адресанта, мовленнєвого жанру тощо

Як зазначає О. Яшенкова, комунікативна стратегія – це "головна лінія мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, що визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом і уявленнями про адресата" [37, с.156].

Інший підхід до систематизації політичних стратегій мають О. Семенюк та В. Паращук, які поділили їх відповідно до наявності адресата-спостерігача, котрим виступає потенційний виборець.

За дослідженнями науковців, існує три стратегії:

- 1) Стратегія «гра на зниження».
- 2) Стратегія «гра на підвищення».
- 3) Стратегія театральності [26].

**«Гра на зниження»** відбувається через тактики аналіз-«мінус», звинувачення, образи, тощо. До цієї стратегії входять наступні тактики:  
1. Тактика аналіз-«мінус» – це опис ситуації, який базується на негативному ставленні до неї, проте автор не висловлює своє незадоволення відкрито.

2. Тактика звинувачення – головним завдання є звинуватити когось у ситуації, принизити дії або виступи. 3. Тактика викриття, коли на меті є звинуватити опонента, але не відкрито, наводити докази по звинуваченню, аргументи, факти. 4. Тактика образи – це також тактика, яка базується на звинувачення або приниженні з використанням емоційності. 5. Тактика загрози – полягає в залякуванні.

**«Гра на підвищення»** – передбачає підвищення авторитету адресанта, відведення критики, самопрезентація. Складається з наступних тактик: 1. Тактика аналіз – «плюс» передбачає опис ситуації, що неявно відображає позитивне відношення до даної ситуації. 2. Тактика презентація – це тактика, яка полягає у викладенні будь-якої особи у позитивному контексті. Спікер, акцентує на позитивних аспектах представленого об'єкта. Ця тактика часто застосовується, наприклад, під час передвиборчих кампаній, коли кандидати намагаються виступити в найкращому світлі. Варіантом презентаційної тактики може бути тактика самопрезентації, коли політик позитивно висвітлює себе та свою партію. 3. Відведення критики - ця тактика полягає у наведенні аргументів, які б дозволили виправдати ті чи інші вчинки. Той, хто говорить, намагається дистанціюватися від факту участі в тій чи іншій негативній ситуації, прагне виправдати себе в очах аудиторії.

**Стратегія театральності** коли люди хочуть скласти один про одного певне враження, уявлення, зробити провокації, тощо.

Стратегія театральності реалізується наступними тактиками: 1. Тактика спонукання – промовець прагне спонукати аудиторію до здійснення тієї чи іншої дії, намагаючись переконати у правильності своєї погляду. 2. Тактика розмежування полягає у побудові опозиції «свої-чужі», яка характерна для політичного дискурсу. Політик, який використовує цю тактику, прагне показати потенційному виборцю, що він не має відношення до негативних подій, усуваючи діяльність негідного опонента. 3. Тактика обіцянки – політик зобов'язується здійснити будь-що. Зазначається, що ідеальним способом реалізації цієї тактики є використання форми майбутнього часу дієслова.

Український історик і політолог О. Д. Бойко досліджуючи політичне маніпулювання, зазначав, що політика направлена на маніпулятивне формування думок масової свідомості. Ця техніка досить поширена для досягнення політичних цілей. Застосовується політичний та інформаційний вплив. Це допомагає зробити правильні висновки для суспільства і направити їхні думки на правильний шлях [7].

У німецькій лінгвістиці розділяють стратегії політичного дискурсу на три види: (1) базові (нім. Basis-); (2) стратегії кашування (нім. Kaschierungs-); (3) стратегії конкуренції (нім. Konkurrenzstrategien) [43].

До базових стратегій належить орієнтування адресата, під яким розуміється мовленнєве спрощення (використання слоганів і гасел), зміцнення власного іміджу і дискредитація персони противника, і навіть стратегії зумовлені ЗМІ. Стратегії кашування служать у тому, щоб згладити порушення основних принципів комунікації. Політики приховують таким чином дефіцит інформації, говорять про всі відомі речі, недомовляють, використовують алегорії, абстрактні поняття. За допомогою стратегії конкуренції політичні партії звертаються до певних понять, змінюють і використовують їх у вигідному для себе і невигідному супротивникові світлі.

У період війни в Україні політики часто використовують комунікативні стратегії та тактики оскільки важливо донести правильну думку до громадян, щодо війни, воєнних дій, правильно нести інформацію в суспільство. Відбувається маніпулювання та контроль суспільної думки.

Здійснений аналіз ілюстративного матеріалу дає змогу виокремити за допомогою аргументативної стратегії такі тактики:

– покликання на авторитет: *Hätte die Ukraine schwere Waffen gehabt, hätte sie die Eingeschlossenen von Mariupol befreien können, sagt Präsident Wolodymyr Selenskyj* [53];

– ілюстрування: *«Sie haben Kulturerbe vernichtet, Tiere und Umwelt an die Grenze einer Katastrophe gebracht, Frauen, Kinder brutal ermordet, gefoltert, vergewaltigt, Massengräber errichtet»* [71];

– контрастивного аналізу: *Die USA sprechen von 10 000 russischen Toten, die Ukraine gar von 20 000. Unabhängige russische Journalisten vom Internetportal Mediasona konnten bisher in mühevoller Kleinarbeit die Namen von 1744 toten Soldaten verifizieren* [71];

– інклюзивності: «*Wahrscheinlich werden wir alle als andere Menschen aus diesem Krieg herauskommen*» [70].

