

А. М. Грималюк,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

ДО ПРОБЛЕМИ АКТУАЛЬНОСТІ ПОЗИТИВНО КОНОТАТИВНОГО АСПЕКТУ СЕМАНТИКИ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПРЕСІ ХХІ СТОЛІТТЯ

У статті вибірково проаналізовано фразеологічні одиниці сучасної німецької мови із експліцитно позитивними лексемними та імпліцитно семантичними конотаціями та їх вживання у публіцистичних текстах німецькомовної преси ХХІ ст. Визначено лексикографічну фіксацію та співставлення її із текстовою реалізацією. Описано семантику фразеологізмів з урахуванням їх емотивного, оцінного, культурно-символічного конотативного навантаження.

Ключові слова: фразеологізм, експліцитна лексемна конотація, імпліцитна семантична конотація, емотивність, оцінність.

В статье выборочно проанализированы фразеологические единицы современного немецкого языка с эксплицитно положительными лексемными и имплицитно семантическими коннотациями и их употребление в публицистических текстах немецкоязычной прессы ХХІ века. Определена лексикографическая фиксация и сопоставление ее с текстовой реализацией. Описана семантика фразеологизмов с учетом их эмотивной, оценочной, культурно-символической коннотативной нагрузки.

Ключевые слова: фразеологизм, эксплицитная лексемная коннотация, имплицитная семантическая коннотация, эмотивность, оценочность.

The article deals with the semantic peculiarities of phraseological units with positive implicit and explicit connotation in German newspaper style. The role of connotation in the meaning of phraseological units is great. Many scholars discussed this problem. V.N. Teliya determines the term «connotation» as a semantic matter that is included in the semantics of language units usually and occasionally and which expresses emotively-evaluative and stylistically marked relation of the subject of speech to the reality when it is named in the utterance.

Emotions are one of the forms of reflection and they are expressed by language means when they are reflected in the consciousness. Emotions are divided into 2 classes: positive and negative – their expression in the language may be positively or negatively emotive. Emotivity is always expressive and evaluative. Thanks to the connotation, phraseological units are able to serve as expressive means of the phraseological system of the language.

Nowadays, we live in a global age, where mass media play an important role. Phraseological units in the modern German media language are not just a decorative element, their emotive meaning in the newspaper articles not only make it more attractive, rich and emotional, but also contain an implicitly expressed evaluation, revealing the author's attitude to the reported message and create specific newspaper imagery.

In our study we investigated positively connotative aspect of semantics of some phraseological units in German press in ХХІ century. We selected four groups with positively explicit connotation, which included lexemes «gut», «Glück», «Liebe», «lachen» and one group with implicit semantic connotation. We analyzed these groups based on eight lexicographical sources; as a result we elicited a fact of explicit connotations dominance. Especially the phraseological units with concept «Glück» thanks to its high emotional weight. But the text realization, quite the contrary, showed us the quantitative dominance of implicit semantic connotation. We can explain these results with high level of metaphorization, allusion, implications including national culture peculiarities that play an important role in text realization.

Key-words: phraseological units, explicit connotation, implicit semantic connotation, emotivity, evaluative.

Вступ. ХХІ століття – це час технологічного прогресу, засоби масової інформації відіграють у ньому одну із провідних ролей. Використання фразеологізмів у мові преси є важливим у побудові газетного тексту. Вживання їх збагачує та оживляє виклад, урізноманітнює його емоційним зарядом, таким чином можна загострити думку читача на бажаному аспекті.

Конотація – практично «вічна» і начебто досліджена тема. Проте мультимедійний характер комунікації, пришвидшення її темпу, дозволяють інтуїтивно спрогнозувати певну еволюцію і в такій категорії, з огляду на її суб'єктивну модальність, тобто антропоцентризм за визначенням.

