

Основні проблеми фразеології та поняття мотивації фразеологізмів у сучасній німецькій мові

Анна Кузьменко
Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького
Черкаси, Україна

Анотація. Фразеологія – розділ науки про мову, що вивчає сукупність фразеологічних зворотів тієї чи іншої мови. Зважаючи на те, що багато мовознавців досліджують фразеологію, існують розбіжності у думках щодо визначення фразеологізму, обсягу та предмета фразеології. Сучасні дослідження у рамках фразеології характеризуються і новим напрямом – аналізується психоментальне підґрунтя вибору зовнішньої форми виразу з огляду на культуру народу, етносвідомість та їхню еволюцію. Постала проблема мотивації фразеологізмів, чим займається когнітивна ономазіологія. Завдання дослідження – порівняти та проаналізувати ідеї дослідників та наблизитися таким чином до вирішення основних проблем фразеології та охарактеризувати поняття мотивації фразеологізмів в аспекті сучасної німецької мови, оскільки ця проблема ще не була ґрунтовно досліджена. При написанні статті використовувались описовий, порівняльний метод, метод узагальнення.

Ключові слова: фразеологія, фразеологізм, мотивація фразеологізмів, німецька мова

The Main Problems of Phraseology and the Concept of the Motivation of Phraseological Units in the Modern German Language

Anna Kuzmenko
The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy
Cherkasy, Ukraine

Abstract. Phraseology is a branch of linguistics, which studies a set of phraseological units of a particular language. Despite the fact that many linguists study phraseology, there are divergences in their views on the definition of phraseology, its scope and subject. Modern researches within the framework of phraseology are characterized by a new direction – they analyze the psychological basis of choosing the expression's external form in view of people's culture, ethno-consciousness and their evolution. There appeared a problem of the motivation of phraseological units, studied in the context of cognitive onomasiology. The task of this paper is to compare and analyze the ideas of researchers, thus come closer to solving the main problems of phraseology, and describe the concept of the motivation of phraseological units in the context of the modern German language, since this issue has not yet been thoroughly investigated. The study uses descriptive, comparative and generalization methods.

Key words: phraseology, phraseological unit, motivation of phraseological units, German language

Вступ

Уперше термін «фразеологія» для позначення вчення про звороти вжив Ш. Баллі (Bally, 1921). До 30-их років ХХ століття фразеології приділяли увагу лише при дослідженні семантики, синтаксису, словотвору. Окремими питаннями фразеології займалися О. Есперсен (1922), Г. Пауль (1886), О. О. Потебня (1993), Ф. де Соссюр

(1972) та інші. Використовуючи досягнення попередників (у першу чергу Ш. Баллі), питання про фразеологію як лінгвістичну дисципліну поставив В. В. Виноградов, праці якого стали основоположними і сприяли особливо активному дослідженню проблем фразеології в радянській (у тому числі українській) лінгвістиці, досягнення якої в цій галузі не викликають сумніву (Виноградов, 1977).

До 60-х років ХХ століття уже були висловлені ті ідеї, котрі пов'язують з плеядою послідовників В. В. Виноградова, яка представлена фразеологічними концепціями таких видатних вчених як В. Л. Архангельський (1964), О. В. Кунін (1972), О. І. Смирницький (1952), І. І. Чернишова (1970) та інші; вийшла у світ збірка «Проблеми фразеології» (1964), а в 1967 р. був опублікований «Фразеологічний словник російської мови» під редакцією О. І. Молоткова (Телія, 1996: 12).

Перші кроки в дослідженні національних європейських мов були здійснені лексикографами. Уже в XVI-XVIII століттях виходять перші збірки прислів'їв, приказок, крилатих слів німецькою і латинською мовами. Незважаючи на те, що їх кількість постійно зростає, ґрунтовне вивчення теорії фразеології почалося лише з кінця ХІХ століття.

Оскільки думки дослідників з приводу визначення фразеологізму та обсягу фразеології розбігаються, необхідно порівняти та проаналізувати ідеї провідних фразеологів, щоб приблизитися до вирішення цієї проблеми.

Останнім часом фразеологічна номінація отримала новий дослідницький вектор – аналіз та моделювання психоментального підґрунтя вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з огляду на культуру народу, структуру етносвідомості та їхню еволюцію (Селіванова, 2004: 16), що обумовлює необхідність транспонування у фразеологічні студії традиційно словотвірного поняття мотивації за умови його перегляду в когнітивно-ономасіологічному аспекті (Селіванова, 2004: 17).