Існують комунікативні стратегії емоційного впливу:

– звернення до емоцій адресата: «*Wir haben unter russischen Bomben überlebt. Wir beide hatten wochenlang nichts zu essen. Wie könnte ich ihn zurücklassen?*» sagte sie [53];

– негативних прогнозів: *Pandemie, Krieg und über kurz oder lang Klimakatastrophen, ein düsteres Szenario. Es kommen schwierige, vielleicht schwere Zeiten auch auf jene Bürgerinnen und Bürger Europas zu, die im Westen des Kontinents leben und für den Osten bisher meist wenig Gedanken übrig hatten, oder doch nur wenig gute* [51].

## **Висновки до другого розділу**

Здійснений аналіз ілюстративного матеріалу дає підстави зробити висновок, що політичні діячі часто використовують в своїх промовах фразеологічні вислови. Фразеологізми виступають як сильний засіб вплинути на адресата, що є головним з функцій політичного дискурсу. Це наглядно демонструють наведені приклади із промов відомих політичних діячів у публікаціях німецького видання "Der Spiegel", де політики використовують різні фразеологізми для підвищення емоційності ситуацій.

Метафора, як і фразеологізм, створює емоційне забарвлення та образність виступів. Вона дозволяє оцінювати дії політиків та характеризувати мовця. Це проявляється наприклад, в характеристиці А. Меркель, де її описують за допомогою безліч метафоричних висловів як в позитивному так і негативному світі. Метафоричні заголовки у газетах використовуються для привертання уваги читачів.

Політичні діячі в своїх промовах часто використовують різні стратегії і тактики. Основні стратегії включають «гру на зниження», «гру на підвищення» та стратегію театральності. Кожна з них включає в себе ряд тактик, наприклад, аналіз–«мінус», звинувачення, образи, аналіз – «плюс», презентація, відведення критики, спонування, розмежування та обіцянки. Стратегії активно використовуються під час виступів, зокрема це є актуальним у період війни в Україні для створення певної суспільної думки щодо тих чи інших дій політиків.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Фразеологізми являють собою унікальне мовне явище, з одного боку, вони є мовним засобом, що забезпечує в суспільстві повноцінну комунікацію, з іншого боку, є яскравими виразниками національно-культурної семантики, відображаючи стереотипи національно-культурного бачення світу: національну культуру, звичаї, традиції народу, деталі побуту, історичні події.

Проблема класифікації фразеологізмів упродовж багатьох років знаходиться в центрі уваги мовознавців. Як самостійний розділ лексикології, фразеологія була введена в науку на початку ХХ століття. Це стало підґрунтям для подальших досліджень, розкриття сутності фразеології, різноманітних класифікацій, виникнення нової термінології тощо. Мовознавці пропонують різні типи класифікацій фразеологічного складу мови залежно від властивостей фразеологізмів та методів дослідження. Родоначальником класифікації фразеологізмів вважається французький лінгвіст Шарлі Баллі. В подальшому його ідеї щодо класифікації розвили у своїх роботах В.В.Виноградов, Г. Бургер, В. Фляйшера та багато інших науковців.

В.В.Виноградов, на дослідженні Ш. Баллі запропонував найбільш поширену на сьогодні класифікацію фразеологізмів, а саме: а) фразеологічні зрощення; б) фразеологічні єдності; в) фразеологічні сполучення. Класифікація фразеологізмів також належить німецьким лінгвістам Г. Бургеру та В. Фляйшеру. Г. Бургер виділив дві великі групи фразеологізмів: 1) Сталі вирази (Feste Phrasen) 2) Топічні формули (Topische Formeln). В. Фляйшера описав основні проблеми фразеології та виокремив основні властивості фразеологізмів, а саме: 1) ідіоматичність 2) стабільність, 3) лексикалізація.

Модифікація фразеологізмів залишається одним з важливих досліджень науки. Вчені також розрізняють варіантність від модифікації. В сучасній німецькій мові виокремлюють види варіацій: морфологічний, лексичний, синтаксичний та комбінований. За класифікацією варіацій Г. Бургера, існують граматичні, лексичні, синтаксичні зміни. Українські вчені Я. Баран та

М. Зимомря звертають увагу на важливість цілеспрямованого характеру змін фразеологічних одиниць у художніх творах. Вони досліджують внутрішні та зовнішні зміни, що сприяють утворенню нових якостей у лексичних одиниць

Одним з ключових питань теорії фразеології є використання фразеологічних одиниць у дискурсі, особливо в політичному медіа дискурсі.