Фразеологізми як знаки вторинної номінації теж здавна були об'єктом вивчення, в тому числі і у сенсі їх емотивного, оцінного, культурно-символічного конотативного навантаження. Спробою синтезувати ці два напрямки і є запропонована нами кейс-студія.

Стан дослідження проблеми. Фразеологія як окрема лінгвістична дисципліна останні півстоліття слугує широким полем для досліджень. Однією з найбільш суперечливих проблем фразеології дотепер залишається визначення фразеологізму. Відомі понад двадцять дефініцій фразеологічних одиниць, але жодна з них не знайшла загального визнання. Найбільш прийнятним для нашого дослідження ми вважаємо визначення Я. А. Баран, який називає фразеологізми віртуальними знаками мови на зразок словосполучень і речень, з повним або частковим пересомисленням компонентів, призначення яких – вираження номінативно-експресивної функції [1, с. 77]. Семантика цих мовних знаків містить обов'язково денотативно-референтний і конотативний компоненти. Конотативний компонент входить в мовні та мовленнєві одиниці поряд із їх предметно-логічним змістом. Тобто, конотацію визначають як доповнюючий зміст слова, як стилістичні відтінки, що накладаються на денотат.

На сьогоднішній день термін «конотація» також не має однозначного трактування. Н. Г. Іщенко пропонує наступну дефініцію цього терміну: «Для узагальненого найменування значень і відтінків, які накладаються на основне значення мовних форм, на денотат, який є частиною значення знаку, що відображає в узагальненій формі предмети і явища об'єктивної реальності, у сучасній лінгвістиці використовується термін «конотація» [5]. Проте деякі дослідники вважають, що конотація не накладається на основний зміст слова, а знаходиться у складній єдності з ним, оскільки існує не тільки раціональне, але й тісно з ним пов'язане, чуттєве пізнання дійсності. Цієї думки притримувались О. В. Кунін та В. М. Телія, які запропонували наступне визначення: «Конотація – семантична сутність, яка узуально або okazіонально входить в семантику мовної одиниці і виражає емотивно-оцінне і стилістично марковане відношення суб'єкта мовлення до дійсності при його позначенні у висловлюванні, яке на основі даної інформації отримує експресивний ефект» [8, с. 5]. Конотативний компонент розглядається як семантична і стилістична категорія у площині мови і мовлення. Як семантична категорія, конотація містить інформацію мовця щодо об'єкту, що номінується, є елементарною складовою основного значення, надає денотату додаткових відтінків значення – експресивності, емоційності і оціненості. Окрім даних компонентів її складу, деякі дослідники, як наприклад, І. В. Арнольд, включають до складу конотації стилістичний, або функціонально-стилістичний компонент [6, с. 93].

Відомий дослідник емотивного аспекту, В. І. Шаховський, визначав емоції як одну із форм відображення світу, що позначає душевні переживання та хвилювання людини [10]. Вони багатогранні, зачіпають біологічний і духовний рівень нашого існування. Емоції фіксуються у мові та виражаються мовними засобами, як відображення нашої свідомості. Варто зазначити, що емоції слугують відношенням людини до дійсності, яке завжди супроводжується оцінкою: «Емотивність – це емоціональність у мові, тобто чуттєва оцінка об'єкта, вираження мовними засобами почуттів, настроїв, переживань людини. Вона завжди експресивна та оцінна» [6, с. 93]. Важливість оцінного компоненту у мові є беззаперечною, адже у мові відображається взаємодія дійсності та людини через різноманітні аспекти, одним з яких і є оцінний. Оцінка є загальноновизнаною категорією, оскільки в кожному соціумі склалося та закріпилося певне соціальне ставлення до тих чи інших предметів або явищ, відображених у значеннях мовних одиниць. Експресивні конотації полягають у посиленні виразності лексичної одиниці або її денотативного компоненту [5].