Поняття мотивації фразеологізмів не було ще ґрунтовно досліджено, тому виникає необхідність звернути увагу на цю проблему.

Отже, метою дослідження є розкриття проблеми визначення фразеологізму та обсягу фразеології, а також дослідження поняття мотивації фразеологізмів.

Огляд літератури

Існування великої кількості робіт, присвячених фразеології, значно полегшує здійснення пошуку в межах питання про предмет фразеології. Не можна залишити поза увагою сам термін «фразеологізм», оскільки він, по-перше, є предметом фразеології як науки, а, по-друге, – об'єктом нашого дослідження. Різні лінгвісти вживають різноманітні терміни (фразеологічна одиниця, фразеологізм, ідіома, фразеологічний зворот, стійке словосполучення та ін.) для позначення одного і того ж поняття. Як правило, поняття «фразеологічна одиниця» та «фразеологізм» ототожнюються. Інші терміни можуть відізнатися. В межах стійких зворотів О. І. Смирницький, наприклад, розрізняє фразеологічні одиниці (стилістично нейтральні звороти, які позбавлені метафоричності або ж втратили її) та ідіоми (які базуються на переносі значення, на метафорі) (Смирницький, 1952: 197). Н. М. Амосова виділяє фраземи та ідіоми. Вона вважає, що ідіоми характеризуються цілісним значенням, які на відміну від фразем, є одиницями постійного контексту (Амосова, 1963: 71-72). Натомість, В. В. Виноградов стверджує, що ідіоми, або фразеологічні зрощення, характеризуються семантичною неподільністю, абсолютною непохідністю значення цілого з компонентів (Виноградов, 1977: 124).

Проблемою визначення фразеологізму займалася також німецький лінгвіст Т. Шиппан. Вона розглядає фразеологізми поряд із лексемами та вважає, що це стали

вирази, які складаються із декількох слів (Шиппан, 1992). Ш. Баллі бачить суть фразеологізмів у їх семантичних особливостях, при цьому він потрапляє у певні протиріччя у визначенні відмінності між «сталими виразами без ідіоматичності» та «сталими виразами з ідіоматичністю» (Bally, 1921).

Методологія

Фразеологія є досить молодого галуззю лінгвістики, яка займається дослідженням сталих виразів певної мови. Сталі вирази – це другорядні знаки мови. Вони утворюються на основі первинних знаків мови, тобто лексем. Тому такі знаки також ще називають складними (Степанова і Чернишова, 2003: 176).

Метод вивчення фразеологічних одиниць вперше запропонувала Н. Амосова. Вона розробила контекстологічний метод вивчення фразеологізмів (Амосова, 1963, с. 20). Основні його принципи можуть бути покладені в основу будь-якого методу вивчення фразеології: вивчення фразеологізмів в умовах вживання у реченні, вивчення контекстуальної взаємодії слів, а також врахування специфіки мови. Наступний метод вивчення фразеологічних одиниць – варіаційний, який запропонував учений В. Архангельський. Його особливостями є: 1) підхід до фразеології як до системи та вивчення реальних варіацій фразеологізмів; 2) виділення значення фразеологізму як особливої лінгвістичної категорії (Архангельський, 1964: 91). Комплікативний метод дослідження фразеології розроблений С. Гаврином. Згідно з цим методом виділяють три типи сполучень слів: 1) експресивно-образні; 2) еліптичні; 3) гносеологічні (афоризми, складні терміни). Наприклад: *like father like son* – яблуко від яблуні недалеко падає. Метод фразеологічної ідентифікації був вперше запропонований у 1964 р. Цей метод оснований на різних типах фразеологічних значень, співвідношенні елементів до всієї структури, а також допомагає виділяти фразеологізми серед складних слів та словосполучень (Гаврин, 1974).

Для проведення дослідження були використані такі методи, як описовий – для опису основних ідей, які висвітлюються у дослідження відомих фразеологів; порівняльний метод – для порівняння різних точок зору вчених та визначення їхніх переваг та недоліків. Також був використаний метод узагальнення. Це процес, який дозволяє встановити загальні властивості і ознаки предметів. Узагальнення також пов'язане з абстрагуванням. Гносеологічною основою методу узагальнення можна назвати категорії загального і одиничного. Узагальнення допомагає визначити загальні ознаки фразеологізмів для відображення повної картини досліджуваної проблеми.