Засновником сучасної теорії дискурсу вважається голландський вчений Т. ван Дейк. Розуміння поняття «дискурс» змінювалось з розвитком мовознавства. На початку, під дискурсом розуміли послідовність речень або речових актів, у сучасності - це складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, також і екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, цілі адресата) необхідні для розуміння тексту.

На підставі різноманітних властивостей та ознак дискурсу розрізняють: політичний, медичний, судовий, освітній та науковий, медіа-дискурс театральний, літературний тощо.

В даному дослідженні ми зосередились на визначення особливостей функціонуванні фразеологізмів саме в політичному медіа дискурсі. Політичний дискурс відображає суспільно-політичне життя країни, включає елементи її культури та проявляє риси національного характеру, а також загальні і специфічні культурні цінності. Він має виражену соціальну спрямованість, прагматичний акцент і залежить від індивідуального стилю мовця. В свою чергу політичний дискурс може бути медійним. ЗМІ мають значний вплив на суспільство і для підвищення емоційності у свої публікаціях надають перевагу фразеологізмам.

Мова політиків відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та впливі на суспільні маси. Одним з ефективних інструментів, які вони використовують, є фразеологізми. Їх використання допомагає політикам ефективно комунікувати зі своєю аудиторією, впливати на її емоції та думки, а також формувати певні наративи та ідеології, що є головним із функцій політичного дискурсу.

Фразеологічні одиниці несуть в собі стереотипні і асоціативні уявлення людей. Більшість політичних фразеологізмів мають типовий образ, який базується на метафорах, що посилює експресивну можливість. Фразеологізми в політичному дискурсі можуть варіюватись і вдаватись до різних видів перетворень: лексико-граматичному, синтаксичному та семантичному.

У роботі проаналізовані публікації промов різних політичних діячів у відомих німецьких виданнях, такі як "Der Spiegel", "Kronen Zeitung" та інші. Використання фразеологізмів виявлено у промовах президента України Володимира Зеленського, Олафа Шольца, Міністра оборони США Лойд Остін, Ангели Меркель, Герхарда Шредера, Франк-Вальтера Штайнмаєра, Урсули фон дер Ляйен і Вольфганга Шойбле.

Метафори, як і фразеологізми, надають емоційного забарвлення промовам політичних діячів. Їх використовують у промовах, статтях, інтерв'ю та виступах. Метафори відіграють важливу роль у медійному середовищі. Вони посилюють емоційний вплив на аудиторію і допомагають зробити характеристику політичній сфері.

В політичних промовах часто використовуються стратегії і тактики. Вчені розглядають три основні стратегії: "гру на зниження", "гру на підвищення" та стратегію театральності. Кожна з них має свої підгрупи і використовуються в певних ситуаціях. Успішна комунікація політика з аудиторією базується на виборі відповідної моделі поведінки та використанні ефективних комунікативних стратегій і тактик. Це допомагає політику досягти своїх цілей, залучити підтримку і підвищити свою політичну вагу. В Україні, у воєнний період, політичні діячі часто використовують стратегії та тактики у своїх промовах, щоб привернути увагу слухачів. Одним з важливих аспектів цього є маніпулювання та контроль суспільної думки.

Проведений аналіз використання фразеологізмів у німецькому політичному медіа дискурсі дозволяє зробити висновки, що політичні діячі активно використовують фразеологізми у своїх промовах. Політики використовують фразеологізми та метафоричні вислови як інструмент мови для

донесення інформації суспільству, тим самим впливають на громадську думку і привертають увагу на політичні проблеми. Тим самим їх промови стають більш емоційні та здобувають підтримку у аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефіренко М. Теоретичні питання фразеології. – Харків: Вища школа, 1981. – 135 с.
2. Арутюнова Н. Д. Лингвистический энциклопедический словарь : Советская энциклопедия. Москва, 1989. С. 136–137
3. Балли Ш. Французская стилистика. М.: Иностр. лит., 1961. 394 с.
4. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології: навчальний посібник. Ужгород : Ужгородський державний університет, 1999. 176 с.
5. Беззубова О.О., Рибачок К.В Сучасний німецькомовний медіа-дискурс та перекладацька проблематика його концептів. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5911/5782>
6. Бєлих Д. І., Ковальова Є. І. Особливості перекладу англійських фразеологічних одиниць у політичному дискурсі. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія: 88 Актуальні проблеми розвитку українського суспільства, № 4 (1280) 2018 с.88-92 URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9b860d03-b64e-49db-a91c-eda62389af7d/content>
7. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання . К.: “Академвидав”. 2010. 432 с.
8. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: сб. работ / пер. с англ., сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с .URL: <http://surl.li/snue>
9. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977. 308 с.
10. Демецкая В.В. Дискурс и текст в переводе. URL: <https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse/article/view/11353/10909>
11. Желтухина М.Р. О содержании дискурса масс-медиа. *Вісник Луганського пед. унту ім. Т. Шевченка*. Серія «Філологічні науки». Луганськ, 2007. № 11(128), Ч. 1. С. 27–40