До мовних одиниць, які безперечно найбільше призначені для вираження емоцій, належать фразеологізми, обов'язковою рисою яких є емотивність. Фразеологічна складова лексичної системи являє собою більшу градацію вираження емотивності порівняно з лексикою. Таким чином, фразеологізми здатні точніше ніж слова передавати шкалу почуттів людини [2]. За В. Гумбольдом, фразеологія – один зі способів мовного світосприйняття, що деяким дослідникам дає підстави говорити про існування у кожній мові «фразеологічної картини світу» [3]. У фразеологічних одиницях засобом утілення культурно-національної специфіки є образна основа, внутрішня форма фразеологізму [28].

В. М. Угринюк вважає внутрішню форму одним із джерел конотативного значення фразеологічних одиниць: «...від неї залежить експресивна насиченість та емоційна, суб'єктивна оцінка дійсності» [7, с. 258]. На думку мовознавця, «якщо б не було індивідуальних внутрішніх форм фразеологізмів, то не було б і тих різних відтінків в їх значеннях. Так, наприклад, негативне конотативне забарвлення семантики фразеологізма базується на його внутрішній формі, на образі, який створений нею» [7, с. 258]. Ми не можемо заперечувати дану думку, адже процес виникнення конотації частково пов'язаний із яскравою внутрішньою формою фразеологізму, яка навантажена асоціативно-образною інформацією [9, с.111]. Завдяки внутрішній формі фразеологізму ми часто можемо розрізнити позитивно чи негативно конотативне забарвлення семантики фразеологічної одиниці.

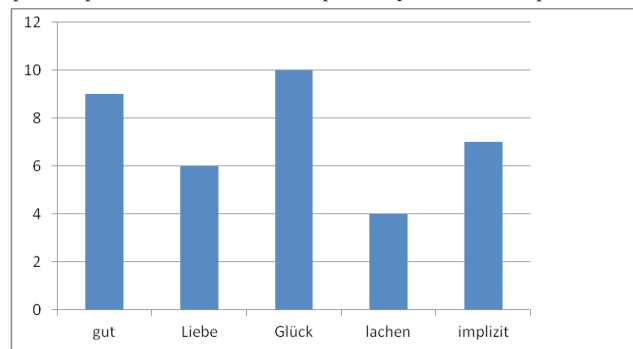
Предмет дослідження. У нашій статті ми спробували екземплярно дослідити позитивно конотативний аспект семантики окремих німецьких фразеологічних одиниць (тут і далі – ФО), проаналізувати їх значення та визначити наскільки вживаними є дані фразеологічні звороти у пресі XXI ст. Ми провели аналіз на базі 20 фразеологічних одиниць із 8 лексикографічних джерел та виділили 4 групи позитивних експліцитно лексемно конотованих та одну групу імпліцитно семантично конотованих ФО. Щоб точніше окреслити поле даного дослідження, ми обрали фразеологічні звороти із наступними лексемами, які у повній мірі використовуються для позначення позитивних якостей та наділені експресивною, емоційною та оцінною рисами, а саме: *gut, Glück, Liebe, lachen*.