Основні проблеми фразеології

Однією із важливих і чи не найскладніших проблем фразеології залишається проблема визначення фразеологізму. У сучасному мовознавстві їх є чимало. Незважаючи на те, що визначення у різних авторів значною мірою різняться між собою, є тут багато й спільного: усі дослідники сходяться на думці, що фразеологізм – це особлива мовна одиниця, яка має свої ознаки. Як зауважив О. І. Молотков, – «без точного знання категоріальної сутності фразеологізмів неможливо робити висновок, по-перше, про окремість фразеологізму як одиниці мови, по-друге, про закономірності використання його в мові» (Молотков, 1977: 79).

В англо-американській лінгвістиці термін «фразеологізм» не вживається взагалі. Англійський фразеолог Л. П. Сміт використовує слово *idiom*, яке вживається в його вузькому значенні, «для визначення таких особливостей мови..., які є мовленнєвими аномаліями, що порушують або правила граматики, або закони логіки». «Оксфордський словник» подає тлумачення терміну *idiom* наступним чином: «сукупність послідовно

зв'язаних слів, які необхідно завчити як єдність, загальне значення якої важко або неможливо зрозуміти, виходячи зі змісту кожного слова» (Simpson and Weiner, 1989). У «Вебстерському словнику» дана лексема також багатозначна: *idiom* – «мова народу, країни, класу, спільноти чи рідше – особистості; структура звичайних моделей виразів мови; конструкція, вираз тощо, що має значення, відмінне від буквального, або що не відповідає звичайним моделям мови; характерне авторське вживання» (Webster's Dictionary, 1828). М. Ф. Алефіренко надає перевагу поняттю «фразема» (Алефіренко, 1987). В. М. Мокієнко під ФО розуміє «відносно стійке, відтворюване, експресивне сполучення лексем, яке має цілісне значення» (Комар, 2011: 129-130).

Німецький лінгвіст Т. Шиппан визначає фразеологізми як сталі утворення, що складаються із декількох слів (Шиппан, 1992: 40). Вони характеризуються репродуктивністю, стабільністю, лексикалізацією та ідіоматичністю. Виходячи із цього, Т. Шиппан розглядає фразеологізми поряд із лексемами.

Також, визначення фразеологізму знаходимо також у працях вітчизняних фразеологів. О. О. Селіванова пропонує наступне визначення фразеологізму: у широкому розумінні це стійкі, зв'язані єдністю не тотожного сумі значень складників змісту, словосполучки або висловлення, які постійно відтворюються в мовленні, ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, відображають культуру народу й характеризуються образністю й експресивністю (Селіванова, 2010).

О. В. Кунін дотримується думки, що фразеологізм – це стійке поєднання лексем з повністю або частково переосмисленим значенням (Кунін, 1972: 6). Під стійкістю він розуміє «постійність її складу, незмінюваність її структури, що створюється в мові в результаті її частотного вживання у даному складі та у закріпленому за нею змісті» (Кунін, 1972: 36).

Український мовознавець М. П. Кочерган вважає, що фразеологізм – це відтворювана одиниця мови з двох або більше слів, цілісна за своїм значенням і стійка за складом та структурою. Це готові сполучення слів, які не створюються в мовленні подібно до вільних словосполучень (*новий костюм, читати газети*), а відтворюються: якщо мовцеві необхідно вжити фразеологізм, то він його вилучає, як і слово, уже в готовому вигляді зі свого фразеологічного запасу, а не будує його заново. (Кочерган, 2001: 241-242).

Отже, з наведених визначень видно, що різні вчені мають «своє» розуміння ФО. Хоча, по суті, всі представлені визначення несуттєво різняться між собою, але найбільш прийнятним вважаємо і приймаємо за робоче визначення І. І. Чернишової, яка вважає, що фразеологізми – це сталі словесні комплекси різних структурних типів з одиничним зчепленням компонентів, значення яких виникає в результаті повного чи часткового семантичного перетворення компонентів (Чернишова, 1970: 29).

