

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 811.112.2'373.7.

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.4.2/48>

Потенко Л. О.

кандидат філологічних наук
доцент кафедри іноземних мов
Національного університету «Одеська юридична академія»

Тупікова Т. В.

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов гуманітарних факультетів
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Лесневська К. В.

старший викладач кафедри іноземних мов
Національного університету «Одеська юридична академія»

ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ДЕРИВАТИВ

Головна мета цієї статті полягає у вивченні фразеологічної деривації в аспекті її включення в деривацію загальнотекстову. Окрему увагу зосереджено на характеристиці категорії емотивності в тексті як інваріанті реальних життєвих ситуацій, в яких суб'єкт проявляє свої почуття та емоції. Особливий прагматичний потенціал досліджуваних одиниць полягає у додаткових конотаціях, у вираженні авторської оцінки стосовно змісту повідомлення чи предмету статті тощо. Проведений аналіз дозволив виділити наступні різновиди прагматичної функції фразеологізмів: емотивна функція, оцінна (позитивна, негативна), експресивна функція та функція привернення уваги. Окремі фразеологізми в тексті можуть виконувати одночасно різні функції, що свідчить про поєднання, «накладання» прагматичних функцій. У запропонованій праці під текстотвірними потенціями фразеологічних одиниць розуміємо їх структурно-семантичні властивості, які є релевантними для тексту. Актуальність проблематики нашої наукової розвідки зумовлена важливістю розкриття функціональної природи деривата як одиниці системи фразотворення. У контексті нашого дослідження текстотвірні потенції слід вивчати, виходячи з сутності похідних фразеологізмів як знаків третинної номінації, а не лише з дослідження реалізації цих потенцій. Визначення ролі фразеологічних дериватів у процесі текстопородження дозволяє стверджувати, що дослідження текстотвірних потенцій, яке базується лише на аналізі текстів, не може бути достатнім, вичерпним. Текст має здатність нести додаткову емотивну інформацію не через збільшення повідомлення, а за рахунок особливого смислового і емоційного навантаження складових його одиниць і їхньої організації. До таких одиниць відносяться фразеологічні деривати емотивної семантики, які наділені в публіцистичному тексті додатковими значеннями або відтінками похідних значень.

Ключові слова: фразеологічний дериват, категорія емотивності, текстотворення, прагматика.

Постановка проблеми. Невпинне зростання зацікавленості науковців проблематикою лінгвістики тексту зумовлює необхідність розгляду питань, пов'язаних з прагматичними функціями і текстотвірними можливостями фразеологіч-

них одиниць (далі – ФО). Розширення поняття деривації в сучасній лінгвістиці зумовило появу особливого інтересу до розгляду дериваційних процесів на рівні тексту. Окреслена проблематика видається актуальною з огляду на недостатню

вивченість текстотвірних потенцій німецьких похідних ФО / фразеологічних дериватів (далі – ФД), які сприяють підвищенню емотивності, емоційно-образного увиразнення публіцистичних творів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціональний підхід до вивчення фразеологічного фонду німецької мови знаходимо у працях багатьох вчених. Г. Бургер [19] досліджував семантику фразеологізмів та використання ФО у текстах; Б. Вотяк [29] сфокусувала свою увагу на текстових модифікаціях компонентного складу фразеологізмів, які є виявом значного комунікативного потенціалу ФО; питаннями прагматичних фразеологізмів займалися такі вчені, як В. Фляйшер [22], П. Кюн [24], С. Бекман [18], А. Руусіла [28]. Дисертація С. Пташник [13] присвячена функціям фразеологічних модифікацій в газетних текстах на матеріалі німецької мови. В. Школяренко [15] досліджувала фактори підвищення прагматичного потенціалу ФО в діахронічній ретроспективі. Л. Ковбасюк [6] вивчала функціональний аспект одиниць вторинної номінації з компонентом «кольороназва» в сучасній німецькій мові. Увага сучасних дослідників прикута до функціонування фразеологізмів у рекламному тексті [26]; І. Кучеренко [10] проаналізувала структурно-семантичні, когнітивні та комунікативні особливості функціонування відфраземних дериватів у публіцистичному дискурсі німецької мови тощо. Однак аналіз лінгвістичної літератури за темою дозволяє сверджувати про недостатню зацікавленість сучасних науковців до вивчення прагматичного потенціалу ФД у німецькомовних текстах.