Виклад основного матеріалу. У ФО з компонентом *gut* чітко простежується позитивно оцінна конотація, що проявляється у схваленні, напр.: *Ein (mein) guter Stern* [17; 12; 13]; *Ende gut, alles gut* [14; 19]; *Unter einem guten Stern geboren sein* [17]; *aller guten Dinge sind der* [18; 12; 13]. Лексема *Glück* надає фразеологізмам також емотивно позитивного забарвлення, адже початкове її значення в mhd, *gelücke* означало «Art, wie etwas ausschlägt, gewinnt» і тільки з часом воно витіснило і замінило у лексичній системі *saelde*, яке у mhd позначало латинське поняття *Fortuna*, і нарешті, у середині XVII ст.. набуло значення «der durch einen guten Ausgang hervorgebrachte wünschenswerte Zustand» [25]. Тобто позитивна конотація посилюлася зі зміною внутрішньої форми слова та культурно національної специфіки. Нами досліджені наступні фразеологічні одиниці із даним компонентом: *ein Kind des Glückes* [12; 13; 21]; *Glück auf den Weg!* [12]; *Dem Glücklichen schlägt keine Stunde* [16; 17; 12; 14; 21]; *Scherben bringen Glück* [14]. Розглядаючи лексему *Liebe*, відзначаємо, що компонент «lieb», який закладений у її етимології, означає *милий, дорогий, любий* володіє позитивною емоційною забарвленістю і використовується у наступних ФО: *Alte Liebe rostet nicht* [14; 17; 21]; *Liebe ist stark wie der Tod* [16]; *mit Lust und Liebe* [13]; *j-n abgöttisch lieben* [13]. Наступна лексема *lachen* походить від грецького *klössein*, що означало в буквальному значенні «булькотіти, або видавати булькотливі звуки». У fhd дане слово вживалося у значенні *сміятися над кимось*, тобто *насміхатися* [27]. Із вищезазначеного, можемо зробити висновок, що на початку дана лексема не володіла позитивною конотацією. Сьогодні, під впливом часу, а отже і зі зміною культурно-національних особливостей, слово *lachen* отримало значення *сміятися*, хихотіти та стало більш позитивно конотованим. Ми обрали ФО: *Lachen ist das beste Medizin* [14]; *sich vor Lachen schütteln* [12]; *in Lachen ausbrechen* [13]; *das ist zum (Tot)lachen!* [12].

Останню групу досліджуваних нами фразеологізмів становлять ФО з позитивною імпліцитно семантичною конотацією. Їх значення наділене значним ступенем метафоризації і не включає у себе позитивно конотативної лексеми. Сюди входять: *Alles in Butter* [17; 12; 18]; *Ein Platz an der Sonne* [17]; *Hals- und Beinbruch!*[17; 21]; *Schwarze Zahlen schreiben* [17].

На початковому етапі аналізу емпіричного матеріалу ми проаналізували повторюваність ФО у таких лексикографічних джерелах, як: *Duden – Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten*; *Droemer Knauer «Büchmann. Geflügelte Worte»*; *Gabriele und Gerd Jockel «Zitate & Sprichwörter»*; *Elke Gerr «4000 Sprichwörter und Zitate»*; *Кудіна О. Ф., Пророченко О. П. «Перлини народної мудрості»*; *Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. «Немецко-русский фразеологический словарь»*; *Гавриць В. І., Пророченко О. П. «Німецько-український фразеологічний словник у 2 т.»*; *Schemann Hans «Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext»*.

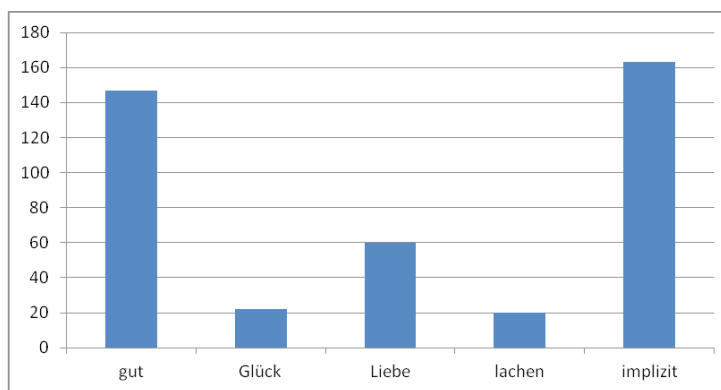
Частотність їх лексикографічної фіксації ми можемо зобразити у вигляді діаграми:



Отже, ми можемо спостерігати, що фразеологічні одиниці із компонентом «*Glück*» переважають над іншими ФО, зокрема і над фразеологізмами із лексемою «*gut*». Ми схильні пояснювати дане явище експліцитно позитивною конотацією «*Glück*» із яскраво вираженим емотивно-оцінним аспектом, значно сильніше «навантаженою», ніж у лексемі «*gut*». На противагу цьому, конотативне забарвлення лексеми «*gut*» є більш нейтральним та менш емотивно забарвленим. Але наше основне завдання полягає у дослідженні вживання даних ФО у текстах публіцистичного дискурсу. Для досягнення нашої мети ми обрали онлайн видання німецької преси: www.berliner-zeitung.de – у ході досліджень дане джерело виявилось найбільш продуктивним, багатим на вживаність фразеологічних зворотів; www.ok-magazin.de – видання розважального характеру, також відзначилось використанням значної кількості фразеологізмів; www.stern.de; www.spiegel.de; www.dw.de.

Важливо відзначити, що фразеологічні одиниці часто використовувалися у формі заголовку. Використання фразеологізму в ролі заголовка цілком виправдане, адже влучно використаний фразеологізм або вмiла його трансформація неодмінно привертають увагу до статті, оскільки заголовок керує увагою читача, допомагає йому швидко отримати інформацію про зміст матеріалів. Він повинен спонукати до прочитання надрукованого, викликати емоції у читача. Наприклад, ФО *Lachen ist die beste Medizin* вживалося в інтернет виданні www.spiegel.de/ як заголовок до статті про дитячу медицину, та діяльність професійних акторів-клоунів, які своєю грою намагаються розвеселити та відволікти від важкої недуги хворих дітей, їхніх батьків та робочий персонал: «*Kindermedizin: Lachen ist die beste Medizin... Lilly und Stift, die im richtigen Leben Mieke und Iris heißen, arbeiten bei der «Clownsvisite», einem Verein, der einmal wöchentlich verschiedene Kinderkliniken in Bonn besucht. «Unser Ziel ist es, das Lachen ins Krankenhaus zu bringen», sagt Lilly...»* [27].

Інші ФО, такі як: *Ein guter Stern; Ende gut, alles gut; aller guten Dinge sind drei; Glück auf den Weg!; Scherben bringen Glück; Alte Liebe rostet nicht; Alles in Butter; Ein Platz an der Sonne; Hals- und Beinbruch!*, також часто використовувалися у формі заголовків у сталій формі без граматичних зрушень їх компонентів. Вживаність усіх фразеологізмів у пресі ми можемо зобразити у вигляді наступної діаграми:



Отже, як показують результати дослідження, імпліцитно семантично конотативні фразеологізми переважають над групою експліцитно лексично конотативних ФО. Ми схильні пояснювати це тим, що для текстової реалізації важливий аспект індивідуалізації, авторської оцінки зображуваного, яку можна висвітлити більш вдало через використання імпліцитно семантично конотативних фразеологізмів. Їм притаманний характер троп, який часто обумовлений національними або соціальними реаліями, виражається через метафоризацію, алегоричність, метонімічність, алюзійність та т.п.. Дані стилістичні засоби збагачують матеріал викладу, насичуючи його емоційністю, образністю. Лідером за вживанням серед таких ФО є *Schwarze Zahlen schreiben*, що означає *отримувати прибутки*, виявлений у 108 публіцистичних текстах. Дана ФО цікава тим, що компонент *schwarz* у німецькій культурі, як і у більшості інших культур світу, наповнений негативною емотивною конотацією, так як є символом печалі, скорботи [17, с.119]. Проте у даному випадку, конотативний аспект семантики цієї ФО є позитивним, даний фразеологічний зворот служить для інформативної передачі фінансового становища, оскільки традиційно в комерційному балансі цифри, які означали нестачу (збитки), підкреслювали олівцем або ручкою червоного, а прибутки – чорного кольору [4]. Також, ФО *Hals- und Beinbruch!*, що виражає побажання успіху та удачі [15, с. 108], було виявлено у 21 публіцистичних текстах. Наприклад, в інтернет виданні www.ok-magazin.de: «*Wir wünschen Liliana sowie allen anderen «Let's Dance»-Teilnehmern Hals und Beinbruch beim heutigen Start der vierten Staffel»* – стаття про українську модель Ліліану Маттеус, шанувальники якої бажали успіху у танцювальному шоу. Проте, як відомо, дослівно даний зворот перекладається «зламати шию та ноги». Щоб зрозуміти яким чином дана ФО отримала своє емотивно позитивне забарвлення, потрібно звернутися до етимології звороту. В його основі лежить давня народна прикмета: щоб відвернути біду від когось, потрібно її побажати. З нею пов'язане ще одне давнє повір'я, за яким злих духів відлякує та проганяє різноманітний шум. Напередодні вінчання – *am Polterabend* – у домі, або перед домом наречені б'ють посуд: бажують прогнати злих духів. У деяких місцевостях Німеччини злих духів проганяють стріляниною. На півночі Німеччини селяни стріляють по гіллі дерев, щоб таким чином відігнати злих духів, які приходять у період так званих «12 ночей» (від Різдва до дня Трьох королів) [15, ст.108]. Отже, на прикладі вищезазначених ФО ми можемо зауважити важливість національно-культурного аспекту та його впливу на конотативний аспект семантики фразеологічних зворотів.