Для того, щоб визначити предмет фразеології, необхідно позначити його конкретні рамки. Предмет кожної галузі наукового знання впливає з характеру і властивостей її одиниць та їх взаємодії на основі певних закономірностей. Тут необхідно розглядати різні методи дослідження і критерії визначення фразеологізму. Та оскільки не існує одноставної думки з цих питань, то немає і загальновизнаного предмета фразеології. В залежності від методу чи концепції він стає вужчим чи ширшим до такої міри, що практично зникають межі між стійкими та вільними словосполученнями (Баран та Зимомря, 1999: 24).

У мовознавчій літературі останнім часом закріпилося розуміння об'єкту фразеології у «широкому» і «вузькому» розумінні слова. Саме такий підхід до об'єкту й обсягу фразеології розділив мовознавців на дві групи (Авксентьев, 1983: 13).

Представники «вузького» розуміння обсягу фразеології вважають об'єктом фразеології лише ті словосполучення, що виконують у мові номінативну функцію, яка рівнозначна слову. Вони є носіями лексичного значення (наприклад, прислів'я та приказки) та виносяться за межі фразеологічних досліджень. Прихильники теорії «вузького» розуміння обсягу фразеології звертають увагу головним чином на відмінності між зворотами типу речень і типу словосполучень і вказують на те, що їх неможливо об'єднати в одну групу лексики, тому що в такому разі змішуватимуться план мови і план мовлення (Баран та Зимомря, 1999: 24-25).

На протиположність «вузькому» розумінню обсягу фразеології, фразеологія у «широкому» розумінні цього слова вивчає усі стійкі словосполучення, а також цитати з художніх творів, лозунги і т.п., навіть окремі метафорично вжиті слова, наприклад, «заєць» у значенні «пасажир без квитка». Такий підхід має як свої переваги, так і недоліки. Однією з переваг є те, що уникаємо питання, де повинні розглядатися стійкі сполуки слів нефразеологічного типу. Недоліком можна назвати той факт, що така позиція ґрунтується на різних критеріях виділення фразеологічних одиниць. З цього випливає, що важливо визначити межу між фразеологізмами і вільними сполуками слів (Баран та Зимомря, 1999: 26).

Мовознавець Л. Г. Авксентьев не погоджується з існуванням одночасно «широкої» та «вузької» фразеологій. На його думку, фразеологічні одиниці мови можуть вивчатися у різних аспектах, але визначальними будуть ті, завдяки яким розкриватимуться основні ознаки, які роблять фразеологізм фразеологізмом. Цілком зрозуміло, що для розкриття лише диференціальних ознак, як і самої сутності фразеологізму, необхідно їх розглядати у зіставленні, порівнянні з іншими одиницями мови – словом, словосполученням, відзначаючи спільні та відмінні їх риси (Авксентьев, 1983: 14).

Натомість, В. Н. Телія відносить до базових класів фразеологізмів всі сполучення слів, для яких характерні три основні параметри: належність до номінативного складу мови, ознака повної або часткової ідіоматичності, а також властивість стійкості, в тій чи іншій мірі варіабельності, яка проявляється в абсолютній або відносній відтворюваності сполучень слів у «готовому вигляді». Таким чином, дослідниця визначає широкий об'єм фразеології як все те, що відтворюється у готовому вигляді, але не є словом. Одрозу видно, що цей критерій не структурно-семантичний, а скоріше узуальний: всі сполучення слів, які відтворюються у мовленні у відповідності з узусом вживання – фразеологізми. Іншими словами, всі стійкі сполучення слів, незалежно від їхніх характерологічних ознак, – предмет фразеології (Телія, 1996: 56, 58-59).

Поняття мотивації фразеологізмів у сучасній німецькій мові

Останнім часом фразеологічна номінація отримала новий дослідницький вектор – аналіз та моделювання психоментальної основи вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з огляду на культуру народу, структуру етносвідомості та їхню еволюцію (Селіванова, 2004: 16). Таким чином, виникає необхідність введення у дослідження фразеологізмів поняття мотивації за умови його перегляду в когнітивно-ономасіологічному аспекті (Селіванова, 2004: 17). Українська дослідниця О. О. Селіванова визначає мотивацію як «наскрізну для акту семіозису лінгвокогнітивну операцію вибору мотиватора (-ів) із фрагменту знань про позначене, яке фіксується в етносвідомості, кінцевим результатом якої є формування ономасіологічної структури похідного знака різноманітної природи» (Селіванова 2000: 158).