12. Карлова В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <https://web.archive.org/web/20131216021827/http://www.academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>
13. Кибрик А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе : Дис. в виде научного доклада, составленная на основе опубликованных работ, представленная к защите на соискание ученой степени док. филол. наук : спец. 10.02.19. Москва : РАН Институт Языкознания, 2003. 90 с..
14. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності: Монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
15. Кравченко Н. К. Современный дискурс и дискурс–анализ: краткая энциклопедия. Киев: Interservis, 2017. 108 с.
16. Кузьменко О.Ю. Презентація респондента в англійськомовному інтерв'ю масмедійного дискурсу: лінгвокомунікативний і лінгвокогнітивний виміри : Дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Херсон : ХДУ, 2019. 256 с
17. Кучерова О.О. Плани змісту та повідомлення британського газетного новинного дискурсу (початок ХХІ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 «Журналістика». Київ, 2005. 20 с
18. Лалаян Н.С. Граматичні модифікації фразеологізмів сучасної німецької мови як один із різновидів їхнього функціонування у мовленні. URL: <https://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2018/11/2012-6-1-132-135-%D0%9B%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D1%8F%D0%BD-%D0%9D.%D0%A1..pdf>
19. Ларин Б.О. Очерки по фразеологии (О систематизации и методах исследования фразеологических материалов). *Уч. зап. Ленингр. ун-та.* 1999. № 198.
20. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. М.: Прогресс, 1978. 480 с.

21. Павлуцька В.О. Політичний дискурс: особливості та функції. *Вісник Житомирського державного університету. Випуск 39. Філологічні науки.* Житомир, 2008. С.218–221.
22. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. К.: ВЦ «Київський університет», 1999. 308 с
23. Прадід Ю. Ф. Значення фразеологізму та його тлумачення в словнику (на матеріалі іменникових фразеологізмів). *У царині лінгвістики і права.* Сімферополь : Еліньо, 2006. С. 76–80.
24. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке: монографічне видання. Черкаси , 2012. 487 с.
25. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник.- Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011.350 с.
26. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] К. : ВЦ "Академія". 2010. 240 с
27. Сизонов Д.Ю. Функціонально-стилістична парадигма медійної фразеології. URL:  
<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/274539.pdf>
28. Стишов О. А. Основні джерела поповнення фразеологічного складу української мови кінця ХХ – початку ХХІ століть. *Мовознавство.* 2015. № 1. С.33-46. URL: <https://movoznavstvo.org.ua/component/attachments/download/532.html>
29. Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / Ордена Труд. Червон. Прапора Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні АН УРСР; за заг. ред. І. К. Білодіда. Київ: Наук. думка, 1973. – 438, [1] с. URL:  
<http://surl.li/uezxg>
30. Терещенко Л., Станіславова Л. Лексика і фразеологія сучасного українськомовного політичного дискурсу. URL: [http://www.apfn-journal.in.ua/archive/53\\_2022/part\\_2/29.pdf](http://www.apfn-journal.in.ua/archive/53_2022/part_2/29.pdf)
31. Фадєєва О. В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.В. Фадєєва. – К., 2000. – 18 с.)

32. Черниш О.А. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіалінгвістиці. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Житомир, 2013. №118. С. 309-313.
33. Чернышева И. Фразеология современного немецкого языка. М.: Высшая школа, 1999. 199 с.
34. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. Изд. 6-е. Москва : Либроком, 2012. 272 с.
35. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса/ Монография. – Волгоград: Перемена, 2000. 328 с.
36. Шепель Ю. О. Медіа–дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. №81. С. 302–307
37. Яшенкова О. В. Основы теории мовної комунікації. К. : Видавничий центр "Академія", 2010. 312 с.
38. Bell A., Garrett P. Approaches to media discourse. Oxford/Maiden: Blackwell, 1998, 287 S.:
39. Burger H. Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin Erich Schmidt, 1998. 224 S.
40. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache: 2. durchgelesene und ergänzte Auflage. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1997. 299 S
41. Geis M. L. The language of politics. New York: Springer. 1987
42. Iskos A.M., Lenkova A.F. Übungen zur deutschen Lexikologie. Ленинград: Просвещение, 1970. 192 с.
43. Klein J., Jarren O., Sarcinelli U., Saxer U. Politische Kommunikation als Sprachstrategie: Politische Kommunikation in der Demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden, 2002. – S. 376–395.
44. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen : M. Niemeyer, 1992. (4)
45. Tavadze L., Diasamidze I, Katamadze N, Davitadze L. Modern tendencies in media discourse. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/379969063\\_MODERN\\_TENDENCIES\\_IN\\_MEDIA\\_DISCOURSE](https://www.researchgate.net/publication/379969063_MODERN_TENDENCIES_IN_MEDIA_DISCOURSE)