Якщо зіставити дані лексикографічних та пресових джерел, можна визначити, які ФО нашого корпусу є найбільш вживаними. Отже, за нашими відомостями до таких системних ФО входять: *aller guten Dinge sind drei; Alte Liebe rostet nicht; Alles in Butter*.

Розглянемо детальніше дані фразеологічні звороти. *Alles in Butter* – імпліцитно семантично конотативна ФО, етимологія якої походить із Середньовіччя, коли для забезпечення скляних товарів при транспортуванні їх поміщали у масляних жир, який застигав, а опісля його топили та виймали неушкоджені товари. Звідси початкове значення даного вислову «все в порядку, все йде як по маслу» [12]. Зафіксована дана ФО була у 3 лексикографічних джерелах та у 28 публіцистичних текстах. Наприклад, в он-лайн виданні <http://www.berliner-zeitung.de/>, в одній із статей йшла мова про соціальне опитування 30-літніх людей, про їх доходи, освіту. За даними опитування, на сьогоднішній день у Німеччині «усе в порядку, усе йде як по маслу», тобто дана ФО у контексті набуває позитивної емотивно-оцінної конотації: «*Derzeit scheint alles in Butter: Die Lebenszufriedenheit in Deutschland ist laut SOEP auf einem Höchststand angelangt»* [23].

Фразеологічний зворот *Alte Liebe rostet nicht* є більш поширеним за попередній фразеологізм та зафіксований у 47 публіцистичних текстах. Походить від латинського «*Vetus amor non sentit rubiginem*», що означає «давня любов не ржавіє», тобто поняття «любові» прирівнюється до чогось вічного, коли час не владний над нею. В одній із статей газети <http://www.dw.de> дана ФО описувала любов до спорту: «*Alte Liebe rostet nicht. Anders ist es nicht zu erklären, dass Armin Veh beschlossen hat, zum zweiten Mal Trainer des VfB Stuttgart zu werden*». Саме поняття «*Liebe*» є багатограним і великою мірою емоційно забарвленим, тому і фразеологізми із цією лексичною одиницею наповнені позитивно емотивною конотацією.