Коллективний досвід етносу, його свідоме та позасвідоме, яке відображається в етнічній культурі, фіксується в мові як вторинній семіотичній системі. Мова виконує

важливі функції накопичення, зберігання, обробки, трансляції інформації, а також слугує чинником культурної пам'яті народу, його самозбереження та розвитку (Селіванова, 2004: 143).

О. П. Дмитренко у своїй статті «Мотиваційні процеси та їх типи у фразеологічному фонді сучасної німецької мови» визначає мотивацію як основний, невід'ємний компонент фразеологічного значення, як асоціативно-образний зв'язок між денотативно-поняттєвою сферою мотивувального значення та денотативно-поняттєвою сферою мотивованого значення ФО (Дмитренко, 2012: 110).

Реконструкція мотиваційних процесів здійснюється шляхом когнітивно-ономасіологічного аналізу. Застосування цієї методики для аналізу фразеологічних одиниць відкриває нові ракурси проблеми механізмів фразеологізації, поглиблює уявлення про особливості інтеграції різних психічних функцій етносвідомості та колективного позасвідомого у процесі номінації (Селіванова, 2004: 18).

Когнітивно-ономасіологічний аналіз мотиваційних процесів у фразеосистемі мови передбачає два етапи: інтерпретацію ономасіологічної структури звороту та когнітивне моделювання структури знань про позначене (Селіванова, 2004: 28).

Перший етап насамперед потребує визначення номінативного статусу знака. Інтерпретація ОС простих похідних найменувань (дериватів) передбачає встановлення концептуального статусу ономасіологічної ознаки у відповідній когнітивній структурі, можливості імплікації інших складників мотиваційної бази, а також функціонального навантаження ономасіологічного базису (форманта) або механізму творення слова, специфіки його граматичного, акцентологічного оформлення. При інтерпретації ОС композитів важливим також є визначення когнітивного зв'язку між мотиваторами, ономасіологічними ознаками й базисом. Інтерпретація ОС складених найменувань, у тому числі фразеологізмів, стійких терміносполук, потребує з'ясування когнітивного та граматичного зв'язків складників позначення й формально-семантичної моделі його творення (Селіванова, 2008: 3).

На другому етапі здійснюється моделювання структури знань про позначене у вигляді ментально-психонетичного комплексу (далі – МПК). Ядром МПК є пропозиційні структури – мисленнєві аналоги ситуацій, що характеризуються відносною об'єктивністю, внутрішньою несуперечливістю й позначаються мовними одиницями у прямих значеннях (Селіванова, 2008). Кваліфікація пропозицій як ядра МПК виходить з експериментального доведення дослідниками пам'яті того факту, що «довготривала пам'ять людини є великою сіткою взаємно перехрещених пропозиційних дерев, кожне з яких містить певний набір вузлів пам'яті з численними зв'язками» (Кубрякова та ін., 1997: 134). Дж. Лакофф наголошував на тому, що «більша частина структури нашого знання має форму пропозиційних моделей, а їхньою особливістю є те, що вони виділяють елементи, надають їм характеристики та вказують на зв'язки між ними» (Лакофф, 1980: 31).

Інтерпретація ономасіологічної структури фразеологізмів передбачає встановлення семантики ономасіологічних ознак, їхньої проекції на значення стійкого звороту, а також ономасіологічного базису як смислового та формального синтаксичного зв'язку компонентів з урахуванням семантичної та граматичної домінант стійкого словосполучення (Селіванова, 2012: 174).

Когнітивне моделювання структури знань про позначене здійснюється на основі моделі МПК, яка відображає інформаційну структуру свідомості як холістичного психофункціонального континууму поєднання пізнавальних функцій відчуттів, почуттів, мислення, інтуїції та трансценденції й колективного позасвідомого (Селіванова, 2010: 482). МПК інтегрує пропозиційну інформацію з асоціативно-

метафоричною, яка міститься в асоціативно-термінальному компоненті моделі й базується на знаковій переінтерпретації знань однієї сфери в термінах інших предметних сфер, на образному компоненті, а також із модусом – оцінно-емотивним компонентом і концептуальним планом як прагматичним компонентом, який контролює відповідність концептуальної інформації умовам номінативного акту (Селіванова, 2010: 483).