Мета статті – дослідити функції і прагматичні особливості фразеологічних дериватів у німецьких текстах публіцистичного стилю та проаналізувати механізми та специфіку індивідуально-авторських перетворень подібних ФО в тексті.

Виклад основного матеріалу. Фразеологічні деривати характеризуються у роботі як ФО, що виконують роль текстотвірного «стрижня» тексту. Функцію такого «стрижня» може виконувати навіть один фразеологізм, текстотвірні потенції якого максимально реалізовані. Фразеологічні деривати найповніше відображають смислові відтінки і надають тексту значне емоційно-експресивне забарвлення, завдяки якому вплив на реципієнта посилюється. У таких текстах зазвичай мають місце різноманітні фразеологічні інновації та модифікації ФО. Вивчення способів реалізації текстотвірних потенцій фразеологічних дериватів

дає можливість з'ясувати як суто мовні характеристики цих одиниць у мовленнєвому вжитку, так і індивідуальні авторські прийоми їх включення в структуру тексту.

Під *текстотвірними потенціями ФО* розуміємо їх структурно-семантичні властивості, які є релевантними для тексту. Під структурними властивостями текстотвірних потенцій розуміємо, за Д. Добровольським, особливу, специфічну структуру ФО, що уможливило участь цих знаків в організації текстової структури. Семантичні властивості текстотвірних потенцій базуються на денотативній та конотативній специфіці фразеологічного значення [20, с. 699].

Сучасні наукові розвідки доводять невпинне зростання зацікавленості мовознавців категорією текстової емотивності. З позицій антропоцентричної лінгвістики емотивність може розглядатись як прояв «людського фактору» в мові. Це, на нашу думку, спонукає дослідників звертатись до проблеми емоційного впливу тексту на адресата, визнаючи віднесеність категорії емотивності до прагматики. Емотивність (ім. від прикм. емотивний) тлумачиться у сучасному лінгвістичному словнику як «підкатегорія інформативності, що виявляється в емоційному навантаженні модулів дискурсу й компонентів тексту; властивість мовної одиниці передавати почуття, емоції» [3, с. 178]. У вузькому розумінні емотивність розглядають як лінгвістичну категорію, а в широкому – як комунікативно-прагматичну. В. Шаховський називає емотивність однією з найважливіших функцій тексту. Її завдання полягає в тому, щоб передавати емоційну інформацію і впливати з її допомогою на реципієнта [16, с. 127]. Категорія емотивності є комунікативно спрямованою і має прагматичні цілі. Слушною, на наш погляд, є думка, що емотивність – це «найважливіший елемент прагматики мови, оскільки вона найчіткіше втілює в собі її впливову функцію: спеціально емоційно забарвлені засоби мови – емотиви, найчастіше виступають у ролі стимулів, здатні викликати як словесні, так і несловесні емоційні реакції» [23].

Аналізуючи тісний зв'язок категорії емотивності з прагматичними функціями, зазначимо, що прагматика відіграє провідну роль у реалізації комплексного комунікативного завдання. Виділяючи дві іпостасі емотивності як функціонально-семантичної категорії, основною функцією якої є вираження емоцій, розмежовують прагматичну складову категорії, пов'язану з суб'єктивним ставленням мовця до об'єкта оцінки, яка завжди експресивна, і емотивність як компонент коно-

тативної семантики слова, висловлювання, тексту. Прагматичний аспект передбачає вивчення висловлювання як об'єкту двоякої природи, який представляє собою єдність смислового та емоційного змісту [9, с. 114].

