

**І. А. Коломийська,**

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

## ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ФЕМІННОМУ МОВЛЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ СТАТЕЙ ЩОТИЖНЕВОГО ВИДАННЯ «DIE ZEIT»)

*Розглядаються особливості вживання фразеологічних одиниць у одногендерних фемінних німецькомовних газетних статтях щотижневого видання «Die Zeit».*

*У результаті аналізу виявлено, що жінки схильні частіше вживати ФО, які відображають поняття влади та сили, а також надають перевагу субституції та експансії у процесі модифікування ФО.*

**Ключові слова:** фразеологічна одиниця, гендер, модифікація, газетна стаття.

### PECULIARITIES OF USAGE OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN ONE-GENDERED FEMALE SPEECH (BASED ON THE MATERIAL OF GERMAN NEWSPAPER ARTICLES OF WEEKLY «DIE ZEIT»)

*The article deals with gender aspect and its peculiarities in usage of phraseological units in German newspaper articles of weekly «Die Zeit». Current linguistics is characterized by intensified development of new branches (among them gender linguistics), which is connected with the change of scientific paradigm and increased attention towards a person and everything related to him/her. So that gender aspect becomes more significance not only in appreciation of processes of social functioning und development but also in analysis of language phenomena. Though gender aspect of PU was investigated by a lot of scientists but it isn't studied sufficiently. The aim of the article is to analyze the use of the PU chosen by the method of sampling procedure out of the modern German newspaper «Die Zeit» (between 2013 and 2015) by female.*

*The research is based on the analysis of quantitative characteristics of the use of PU by female, the revealing of the most frequent PU in the German newspaper «Die Zeit» used by women, the research of semantic features of the present PU and finally the characteristics of female modifications of PU in German newspaper articles.*

*The analysis revealed that female speakers tend to use PU that describe notions of power and force and prefer substitution and expansion in process of modification of PU.*

**Key words:** phraseological unit, gender, modification, newspaper article.

### ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ОДНОГЕНДЕРНОЙ ФЕМИННОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНОГО ИЗДАНИЯ «DIE ZEIT»)

*Рассматриваются особенности употребления фразеологических единиц в одногендерных феминных немецкоязычных газетных статьях еженедельного издания «Die Zeit».*

*В результате анализа выявлено, что женщины склонны чаще использовать ФЕ, которые отображают понятия власти и силы, а также предпочитают субституцию и экспансию в процессе модифицирования ФЕ.*

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, гендер, модификация, газетная статья.

У сучасній лінгвістиці спостерігається стрімкий розвиток нових напрямів, що пояснюється зміною наукової парадигми та переходом від структуралістичних до антропоцентричних принципів наукового пізнання. А гендерний аспект набуває все більшої значущості не лише в оцінці процесів суспільного функціонування та розвитку, але й в аналізі мовних явищ.

У лінгвістичний обіг термін «гендер» увійшов дещо пізніше, ніж у інші гуманітарні науки. Відмінність понять «стать» і «гендер» була запроваджена представниками Західної феміністичної думки та розуміє стать як сукупність біологічних характеристик, які протиставляються культурним характеристикам (гендеру). Щоправда, обидва поняття тісно пов'язані, а вивчення гендеру тісно переплітається з вивченням різностатеві комунікативної взаємодії та є водночас вивченням особистості. «Гендер – це свого роду міждисциплінарна інтрига, в якій переплітається низка наук про людину, про її не тільки біологічну, але й соціально та культурно зумовлену специфіку, інтригу як сукупність обставин, подій та дій, в центрі яких знаходиться людина, особистість, індивід» [7, с. 6].

Комунікативна поведінка представників різної статі розглядається крізь призму стереотипів, які відіграють регулюючу роль у суспільстві [9, с. 474] та вказують на відмінності представників однієї статі від представників іншої, що знаходить своє відображення і у мові. Так, «мова жінок» вважається відхиленням від норми (імплицитно маскулінної мови), причому це відхилення трактується негативно. Р. Лакофф вжила термін «дефіцитна модель», згідно з якою жінки зі своїми комунікативними характеристиками не могли займати владних посад та брати на себе відповідальність [9, с. 454]. Проте феміністи зазначали, що жінки не є природно слабкими, а їх мова недосконалою: їх просто соціалізували у «жіночі» типи поведінки, щоб утримувати у підвладній позиції. Проте для того, щоб жінкам самоствердитися, їм необхідно виробити альтернативну та крашу модель комунікативної поведінки [9, с. 454].