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

46. 300.000 Reservisten mit Kampferfahrung. URL: <http://www.spiegel.de>
47. Aktuell: Russland gibt symbolträchtige Schlangeninsel auf. URL: <https://www.dw.com/de/ukraine-aktuell-russland-gibt-die-symboltr%C3%A4chtige-schlangeninsel-auf/a-62309824>
48. Brecht Bertolt. Die Dreigroschenoper. URL: [https://is.muni.cz/el/1421/jaro2009/NJI\\_20/um/7422462/7804666/Brecht\\_Die\\_Drei\\_groschenoper\\_Akt\\_I\\_II.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/jaro2009/NJI_20/um/7422462/7804666/Brecht_Die_Drei_groschenoper_Akt_I_II.pdf)
49. Der Angriff, der die Welt verändert. URL: <http://www.spiegel.de>
50. Die Tageszeitung - Steinmeier mahnt Reformen an. URL: <https://taz.de/Besuch-des-ukrainischen-Praesidenten/!5016544/>
51. Die Zeit - Putins Rache an der Geschichte. URL: <https://www.zeit.de/kultur/2022-02/wladimir-putin-russland-ukraine-krieg-geschichte-geopolitik/komplettansicht>
52. Frankfurter Allgemeine Zeitung - Flucht vor den russischen Horden. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/ukraine-der-schriftsteller-andrej-kurkow-ueber-den-krieg-18017549.html>
53. Frankfurter Allgemeine Zeitung - Langer Atem gegen Putin. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/folgen-sanktionen-gegen-russland-im-ukraine-krieg-krise-kommt-noch-18056134.html>
54. General-Anzeiger Bonn - Merkel lobt Reformen in Ukraine. URL: [https://ga.de/news/politik/merkel-lobt-reformen-in-ukraine\\_aid-42293079](https://ga.de/news/politik/merkel-lobt-reformen-in-ukraine_aid-42293079)
55. Kronen Zeitung. Eva Glawischnig: "Nicht die Flinte ins Korn werfen!". URL: <https://www.krone.at/289393>
56. Mann T. Buddenbrooks. Verfall einer Familie. URL: <https://www.gutenberg.org/files/34811/34811-h/34811-h.htm>
57. Neue Zürcher Zeitung - Grünes Licht für die Ukraine und die Moldau, rotes Licht für Bosnien-Herzegowina. URL:

<https://www.nzz.ch/international/gruenes-licht-fuer-die-ukraine-und-die-moldau-rotes-licht-fuer-bosnien-herzegowina-ld.1764698>

58. Putins Apokalypse. URL: <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-wladimir-putin-hat-die-eskalation-seit-20-jahren-geplant-a-a09a409e-10df-4b11-8076-6d227ea0bf11>

59. Rede des Präsidenten des Deutschen Bundestages, Dr. Wolfgang Schäuble. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/rede-des-praesidenten-des-deutschen-bundestages-dr-wolfgang-schaeuble--1752016>

60. Rede von Bundeskanzler Gerhard Schröder vor den beiden Kammern des polnischen Parlaments. URL: <https://politische-reden.eu/BR/t/193.html>

61. Rede von Bundeskanzler Scholz anlässlich des Women 7 Summit am 25. Mai 2022 in Berlin. URL: <https://www.g7germany.de/g7-de/aktuelles/reden/rede-von-bundeskanzler-scholz-anlaesslich-des-women-7-summit-am-25-mai-2022-in-berlin-2043866>

62. Rede von Bundeskanzler Scholz zum Tag der Industrie am 21. Juni 2022. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/rede-von-bundeskanzler-scholz-zum-tag-der-industrie-am-21-juni-2022-2054572>

63. Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel anlässlich ihres Besuchs des Instituts für nationale Sicherheitsstudien (Institute for National Security Studies). URL: <https://politische-reden.eu/BR/t/1689.html?hl=Notwendigkeit>

64. Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/bulletin/rede-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-1712534>

65. Rede von Bundeskanzlerin Merkel bei der 368. Graduationsfeier der Harvard University am 30. Mai 2019 in Cambridge/USA. URL: <https://www.bundeskanzler.de/bk-de/aktuelles/rede-von-bundeskanzlerin-merkel-bei-der-368-graduationsfeier-der-harvard-university-am-30-mai-2019-in-cambridge-usa-1633384>

66. Rede von Bundeskanzlerin Merkel im Rahmen des Treffens mit Vertreterinnen und Vertretern der bei der Flüchtlingsaufnahme engagierten Verbände

und gesellschaftlichen Gruppen am 8. April 2016. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/rede-von-bundeskanzlerin-merkel-im-rahmen-des-treffens-mit-vertreterinnen-und-vertretern-der-bei-der-fluechtlingsaufnahme-engagierten-verbaende-und-gesellschaftlichen-gruppen-am-8-april-2016-321830>

67. Rede von Bundespräsident Dr. Frank-Walter Steinmeier. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/bulletin/rede-von-bundespraesident-dr-frank-walter-steinmeier-2223126>

68. Regierungserklärung von Bundeskanzler Olaf Scholz am 27. Februar 2022. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/regierungserklaerung-von-bundeskanzler-olaf-scholz-am-27-februar-2022-2008356>