Окрім емотивності до аналізу тексту в запропонованій роботі залучені також й інші прагматичні категорії, такі як *експресивність* і *оцінність*. Експресивність у деяких роботах [1] визначається як стрижнева категорія мовленнєвої діяльності, завдяки якій відбувається інтенсифікація виразності тексту. Оцінка розглядається як текстова категорія, яка має суб'єктивний характер, і виявляється важливим фактором формування прагматичного ефекту. Експресивно забарвлені висловлювання створюються, щоб впливати на слухача емотивно, із суб'єктивних позицій, передавати власну думку автора, посилюючи загальну оцінку конкретною оцінкою деяких деталей у власне позначуваному [8, с. 6]. За концепцією Л. Артемової, «оцінність та емотивність виступають в органічній єдності, частково накладаючись, частково доповнюючи одна одну» [1, с. 9]. Під експресивністю розуміють також «будь-яке посилення змісту тексту, виділення і акцентування інформації, що він передає, яка здійснюється найрізноманітнішими способами і засобами» [7, с. 10]. Завдяки такій додатковій акцентуації відбувається реалізація прагматичної авторської установки на актуалізацію елементів тексту, здатних активізувати інтелектуальні та емоційні реакції читача, спрямувавши їх у напрямку, необхідному автору [7, с. 10]. Поділяємо думку тих дослідників [12], які вважають, що експресивність є одним із засобів створення емотивності в мові, але вона не дублює емотивність тексту, тому що не зачіпає його денотативний зміст.

Виявлення різноманітних елементів емотивного змісту текстів, а також врахування їх функціональних особливостей зумовлює існування різних груп функцій, властивих текстовій емотивності: функцій за співвідношенням емоційної і раціональної інформації в тексті (дублюючої, компенсуючої, заміщувальної) і функцій за прагматичними завданнями (емоційне самовираження автора, емоційна оцінка, емоційний вплив на адресата) [5, с. 5].

Фразеологізми наділені здатністю виражати емотивність тексту. Подібно до метафор, вони є виразними мовними засобами тексту і можуть бути поділені на узуальні та okazіональні [27, с. 83]. Використовуючись у текстах різних типів, ФО набувають конкретної прагматичної

спрямованості й виконують актуалізовані прагматичні функції [15, с. 276]. Ефективним засобом актуалізації і диференціації функцій ФО в текстах різних типів, на думку В. Школяренко, виступають зовнішні стилістичні прийоми – повтор, фразеонабір, нарізання. Зокрема, «при фразеонаборі особливий прагматичний ефект створюється за рахунок функціональних властивостей різноструктурних фразеологізмів. Так, набір різних фразеологізмів з однаковим або різним характером оцінки є джерелом сильної експресії і емотивності» [15, с. 277].

Включена до фразеологічного значення категорія суб'єкта мови дозволяє говорити про фразеологічні одиниці як специфічний розряд мовних одиниць, здатний відображати різні аспекти прагматики мови. Ось чому цілком природно розглядати ФО як одиниці, зміст яких має виключно прагматичну природу, в рамках прагматики, а потім і конотації [8, с. 5]. Прагматичні фразеологізми – це насамперед прагматично закріплені вирази усного та писемного мовлення, що трапляються в повторюваних ситуаціях спілкування в одній і тій самій або дещо зміненій формі й у такий спосіб набувають різноманітних прагматичних функцій, тобто використовуються для виконання різноманітних мовленнєвих актів і метакомунікативних функцій [28, с. 10].

Існує велика кількість варіативних функцій ФО, які досліджуються різними авторами. Висловлюється думка, що найважливішою функцією ФО є «створення емоційної, експресивної виразності, що посилює аргументацію, переконання» [7, с. 17]. З-поміж багатьох функцій ФО в тексті німецькі вчені [25, с. 51–52] називають наступні: 1. Фразеологізми можуть вказувати на емоційно забарвлену точку зору відправника інформації стосовно змісту повідомлення і вживаються як ефективний стилістичний засіб передачі емоційної оцінки (позитивної або негативної) в тексті. 2. Різноманітні модифікації фразеологізмів створюють основу для мовної гри, яка може слугувати для сатири, іронії, гумору, комічного ефекту та насмішки.