Вибір структури МПК зумовлений, по-перше, конекційною природою знань, головним принципом використання яких є активація як збудження певної ділянки нейронів кори головного мозку в когнітивних процесах; по-друге, відмовою від абсолютизації мислення як єдиного пізнавального механізму людини. По-третє, МПК має синергетичну системну природу, організований шляхом взаємної детермінованості різних функціональних модулів свідомості й інтегрований зі знаковими, граматичними, прагматичними ресурсами природної мови, що сприяють переведенню інформації різних типів у мовний формат (Селіванова: 2008).

Залежно від статусу фрагмента МПК, який обирається мотиваційною базою фразеологізму, ми виокремлюємо пропозиційний, асоціативно-метафоричний, модусний, інтеграційно-порівняльний та змішаний типи мотивації фразеологізмів у німецькій мові.

Найменш представленим у фразеологічному масиві німецької мови є пропозиційний тип. Причиною цьому є образно-метафорична природа фразем, їхня емотивність та експресивність, прагматична установка на особливу виразність (Селіванова, 2012: 175): *ein seltsamer Vogel* – розм. дивак, чудна людина.

На відміну від пропозиційного типу, асоціативно-метафорична мотивація представляє собою метафоричний механізм вживання знаків однієї предметної області (домена), донорської зони для позначення іншої, реципієнтної зони (Лакофф: 1980, 5): *eine schreckliche Pfote haben* – розм. писати як курка лапою; *wie ein Spatz essen* – їсти як пташеня; *giftig wie eine Spinne* – злий як гадюка. Асоціативно-метафорична мотивація фразеологізмів використовує асоціативні стереотипи тваринного світу разом із метафоризацією другого компонента. У таких випадках використовуються стереотипи ознак або дій тварин, що інтерпретуються як ознаки чи дії людини (Селіванова, 2004: с. 149-150).

Модусний тип мотивації характеризується використанням оцінно-емотивних показників мотиваторів фразеологізмів на позначення оцінності та емотивності як конотативного потенціалу готового знака (Селіванова, 2004: 55). Негативний модус концепту «собака» є мотивуючим у фраземі *ein schlapper Hund* – през. мокра курка, тютя. Навпаки, кінь – завжди перший помічник людини – сприймається позитивно: *das beste Pferd im Stall* – розм. найкращий працівник.

Представлення в ономазіологічній структурі номінативних одиниць різних фрагментів МПК є ознакою змішаного типу мотивації, що найбільш поширений у фразеосистемі німецької мови, оскільки використання пропозиційних знань полегшує стереотипізацію і декодування фразеологізмів, а метафоричні асоціації надають зворотам експресивності й особливої образності (Селіванова, 2004: 62): *eine Gänsehaut bekommen* – *вкриватися гусячою шкірою*; *j-m die Hammelbein gradeziehen* – *скрутити в баранячий ріг кого-н.*

Висновки

Сучасна фразеологія займається вирішенням ряду проблем, думки щодо яких у різних вчених відрізняються. Однією із найважливіших проблем залишається проблема визначення фразеологізму. Проте, всі дослідники сходяться на думці, що фразеологізм

– це особлива мовна одиниця, яка має свої ознаки. Щодо визначення фразеологізму, то ми погоджуємося з визначенням І. І. Чернишової.

Ще однією з проблем є визначення обсягу фразеології. Тут мовознавці діляться на представників «широкого» та «вузького» розуміння рамок фразеології. Представники «вузького» розуміння відносять до фразеологізмів лише ті словосполучення, що виконують у мові номінативну функцію, яка рівнозначна слову. На противагу їм, представники «широкого» розуміння досліджують у рамках фразеології не тільки усі стійкі словосполучення, а й художні цитати, лозунги та навіть окремі метафорично вжиті слова.

Останнім часом дослідження фразеологія отримала новий напрям дослідження, а саме аналіз мотиваційних процесів. При цьому виникає необхідність введення у дослідження фразеологізмів поняття мотивації за умови його перегляду в когнітивно-ономасіологічному аспекті.

Реконструкція мотиваційних процесів здійснюється шляхом когнітивно-ономасіологічного аналізу, який передбачає два етапи: інтерпретацію ономасіологічної структури звороту та когнітивне моделювання структури знань про позначене. На першому етапі визначається номінативний статус знака. На другому етапі здійснюється моделювання структури знань про позначене у вигляді МПК. Виокремлюють декілька типів мотивації залежно від статусу фрагмента МПК, такі як пропозиційний, асоціативно-метафоричний, модусний, інтеграційно-порівняльний та змішаний типи мотивації фразеологізмів у німецькій мові.