69. Regierungserklärung von Bundeskanzler Olaf Scholz. URL: <https://www.zeitfuerdieschule.de/content/uploads/2022/03/0322-ZEIT-ZfdS-Zeitenwende-Olaf-Schilz-Ukraine-Krieg.pdf>

70. Süddeutsche Zeitung - Das verlorene Lachen. URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-ukraine-dariaonyschenko-kundgebungen-1.5579254>

71. Süddeutsche Zeitung - Wen Putin zum Töten und Sterben ausschickt. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-russische-soldaten-herkunft-1.5576695?reduced=true>

72. USA stimmen Partner auf langen Krieg ein <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/ramstein-usa-stimmen-partner-auf-langen-krieg-ein-a-b3a20896-1172-4f25-b071-9c55b0a1990a>

73. Wer gegen Waffen für die Ukraine ist, ist für Krieg. URL <https://www.spiegel.de/ausland/radek-sikorski-ueber-deutschland-und-russland-wer-gegen-waffen-fuer-die-ukraine-ist-ist-fuer-krieg-a-2655c67d-4e0f-48dd-b5c6-5d21f3dfb1f6>

74. Fernsehansprache von Bundeskanzlerin Angela Merkel. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/fernsehansprache-von-bundeskanzlerin-angela-merkel-1732134>

75. Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel bei der 55. Münchner Sicherheitskonferenz am 16. Februar 2019 in München. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/bulletin/rede-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-1581394>

## ДОДАТОК

### Фразеологізми в німецькомовних політичних промовах та їх відтворення в українському перекладі

	Оригінал	Переклад
1.	Präsident Selenskyj hat die nationale Mobilmachung hinausgezögert, weil er wahrscheinlich befürchtete, sie könnte Russland einen <b>Casus Belli</b> für einen Krieg bieten.	Президент Зеленський відкладав оголошення про національну мобілізацію, оскільки, ймовірно, побоювався, що це може дати Росії привід для війни.
2.	Als der Krieg am Donnerstag früh nach Kiew kommt, ist er zunächst vor allem eins: leise. Die Straßen der Innenstadt sind leer, kaum ein Auto ist unterwegs. Die wenigen Passanten huschen lautlos vorbei. Die Plätze, auf denen sonst Menschen in der Morgensonne Kaffee trinken, sind verwaist, der Stadtlärm ist verstummt. Es ist <b>die Ruhe vor dem Sturm</b> der Hauptstadt.	Коли в четвер вранці в Київ прийшла війна, то в першу чергу вражає одне: тиша. Вулиці в центрі міста порожні, на дорогах майже немає машин. Кілька перехожих мовчки пробігають повз. Площі, де люди зазвичай п'ють каву на ранковому сонці, безлюдні, міський шум затих. Це затишшя перед бурею у столиці
3.	Mit Geldüberweisung kann man sich nicht verteidigen. <b>Wenn der Feind vor den Toren steht.</b>	Грошовою допомогою не захистишся, коли ворог біля воріт стоїть.
4.	Es sollte angeblich ein « <b>Zeichen des guten Willen</b> » sein, als such Putins Armee vor der Schlangeninsel zurückzog.	Це був нібито «знак доброї волі», коли армія Путіна відступила з острова Зміїний.
5.	<b>Himmel und Erde werde man in Bewegung setzen</b> , um das Land noch leistungsfähiger im Abwehrkampf gegen die Armee von Russlands Präsident Wladimir Putin zu machen.	Ми використаємо всі можливі сили, щоб зробити країну ще ефективнішою у захист від армії президента росії володимира путіна.
6.	Wir haben keine Zeit zu verlieren, wir müssen uns <b>mit der Geschwindigkeit des Krieges bewegen.</b>	Ми не можемо гаяти час, ми повинні рухатися зі швидкістю війни.
7.	Man darf <b>die Flinte nicht ins Korn werfen.</b>	Не можна втрачати надію.
8.	Ich werde mich deshalb mit <b>ganzer Kraft</b> dafür einsetzen, dass Deutschland, mein Land, im Jahr 2050 das Ziel der Klimaneutralität erreichen wird.	Тому я зроблю все, що в моїх силах, щоб Німеччина, моя країна, досягла цілі кліматичної рівноваги до 2050 року.
9.	Das heißt, wir <b>spannen einen Bogen</b> von rechtlichen Fragen der Integration bis hin zu Fragen der kulturellen Bedeutung von Integration.	Це означає, що ми розглядаємо як правові аспекти інтеграції, так і питання культурного значення інтеграції.
10.	Er sollte, so sagte er weiter, « <b>eine Brücke schlagen</b> zwischen den beiden Staate und Völkern.	Він також сказав, що повинен налагодити стосунки між державами і народом.
11.	Mit dem Überfall auf die Ukraine hat der russische Präsident Putin kaltblütig einen Angriffskrieg <b>vom Zaun gebrochen</b> - aus	Президент росії путін холоднокрівно розв'язав загарбницьку війну в Україні з єдиної причини: свобода українців ставить