Не завжди вдається зробити чіткий опис та визначити конкретні функції фразеологізмів у тексті. Функція, яку виконує ФО, залежить не лише від типу тексту або комунікативної ситуації, а й від стилістичного забарвлення (насмішка, іронія, сарказм тощо) окремої ФО. В. Фляйшер визначає прагматичні потенції фразеологізмів як «специфічні можливості впливу для підтримання інтенції відправника» [22, с. 221]. Німецькі

дослідники фразеології вказують на той факт, «що поряд з рутинними формулами фразеологізми – перш за все оцінно виразні – можуть бути описані стосовно функцій, які вони виконують, лише за допомогою прагматичних категорій» [18, с. 423].

Аналізуючи художні і публіцистичні тексти німецької мови, Л. Ковбасюк називає шість прагматичних функцій одиниць вторинної номінації: 1) експресивну функцію, 2) функцію привернення уваги, 3) функцію утримування уваги, 4) емотивну функцію, 5) оцінну функцію й 6) функцію впливу [6, с. 12]. До найважливіших прагматичних функцій фразеологічних модифікацій, на думку С. Пташник, слід віднести: 1) заохочення читача; 2) фокусування його уваги; 3) неоднозначність формулювання (завуальювання); 4) вираження авторської оцінки; 5) прагматичний ефект несподіванки; 6) викликання метамовних рефлексій у читача [13, с. 12].

Фразеологічні деривати є рівноправними конституентами структури і семантики тексту, в них виражено не просто ставлення автора до даного конкретного факту, події або об'єкту, але й, що особливо важливо, його експресивно-номінативний задум з оцінним судженням, в якому відображається та чи інша «пристрасть суб'єкта до світу», а також виконується функція впливу, що безпосередньо пов'язана з прагматикою мовлення [2, с. 368]. Вирази, які містять відфраземний дериват, сприймаються як щось нове, несподіване, і цим насамперед пояснюється прагматичний потенціал модифікацій. Будучи експресивними одиницями мовлення, такі деривати мають здатність викликати інтерес читача, фокусувати його увагу. З іншого боку, вони можуть «завуальювати» інформацію і дозволяють журналісту надати виразу певної нечіткості, неоднозначності, заохочуючи читача до власних висновків та інтерпретацій [10, с. 129].

Акцентуючи увагу на функціях, які є значимими для нашого дослідження, у якості різновидів прагматичної функції визначаємо **емотивну** функцію, оцінну (позит., негат.), експресивну або експресивно-образну, функцію **привернення уваги**. Оскільки окремі ФО в тексті можуть виконувати одночасно різні функції, то у такий спосіб відбувається поєднання, «накладання» прагматичних функцій одна на одну, наприклад: емотивна + оцінна, експресивна + оцінна, експресивна + емотивна, привернення уваги + експресивна / емотивна тощо.

Для характеристики **емотивної функції**, яка здатна викликати певні емоції у адресата, спрог-

нозувати його / її ймовірне емоційне реагування на ту чи іншу інформацію, а також сформувати емоційне ставлення адресата до об'єктів реальної дійсності, слугує заголовок статті у загальнонаціональній щоденній газеті Tageszeitung junge Welt “*Schlechter Rat ist teuer*” [31] – вихідний фразеологізм *Guter Rat ist teuer*: “*eine sehr schwierige Situation*” [21, с. 1216]. Фразеологічний дериват, виражений емосемами ‘несхвалення’, ‘осуду’, висловлює негативні емоції автора статті, який має сумніви відносно професійності федерального міністра транспорту Андреаса Шойєра, якого звинувачують у Німеччині у невдалому запровадженні «плати за проїзд для іноземців», що може коштувати платникам податків понад півмільярда євро.