Мотиваційні процеси реконструюються за допомогою когнітивно-ономасіологічного аналізу. Ця методика дозволяє проаналізувати фразеологічні одиниці, що відкриває новий погляд на проблеми механізмів фразеологізації, поглиблює уявлення про особливості інтеграції різних психічних функцій етносвідомості та колективного позасвідомого у процесі номінації.

Дослідження мотивації значення фразеологічних одиниць дає підстави стверджувати, що мотивація є одним із головних компонентів цілісного фразеологічного значення – вона мотивує, розкриває та формує його. Розкриття мотивації дає глибокі знання про картину світу та характерний стиль світосприйняття певної лінгвокультурної спільноти в різні періоди її існування.

Список використаних джерел

- Bally, Ch. (1921). *Traité de stylistique française* (2e éd.). Heidelberg: Carl Winter's Universitätsbuchhandlung.
- De Saussure, F. (1972). *Cours de linguistique générale*. T. de Mauro (Ed.). Paris: Payot.
- Jespersen, O. (1922). *Language: its nature, development and origin*. London: G. Allen and Unwin Ltd.
- Lakoff, G. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Simpson, J. & Weiner, E. (Eds.). (1989). *Oxford English Dictionary* (2nd ed.). Wotton: Clarendon Press.
- Paul, H. (1886). *Prinzipien der Sprachgeschichte*. Tübingen: Niemeyer.
- Schippan, T. (1992). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Webster, N. (1828). *An American dictionary of the English language*. New York: Rulon-Miller Books.
- Авксентьев, Л. Г. (1983). *Сучасна українська мова: фразеологія*. Харків: Вища школа.
- Алефіренко, М. Ф. (1987). *Теоретичні питання фразеології*. Харків: Вища школа.

- Амосова, Н. Н. (1963). *Основы английской фразеологии*. Ленинград: Издательство Ленинградского университета.
- Архангельский, В. Л. (1964). *Устойчивые фразы в современном русском языке*. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета.
- Баран, Я. А. & Зимомря, М. І. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. Ужгород: Ужгородський державний університет.
- Виноградов, В. В. (1977). *Лексикология и лексикография*. Москва: Наука.
- Гаврин, С. Г. (1974). *Фразеология современного русского языка*. Пермь: Пермский гос. ун-т.
- Дмитренко, О. П. (2012). Мотиваційні процеси та їх типи у фразеологічному фонді сучасної німецької мови (на матеріалі фразеологічних одиниць соціально-економічної сфери). *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя: Філологічні науки*, 109-114.
- Комар, Л. (2011). Фразеологія як наука та її предмет дослідження. *Молодь і ринок*, 3(74), 129-130.
- Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства: підр. для студ. вищ. навч. закладів*. Київ: Академія.
- Кубрякова, Е. С., Демьянков, В. З., Панкрац, Ю. Г. & Лузина, Л. Г. (1997). *Краткий словарь когнитивных терминов*. Москва: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова.
- Кунин, А. В. (1972). *Фразеология современного английского языка*. Москва: Международные отношения.
- Молотков, А. И. (1977). *Основы фразеологии русского языка*. Ленинград: Наука.
- Потебня, А. А. (1993). *Мысль и язык*. Киев: СИНТО.
- Селиванова, Е.А. (2000). *Когнитивная ономазиология*. Монография. Киев: Фитосоциоцентр.
- Селіванова, О. О. (2010). *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава: Дозвілля-К.
- Селіванова, О. О. (2012). *Когнітивна концепція словотворчої мотивації* [Електронний ресурс]: http://selivanova.net/downloads/Cognityvna%20concepacia%20slovotvor_motyvacyi.doc
- Селіванова, О. О. (2012). *Світ свідомості в мові: Монографічне видання*. Черкаси: Ю. Чабаненко.
- Смирницкий, А. И. (1952). *К вопросу о слове (проблема отдельности слова)*. Сб. «Вопросы теории и истории языка». Москва: Изд. АН СССР.
- Степанова, М. Д. & Чернишева, И. И. (2003). *Лексикология современного немецкого языка: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений*. Москва: Академия.
- Телия, В. Н. (1996). *Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты*. Москва: Школа «Языки русской культуры».
- Чернышева, И. И. (1970). *Фразеология современного немецкого языка*. Москва: Высшая школа.