	Оригінал	Переклад
	einem einzigen Grund: Die Freiheit der Ukrainerinnen und Ukrainer stellt sein eigenes Unterdrückungsregime infrage.	під сумнів його власний репресивний режим.
12.	Alle <b>Hebel in Bewegung zu setzen</b> , um die Strompreise zu senken, das ist deshalb das Gebot der Stunde.	Потрібно задіяти всі сили, щоб знизити ціни на електроенергію, - це вимога часу.
13.	Ich denke an die Millionen von Frauen, die oft mit ihren Kindern oder den Eltern zu uns in die EU geflohen sind und die hier praktisch <b>bei null anfangen</b> .	Я думаю про мільйони жінок, які втекли до ЄС, разом з дітьми або батьками, і які практично починають тут життя з нуля.
14.	Sich das Unvorstellbare vorzustellen, das bedeutet: Auch in Zeiten des Krieges dürfen wir den Frieden nie <b>aus den Augen verlieren</b> .	Уявляти неймовірне означає, що навіть під час війни ми ніколи не повинні втрачати з поля зору мир.
15.	Auch <b>das traurige Kapitel</b> der Zwangsadoptionen und andere Dinge müssen immer wieder in den Blick genommen werden, da sie Lebensmöglichkeiten zerstört haben.	Також сумна частина примусових усиновлень та інших подібних подій повинна постійно перебувати в центрі уваги, оскільки вони зруйнували життєві перспективи багатьох людей.
16.	Ich habe schon sehr früh gesagt: Diese Wirtschaftskrise wird <b>die Karten auf der Welt neu mischen</b> , es werden neue Kräfte und Balancen entstehen.	Як я вже сказала: Ця економічна криза змінить ситуацію у світі, з'являться нові сили та баланси.
17.	<b>Die himmelschreiende Ungerechtigkeit</b> , der Schmerz der Ukrainerinnen und Ukrainer – sie gehen uns allen sehr nahe.	Кричуща несправедливість, біль всіх українців – це дуже для нас знайомо.
18.	Ob wir es Putin gestatten, <b>die Uhren zurückzudrehen</b> in die Zeit der Großmächte des 19. Jahrhunderts.	Чи дозволимо ми путіну повернути час назад, до часів великих держав 19 століття.
19.	Meine Damen und Herren, mit dem Überfall auf die Ukraine will Putin nicht nur ein unabhängiges <b>Land von der Weltkarte tilgen</b> .	Пані та панове, вторгненням в Україну путін не просто намагається стерти незалежну країну з лиця землі.
20.	Als Demokratinnen und Demokraten, als Europäerinnen und Europäer <b>stehen wir an ihrer Seite</b> – auf der richtigen Seite der Geschichte.	Як демократи, як європейці, ми стоїмо на їхньому боці - на правильному боці історії.
21.	Doch schon sehr bald wird die russische Führung spüren, welch <b>hohen Preis sie bezahlt</b> .	Однак російське керівництво незабаром зрозуміє, яку високу ціну вони заплатять.
22.	Man habe der Ukraine sowie der Moldau – die ebenfalls <b>grünes Licht</b> von der Kommission bekam – die «Tür weit geöffnet».	Україна та Молдова також отримали зелене світло від Комісії – для них «двері до вступу були відчинені».
23.	Im Notfall gönne ich mir, <b>gegen den Strom zu schwimmen</b> , pflegte er zu sagen.	У разі неочікуваних випадків, я дозволяю собі плисти проти течії.
24.	Sie stehen für uns in diesem Kampf in der <b>vordersten Linie</b> .	Ви – на вістрі цієї боротьби.

	Оригінал	Переклад
25.	Dass diese Nato heute immer noch <b>über eine große Attraktivität verfügt</b> , haben wir in den letzten Monaten gesehen,...	У тому, що ця організація і донині користується неабиякою популярністю, ми мали можливість переконатися в останні місяці.

## ZUSAMMENFASSUNG

Die Diplomarbeit untersucht die Besonderheiten der Verwendung von phraseologischen Einheiten im deutschen politischen Mediendiskurs. Phraseologismen stellen ein einzigartiges Sprachphänomen dar, sie sind ein sprachliches Mittel, das die Kommunikation in der Gesellschaft ermöglicht und sie spiegeln auch anschaulich die nationale und kulturelle Semantik, die Stereotypen der nationalen und kulturellen Weltansicht wider: die nationale Kultur, die Bräuche, die Traditionen der Menschen, das Alltagsleben, die historischen Ereignisse. Die Phraseologie als unabhängiger Bereich der Lexikologie wurde zu Beginn des 20. Jahrhunderts erforscht. Seitdem haben viele Wissenschaftler verschiedene Klassifizierungen, Modifikationen und unterschiedliche Arten von phraseologischen Einheiten untersucht. Die erste Klassifizierung der Phraseologismen wurde von dem französischen Linguisten Charles Bally vorgeschlagen. Danach wurde die Klassifizierung der phraseologischen Einheiten auf der Grundlage seiner Forschungen in den Werken von V. V. Vinogradov, H. Burger, W. Fleischer und vielen anderen Wissenschaftlern untersucht. V.V. Vinogradov entwickelte die gebräuchlichste Klassifizierung, nämlich: a) phraseologische Verschmelzungen, phraseologische Einheiten und phraseologische Kombinationen. H. Burger, hat zwei große Gruppen von phraseologischen Einheiten identifiziert: 1) Feste Phrasen 2) Topische Formeln. W. Fleischer hat die Hauptprobleme der Phraseologie beschrieben und die wichtigsten Eigenschaften der phraseologischen Einheiten herausgestellt, nämlich: 1) Idiomatizität, 2) Stabilität, 3) Lexikalisierung.