Фразеологічні деривати як і їхні вихідні форми здатні виконувати окрім емотивної також **функцію експресії** для того, щоб оживити виклад, зацікавити читача, дати матеріалу чуттєвий заряд. Експресивна функція розглядається деякими дослідниками як призначення одиниць вторинної номінації для впливу на психічний стан, поведінку адресата шляхом акцентування їхньої образності, інтенсивності, новизни, незвичайності для сприйняття [6, с. 12]. Наведемо конкретний приклад: “*Es kommt inzwischen auf jede Stelle nach dem Komma an, weil Politiker immer mehr, immer genauer rechnen lassen. Wir haben aufgerüstet*”, *sagt Philippi. “Aufgerüstet, um mit dem wachsenden Steuerstaat Deutschland Schritt halten zu können. Ohne Computertechnik wäre das alles gar nicht mehr zu schaffen”*. Фразеологічний дериват, побудований шляхом вклинювання словосполучення *dem wachsenden Steuerstaat Deutschland* до структури ФО *mit j-m. / etw. Schritt halten* («іти в ногу з ким-н., чим-н.; устигати за ким-н.») [11, т. 2, с. 175], у межах контексту цього повідомлення в газеті Spiegel [35] має іронічне і саркастичне забарвлення, виконуючи функцію експресії. Автор статті дотепно фокусує увагу читача на тому, що економістам бракує власне більше комп'ютерів і техніки, щоб вони краще могли порахувати наслідки податкової реформи.

Оцінна функція полягає в тому, що функціонування ФО у модифікованому (трансформованому) вигляді сприяє зміні або появі додаткового оцінного компонента в семантиці ФО, збільшенню ступеня інтенсифікації оцінки, раніше закріпленої за одиницею. У онлайн статті добре відомого німецького видавництва для підприємців та заможних інвесторів, що базується в Берліні, FUCHS-Newsletter “*Der Scholz im Schafspelz*” [33]

йдеться про недостатню довіру до Олафа Шольца як одного з кандидатів на посаду канцлера Німеччини. Головний редактор Ральф Вільхабер вважає Олафа Шольца підставною особою лівого уряду. Заміна автором лексеми *Wolf* прізвищем *Scholz* у складі ФО *die Wolf im Schafspelz* (“*sich harmlos geben, freundlich tun, aber dabei böse Ansichten hegen u. sehr gefährlich sein*”) [21, с. 1753] призводить до сприйняття власного імені в переносному значенні з яскраво вираженою негативною оцінкою. Похідний фразеологізм не лише демонструє інтенсифікацію емотивності, але й виконує оцінну функцію.

На відміну від літературного тексту фразеологізми публіцистичного стилю мають особливу прагматичну маркованість. Комунікативні функції визначаються комунікативною умовою. Так, наприклад, функція спрямованості на здобувача інформації має, на наш погляд, безпосередній зв'язок з **емотивно-оцінною функцією**, що можна продемонструвати на наступному прикладі: “*Das darf nicht dem Rotstift zum Opfer fallen*” [34]. У статті газети Rhein-Neckar-Zeitung мова йде про суперечку щодо генерального плану Нойенгаймер-Фельд у Гайдельберзі. У критичному зауваженні окрім прояву лаконічного погляду на відповідну проблему, яка виникла через дискусію в комітеті з питань розвитку міста і транспорту, автор статті за допомогою модифікованого фразеологізму *dem Rotstift zum Opfer fallen* – “*eingespart werden, aus Geldmangel gestrichen werden*” (вихідна форма: *j-m, einer Sache (D) zum Opfer fallen* [21, с. 1102] – досл. «впасти жертвою когось, чогось») намагається висловити своє негативне ставлення до цієї ситуації. Цим самим автор привертає увагу читача і спонукає його до подальшого прочитання статті. Наведений приклад демонструє поєднання двох прагматичних функцій: **функцію привернення уваги** і емотивну функцію.