У фразеології, яка тісно пов'язана з процесами стереотипізації у суспільстві, велика увага приділяється дослідженню гендерномаркованих фразеологічних одиниць (далі ФО) [2; 4], які, власне, характеризують якості, моделі поведінки і т.п. різних гендерів. Проте питання, в чому полягають відмінності у вживанні ФО представниками різних гендерів залишається недостатньо вивченим, що і зумовило **актуальність** нашого дослідження.

**Метою** ж дослідження є аналіз особливостей вживання жінками ФО, зафіксованих в одногендерних газетних статтях (об'єкт дослідження), відібраних методом суцільної вибірки з німецькомовного щотижневого газетного видання «Die Zeit» (випуски 2013–2015 рр.) [10; 11; 12] (матеріал дослідження).

Досягнення мети можливо за умови виконання таких **завдань**:

- 1) Визначення кількісних характеристик вживання ФО представниками жіночої статі на матеріалі газетних статей.
- 2) Виявлення найчастотніших ФО серед досліджуваних.
- 3) Дослідження семантики вживаних жінками ФО.
- 4) Характеристика «жіночих» видозмін та модифікацій ФО у газетних одногендерних статтях.

У результаті дослідження виявлено, що у 140 статтях (близько 159600 слововживань) щотижневої газети «Die Zeit» за 2013-2015 рр. зафіксовано 455 окремих фразеологічних одиниць (далі ФО), вжитих 850 разів (фразеологічні вживання (далі ФВ)). Середня частота вживання жінками однієї і тієї ж ФО складає приблизно 2 рази (850 ФВ на 455 ФО). Але зрозуміло, що у досліджуваних газетних статтях спостерігається різна частота вживання окремих ФО жінками. Так, 65 ФО (14% від загальної кількості) виявилися високочастотними (напр., «auf den ersten Blick», «Lust haben», «eine Rolle spielen»), серед яких такі ФО, як «vor allem» (53 ФВ), «es geht um etw.» (43 ФВ) та «am Ende» (25 ФВ) можна віднести до

гіперчастотних, оскільки частота їх вживання більше, ніж у десять разів перевищує середню, тобто можна стверджувати, що саме ці ФО є характерними для одногендерних фемінних газетних статей. Із середньою частотністю (2 рази) вживаються 63 ФО (14%) (напр., «sich lustig machen», «etw. in Worte fassen»). Решта 327 ФО (близько 72%) мають низьку частоту вживання (напр., «in Betrieb sein», «den Weg ebnen»), тобто вживаються одноразово.

За структурно-семантичними характеристиками високочастотні ФО, вживані жінками, є переважно фразеологічними єдностями (40 ФО (62%)) (напр., «j-n, etw. in Kauf nehmen», «Wert auf etw. legen»). Значно рідше вживаються так звані мовні (рутинні) шаблони (24 ФО (37%)) (напр., «im Gegenteil», «immer wieder»). Найменше зафіксовано фразеологічних сполучень (1 ФО (2%)) (напр., «aus den richtigen Gründen», яку ми розглядаємо як модифіковану від зафіксованої у словнику «aus naheliegenden Gründen»). Нами взагалі не виявлено фразеологічних виразів. Результати є цілком очікуваними, зважаючи на специфіку німецької фразеології, де домінують у вживанні є фразеологічні єдності (відповідно до структурно-семантичної класифікації І. І. Чернишової).

Якщо ж розглянути, ФО якої тематики найчастіше вживаються жінками, то помітно, що 67% (570) ФВ належать ФО, які можна поділити на кілька умовних тематичних груп, оскільки решту 33% (280) складають ФВ фразеологічних одиниць, які не піддаються поділу на тематичні групи, на кшталт «am Ende», «vor allem», «es geht», «auf einmal» та ін., які перетворилися на рутинні шаблони, вживаються часто (див. вище) та є притаманними мові газетного тексту. Серед умовно виділених тематичних груп ФО найчисленнішою за кількістю ФВ (найуживанішою) є група, що співвідноситься з поняттями «Влада та сила» (191 ФВ (23%)) (напр., «in der Lage sein», «Einfluss haben», «j-n, etw. im Griff haben»). Наступними за чисельністю ФВ є групи, пов'язані з «Емоціями, почуттями» (120 ФВ (24%)) (напр., «einen Eindruck machen», «es tut j-m leid», «fix und fertig sein», «Розумовими процесами» (100 ФВ (12%)) (напр., «keine Ahnung haben», «nichts am Hut haben», «sich keine Gedanken machen»), «Діяльністю та рухом» (96 ФВ (11%)) (напр., «in Betrieb sein», «auf die Suche gehen», «es eilig haben»). Найменша кількість ФВ припадає на тематичну групу «Комунікація» (63 ФВ (7%)) (напр., «kein Wort verlieren», «ins Gespräch kommen», «zur Diskussion stehen»). Отже, жінки у мовленні надають перевагу ФО, що співвідносяться з поняттями сили та влади, відсуваючи у своїй комунікації стереотипно приписані їм «емоційні та чуттєві» ФО на другий щабель, що може свідчити про прагнення до комунікативно-фразеологічної рівності з представником протилежної статі, а також специфіку публіцистичного стилю.