Phraseologische Einheiten haben die Möglichkeit, sich zu verändern, wodurch Modifikationen entstehen. In der Wissenschaft wird zwischen Variation und Modifikation unterschieden. In der aktuellen deutschen Sprache gibt es verschiedene Arten von Variation: morphologische, lexikalische, syntaktische und kombinierte. Die ukrainischen Wissenschaftler Ya. Baran und M. Zymomria untersuchten die Bedeutung des zielgerichteten Charakters von Veränderungen in phraseologischen

Einheiten in der Belletristik. Ihre Forschung konzentrierte sich auf interne und externe Veränderungen in den phraseologischen Einheiten, die zur Bildung neuer Merkmale in lexikalischen Einheiten beitragen. H. Burger hat eine eigene Klassifizierung der Variationen vorgestellt: grammatikalische, lexikalische und syntaktische Änderungen.

Phraseologismen sind ein häufiges Phänomen im politischen Mediendiskurs. Der niederländische Wissenschaftler Teun A. van Dijk gilt als Begründer der modernen Diskurstheorie. Auf der Grundlage von Forschungsergebnissen unterscheiden Wissenschaftler: politische, medizinische, juristische, pädagogische, theatralische, literarische und wissenschaftliche Mediendiskurse, usw. Das Ziel der Forschung ist es, phraseologische Einheiten im politischen Mediendiskurs zu untersuchen. Der politische Diskurs spiegelt das sozio-politische Leben eines Landes wider, enthält Aspekte seiner Kultur und bringt Merkmale des nationalen Charakters sowie allgemeine und spezifische kulturelle Werte zum Ausdruck. Sie zeichnet sich durch eine klare soziale Ausrichtung, pragmatische Betonung und die Abhängigkeit vom individuellen Stil des Sprechers aus. Im politischen Mediendiskurs wird die Phraseologismen am häufigsten verwendet, um eine bestimmte öffentliche Meinung zu bilden und die Meinung der Bürger zu beeinflussen. Politiker verwenden in ihren Reden häufig Phraseologismen, um die Emotionalität ihrer Rede zu steigern und die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu gewinnen. Sie helfen Politikern, effektiv mit ihrem Publikum zu kommunizieren, dessen Emotionen und Meinungen zu beeinflussen und bestimmte Ideologien zu formen.

In dieser Diplomarbeit werden die Veröffentlichungen von Reden verschiedener politischer Figuren in bekannten deutschen Publikationen wie «Der Spiegel», «Kronen Zeitung» und anderen analysiert. Die Reden verschiedener politischer Persönlichkeiten wurden untersucht, darunter der Präsident der Ukraine Wolodymyr Selenskyj, Olaf Scholz, US-Verteidigungsminister Lloyd Austin, Angela Merkel, Gerhard Schröder, Frank-Walter Steinmeier, Ursula von der Leyen und Wolfgang Schäuble.

Metaphern können auch als Phraseologismen bezeichnet werden. Sie verleihen auch den Reden politischer Personen eine gewisse Emotionalität. Sie werden in Reden, Artikeln, Interviews und Aufführungen verwendet. Metaphern spielen in der Medienwelt eine wichtige Rolle. Sie verstärken die emotionale Wirkung auf das Publikum und tragen dazu bei, den politischen Bereich zu charakterisieren.

Strategie und Taktik in den Reden von Politikern spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung ihrer Persönlichkeit. Politiker wählen die Strategie und Taktik, die sie in ihren Reden verwenden, mit großer Sorgfalt aus. Dies hilft Politikern, ihre Ziele zu erreichen, Unterstützung zu gewinnen und ihren politischen Wert zu steigern. In der Ukraine verwenden Politiker in Zeit des Krieges oft Strategie und Taktik in ihren Reden, um die Aufmerksamkeit ihrer Zuhörer zu gewinnen. Ein wichtiger Aspekt dabei ist die Manipulation und Kontrolle der öffentlichen Meinung.

Die Analyse der Verwendung phraseologischer Einheiten macht deutlich, dass phraseologische Einheiten in den Reden von Politikern aktiv verwendet werden. Politiker verwenden Phraseologismen und Metaphern, um die Wichtigkeit ihrer Reden zu unterstreichen, der Informationen zu vermitteln und die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Auf diese Weise wollen sie die Aufmerksamkeit auf politische Themen lenken. Durch die Verwendung von Phraseologismen werden ihre Reden emotionaler und gewinnen die Unterstützung des Publikums.