Вирази, які містять фразеологічні модифікації, сприймаються як щось нове, несподіване, і цим насамперед пояснюється прагматичний потенціал модифікацій. Як експресивні одиниці мовлення фразеологічні модифікації мають здатність викликати інтерес читача, сфокусувати його увагу. Зміна базового фразеологізму сприймається читачем «як натяк на знайомий вираз, а неочікувана форма вражає його та спонукає до участі в мовній грі» [13, с. 12]. Значним прагматичним потенціалом наділені заголовки газетних статей та On-line публікацій. Заголовки виконують низку функцій, що мають прагматичне спрямування, тобто вони виражають авторські оцінки та ставлення до

висловлення й передбачають відповідну реакцію на це читача [17, с. 72]. Газетний заголовок розглядають як комунікативну одиницю, яка коротко інформує читача про зміст газети, її значення, характер і гостроту подій, представлених на сторінках газети. До важливих функцій, які заголовок виконує у тексті відносять наступні: функцію композиційності; функцію інформування; функцію атрактивності [4].

У ролі заголовків активно використовуються фразеологізми, які з точки зору їхньої злитності є фразеологічними виразами – прислів'я, приказки, крилаті вирази, афоризми тощо [14, с. 211]. Заголовковому фразеологізму властива інформативно-експресивна, сигналізуюча функція, для повтореного в тексті – інформативно-експресивна, емотивно-оцінна /тексти преси/, експресивно-естетична /тексти художньої літератури/ [15, с. 277].

В епоху цифрової трансформації онлайн-видання та медіа стають дедалі популярнішими. Більшість газетних видань і журналів дублюють свої статті в Інтернеті, таким чином збільшуючи кількість читачів. В On-line публікації “*So kommen wir alle auf einen grünen Zweig*” у журналі Ahoi – Das Stadtmagazin für Leipzig und Region [30] йдеться про премію “eku Future Prize”. Міністерство енергетики, захисту клімату, навколишнього середовища та сільського господарства Саксонії (SMEKUL) заохочує проєктні ідеї та концепції, які супроводжують рух до сталого, дружнього клімату суспільства та об'єднують людей. У наведеному заголовку реалізовано різні прагматичні функції. Заміна заперечного займенника *keinen* на визначений артикль *den* спричинила зміну значення вихідного фразеологізму і модифікацію негативної емотивної оцінки на позитивну. На відміну від твірної ФО *auf keinen grünen Zweig kommen* – (ugs.) “*keinen Erfolg, kein Glück haben, es zu nichts bringen*” [21, с. 1811] похідний вираз *auf einen grünen Zweig kommen* тлумачиться як “*Erfolg haben; viel erreichen*” [32], тобто «досягти успіху; багато чого досягти». Вхідження модифікованого фразеологізму до складу заголовку уможливило здійснення рекламної і емоційно-експресивної функцій.

З бажанням зробити заголовок більш яскравим, привабливим пов'язане вживання в ньому фразеологічних зворотів у трансформованому вигляді. Зміни фразеологізмів дозволяють журналістам уникати штампів, тому що у цих випадках фразеологія отримує, крім властивостей, закладених у ньому самому, нові експресивні властивості

[14, с. 211]. У цьому контексті варто зазначити, що у процесі ознайомлення з текстом заголовків, у складі якого міститься модифікований фразеологізм, не лише суттєво впливає на потенційних читачів та їхній вибір статті, а й відіграє особливу роль у формуванні емоційного впливу на читача.