Окрім того, зафіксовано 527 випадків (майже 62 % від усієї кількості ФВ) видозмін та модифікацій. Результати аналізу відображені в таблиці 1 (див. ТАБЛ. 1).

Таблиця 1

#### «Жіночі» видозміни та модифікації ФО у газетних одногендерних статтях

№ за/п	Тип модифікації	К-сть випадків	Найчастотніша видозміна	Приклади
1.	Субституція	256 (49%)	Зміна дієслова (121 ФВ (47%))	«unter Strafe stehen (сл.: stellen)», «zur Sache gehen (сл.: kommen)»
2.	Експансія	201 (38%)	Розширення моделі прикметником / прислівником (59 ФВ (29%))	«großes Glück haben, die politische Bühne betreten»
3.	Еліпс	68 (13%)	Опускання артикля (20 ФВ (29%))	«Entscheidung treffen (сл.: eine ...)», «auf die Suche nach etw. (сл.: gehen)»
4.	Контамінація	2 (1%)	Поєднання двох ФО	«auf einen Streich und vor aller Augen», «in Tat und Wahrheit»

Отже, як свідчать дані таблиці, найпомітнішими змінами у структурі фемінних ФВ є процеси субституції (заміни наявних компонентів іншими: синонімічними чи схожими за значенням) та експансії (розширення моделі ФВ введенням нових додаткових компонентів). При першому прийомі найчастіше замінюються дієслова, а при другому вводяться прикметники/прислівники. Значно рідше вдаються жінки у своєму мовленні до еліптичних прийомів модифікування (найчастіше опускаючи артиклі) та майже не застосовують контамінації (поєднання кількох (в даному випадку двох) ФО в одній).

Отже, результати дослідження показали, що жінки схильні до частого вживання ФО, що відображають поняття сили та влади, та надають перевагу субституції та експансії у процесі модифікування ФО, при цьому найчастіше замінюють дієслова, розширюють модель ФО прикметниками/прислівниками та опускають артиклі.

Отже, можна попередньо припустити, що існують певні особливості вживання ФО жінками-авторами та комунікантами у газетних статтях, які полягають не лише у кількісних характеристиках, але й змістових особливостях та модифікаціях.

**Перспективи** подальших досліджень вбачаємо в порівняльному аналізі особливостей вживання ФО представниками різних статей як у одно-, так і у різногендерних статтях.

#### Література:

1. Гаврись В. І. Німецько-український фразеологічний словник у 2 т. / В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – К.: Радянська школа, 1981. – 1 т. – 416 с. – 2 т. – 382 с.
2. Капак Ю. М. Актуалізація гендерного компонента семантики фразеологічних одиниць у німецькому публіцистичному тексті: дис. на зд. наук. ступеня канд. філолог. наук.: 10.02.04 / Юлія Миколаївна Капак. – Львів, 2015.
3. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты: [монографія] / А. В. Кирилина. – М., 1999. – 155 с.
4. Лозицька М. П. Особливості семантики гендерномаркованих фразеологізмів сучасної німецької мови / М. П. Лозицька // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка № 9, Ч. І. – Луганськ, Вид-во ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2013. – С. 274–279.
5. Сорокіна Л. С. Гендерні студії: здобутки та перспективи досліджень / Л. С. Сорокіна // Вісник Житомирського державного університету. – Філологічні науки. – Випуск 51. – 2010 р. – С. 220–223.
6. Спириюшкина Е. В. Проявление гендерного фактора в немецком языке (на материале публицистики): дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук.: 10.02.04 – Германские языки / Елена Владиславовна Спириюшкина. – Нижний Новгород, 2006. – 157 с.
7. Халеєва І. І. Гендер как интрига познания / И. И. Халеєва // Гендерный фактор в языке и коммуникации. – Иваново, 1999. – С. 5–9.
8. Duden: Deutsches Universalwörterbuch // hrsg. von der Dudenredaktion – 4, neu bearbeitete und erweiterte Auflage. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2001. – 1892 S.

9. Janet Holmes. The Handbook of Language and Gender // Janet Holmes, Miriam Meyerhoff. – Oxford : Blackwell Publishing, 2003. – 721 p.
10. Режим доступу : <http://www.zeit.de/2013/index>.
11. Режим доступу : <http://www.zeit.de/2014/index>.
12. Режим доступу : <http://www.zeit.de/2015/index>.