Висновки і пропозиції. Функціональна роль ФО подібна до тої, яка притаманна слову, але у вживанні фразеологізмів переважає емотивна, експресивно-стилістична функція. Прагматичний аспект фразеологічних дериватів як і всіх інших мовних

засобів пов'язаний із прагненням суб'єкта мовлення реалізувати свої комунікативні інтенції і комунікативні потреби. Особливий прагматичний потенціал похідних фразеологічних одиниць полягає у додаткових конотаціях, у вираженні авторської оцінки стосовно змісту повідомлення чи предмету статті тощо. Перспектива подальшого дослідження полягає у порівняльній характеристиці структури, модифікаційних ознак емотивного компонента значення фразеологічних дериватів та відфраземних, дефразеологічних одиниць німецької мови.

Список літератури:

1. Артемова Л. В. Оцінно-емотивна домінанта експресивності сучасних іспанських аналітичних статей (на матеріалі періодичних видань "El Pais", "El Mundo", «ABC»): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ: нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2006. 19 с.
2. Денисенко С. Н., Хлівний В. А. Національно-культурна своєрідність фразеологізмів з погляду взаємозв'язку мови і культури. *Язык и культура*: II межд. научн. конференция. Доклады. Киев: Библ. журнала Collegium, 1993. С. 42-48.
3. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. X, 920 с. URL: <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789.pdf>
4. Зайцева В. В. Функции газетных заголовков. *Франція та Україна: науково-практичний досвід у контексті діалогу національних культур*: матеріали IX міжнародної конференції. Дніпропетровськ, 2003. С.134-139.
5. Ионова С. В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 1998. 19 с.
6. Ковбасюк Л. А. Семантичний та функціональний аспекти одиниць вторинної номінації з компонентом «кольороназва» в сучасній німецькій мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2004. 20 с.
7. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2002. 20 с.
8. Крисенко Т. В. Фразеологічні одиниці зі значенням говоріння в прагматичному аспекті (на матеріалі сучасної російської мови): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02. Харків, 2002. 17 с.
9. Кузенко Г. М. Емоціональні висловлювання як об'єкт наукових досліджень. *Стан та перспективи розвитку новітніх науково-освітніх комп'ютерних технологій*: матеріали науково-практичної конференції. Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2003. С. 110–118.
10. Кучеренко І. В. Структурно-семантичні, когнітивні та комунікативні особливості функціонування відфраземних дериватів у публіцистичному дискурсі німецької мови. *Одеський лінгвістичний вісник. Науково-практичний журнал Спецвипуск*. Том 1 № 9. 2017. С. 126–130.
11. Німецько-український фразеологічний словник / уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. Т. 1. Київ, 1981. 416 с.; Т.2. Київ, 1981. 382 с.
12. Попова, О. В. Емотивність як складова конотативної структури слова. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія Філологічна: збірник наукових праць, 2010. № 14. С. 110–115.
13. Пташник С. Б. Структурно-семантичні особливості фразеологічних модифікацій та їхні функції в німецькому газетному тексті: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2003. 18 с.
14. Чепурна З. В. Функціональне навантаження живої ідіоми у газетних заголовках. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна»: збірник наукових праць. Острого: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2016. Вип. 63. С. 210–212.
15. Школяренко В. І. Динаміка розвитку фразеологічної системи німецької мови 19-20 століття: монографія. Суми: СумДПУ, 2003. 324 с.
16. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: монография. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
17. Юлдашева Л. П. Функции заголовков. *Web of Scholar*. 2018. Том 5, вип. 2. С. 70–74. URL: <https://www.academia.edu/3781494592>
18. Beckman S. & P. R. König. Pragmatische Phraseologismen. In: Cruse, D.A. et al. (Hrsg.). *Lexikologie*. Bd. 1. Berlin, New York. S. 421–428.
19. Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 2. überarbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2003. 214 S.

20. Dobrovol'skij D. Zur Dialektik des Begriffs der Textbildenden Potenzen von Phraseologismen. *Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung*. Heft 6. Band 33. Berlin, 1980. S. 690–700.
21. Duden: in 12 Bänden / hrsg. vom Wissenschaftl. Rat der Dudenredaktion: Günther Drosdowski. Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 1989–1997. 846 S.
22. Fleischer W. Zur Pragmatischen Potenz der Phraseologismen. *Linguistische Studien, Reihe A, Arbeitsberichte* 80. In: Sprachhandlung, Satz und Text. Berlin (Akademie-Verlag), 1981. S. 76–88.
23. Janney R.W. & Amdt H. Intercultural Tact Versus Intercultural Tact. *Politeness in Language*, 1992. Pp. 21–42.
24. Kühn P. Pragmatische Phraseologie: Konsequenzen für die Phraseographie und Phraseodidaktik. In: Sandig, B. (Hrsg.), 1994. S. 411–428.
25. Malá J. Einführung in die deutsche Stilistik. Vyd. 2. rozš. Brno : Masarykova univerzita, 2003. 155 S.
26. Mashchenko A. A. Einfluss der Expansion auf das Funktionieren der Phraseologismen in Werbetexten. *Львівський філологічний часопис*. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. № 10, 2021, С. 84–90.
27. Miller D. Emotionalität und Wertung im Diskurs: eine kontrastive Analyse deutscher und polnischer Presstexte zum EU-Beitritt Polens. Frankfurt, M. : Lang-Ed, 2014. 292 S.
28. Ruusila A. Pragmatische Phraseologismen und ihre Lexikografische Darstellung. Am Beispiel eines Mehrsprachigen Elektronischen Spezialwörterbuches für Übersetzer. *Neuphilologische Mitteilungen*. Published By: Modern Language Society. 2015. Vol. 116. № 2. S. 485–488.
29. Wotjak B. Verbale Phraseolexeme in System und Text. Tübingen: Niemeyer, 1992. 202 S.
30. Ahoi. Das Stadtmagazin für Leipzig und Region. URL: <https://ahoi-leipzig.de/artikel/so-kommen-wir-alle-auf-einen-gruenen-zweig-219/>
31. Tageszeitung junge Welt. URL: <https://www.jungewelt.de/beraterhonorare>
32. DWDS. Digital Wörterbuch der Deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de/>
33. Fuchsbriefe Verlag. URL: <https://www.fuchsbriefe.de/>
34. Rhein-Neckar-Zeitung. URL: <https://www.rnz.de/region/arid,523066.html>
35. Spiegel. URL: <http://www.spiegel.de/>

Potenko L. O., Tupikova T. V., Lesnevskaya K. V. FUNCTIONAL AND PRAGMATIC ASPECT OF GERMAN PHRASEOLOGICAL DERIVATIVES

The main purpose of this article is to study phraseological derivation in the aspect of its inclusion in the general textual derivation. Special attention has been focused on the characteristic of the category of emotivity in the text as an invariant of real life situations in which the subject manifests his or her feelings and emotions. The special pragmatic potential of the studied units lies in additional connotations, in the expression of the author's evaluation in relation to the content of the message or the subject of the article etc. The analysis carried out allowed us to distinguish the following varieties of pragmatic function of phraseological units: emotive function, evaluative function (positive, negative), expressive function and attention-grabbing function. In the proposed work, the text-forming potencies of phraseological units are understood as their structural-semantic properties that are relevant to the text. The relevance of the problems of our research is due to the importance of revealing the functional nature of the derivative as a unit of the phrase-formation system. Determining the role of phraseological derivatives in the process of text formation allows us to argue that the study of text-forming potentials, which is based only on the analysis of texts, cannot be sufficient and exhaustive. In the context of our study, the text-forming potencies should be studied based on the essence of phraseological units as special signs of secondary nomination and derived phraseological units as signs of tertiary nomination, and not only from the study of the implementation of these potencies. The results of scientific research allow us to argue that the text has the ability to carry additional emotive information not through increasing the message, but due to the special semantic and emotional load of its constituent units and their organization. Such units include phraseological derivatives of emotive semantics, which are endowed in the publicist text with additional meanings or shades of derivative meanings.

Key words: phraseological derivative, category of emotionality, text formation, pragmatics.