ФО *aller guten Dinge sind drei* вживалася у 82 публіцистичних текстах, розуміється у традиційному значенні «Бог любить трійцю». Саме число «три» здавна має символічне значення завершеності, повноти чогось та щастя. У Німеччині був звичай пов'язаний із цим числом – Handgeld. Наречений повинен був вкласти у руку нареченої три золотих монети, коли приходив на сватання, щоб підтвердити свій намір поборитися з їхньою донькою. Це вважалося символом щастя [15, с. 112]. В онлайн виданні <http://eurojackpot.spiegel.de/> ми виявили статтю у якій розглядалися поняття щастя, важливість числа «три» та спорту: «*Ist Glück zählbar? Sicherlich. Wer häufiger vom Glück profitiert, wird sagen können: «Da habe ich schon wieder Glück gehabt». Die Zahl Drei löst in diesem Zusammenhang besondere Assoziationen aus. Man zählt bis drei, man macht drei Kreuze – oder man sagt sich, nachdem man bereits zweimal durch die Führerscheinprüfung gefallen ist und den nächsten Versuch anpeilt: «Aller guten Dinge sind drei. «Die Drei ist so ziemlich das Maß aller Dinge»* [22]. Можна сказати, що дана ФО окрім експліцитної позитивно конотативної лексеми «*gut*» володіє також національно-культурним символом, який підвищує позитивну емотивність даного фразеологізму.

Висновки. Підсумовуючи дані нашого дослідження, ми можемо твердити, що ФО є поширеним явищем у німецькомовній пресі ХХІ століття, завдяки їхній скомпресованості у передачі змісту чи головної думки публіцистичного тексту. Вони урізноманітнюють виклад мовного матеріалу, збагачуючи його емоційними відтінками.

Лексикографічна фіксація засвідчує домінування покомпонентної лексемної експліцитної позитивної конотованості аналізованих нами ФО. При цьому незначне переважання лексеми «*Glück*» над «*gut*» ми схильні пояснювати більшою емоційною навантаженістю даного концепту. Текстова реалізація, навпаки, виявляє кількісне домінування імпліцитної конотованості – через апелювання до механізмів декодування, підтекстів, алюзій, в тому числі, національно-культурного та історичного характеру.

Література:

1. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови / Я. А. Баран. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. – 176 с.
2. Гамзюк М. В. Емотивність фразеологічної системи німецької мови (досвід дослідження в синхронії та діахронії) / М. В. Гамзюк // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук. – Київ, 2001.
3. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества / В. Гумбольдт // Избр. труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1984.
4. Зубач О. А. Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць з колористичним компонентом у сучасній німецькій мові / О. А. Зубач // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. – Донецьк, 2007.
5. Іщенко Н. Г. Конотація в системі мови і мовлення / Н. Г. Іщенко // Наукові записки. – Випуск 95. – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У2 ч. – Кировоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – С. 3–7.
6. Кунин А. В. Курс фразеології сучасного англійського мови : уч. для ін-тів і фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – М. : Дубна, 1996. – 391 с.
7. Стародедова О. Л. Внутрішня форма як мотивуюча ознака конотативного значення фразеологічних одиниць / О. Л. Стародедова // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. – Випуск 3. – Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. – Київський національний лінгвістичний університет, 2009. – 257–260 с.
8. Телия В. Н. Конотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 141 с.
9. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры». – 1996. – 288 с.
10. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – М., 2007. – 192 с.

Лексикографічні джерела:

11. Афонькин Ю. Н. Русско-немецкий словарь крылатых слов / Ю. Н. Афонькин. – Москва-Лейпциг : «Русский язык», 1985. – 287 с.
12. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин. – М. : «Русский язык», 1975. – 656 с.
13. Гавриш В. І. Німецько-український фразеологічний словник / В. І. Гавриш, О. П. Пророченко. – К. : Радянська школа, 1981. – Т. I, II.
14. Кудіна О. Ф. «Перлини народної мудрості. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів» / О. Ф. Кудіна, О. П. Пророченко. – Вінниця : Нова книга, 2005. – 320 с.
15. Мальцева Д. Г. Германия: Страна и язык: Landeskunde durch die Sprache: Лингвострановедческий словарь / Д. Г. Мальцева. – 2 изд. испр. и доп. – М. : «АСТ, Русские Словари, Астрель», 2001. – 416 с.
16. Droemer Knauer «Büchmann. Geflügelte Worte». – München / Zürich : Freiburger Graphische Betriebe, 1959. – 320 s.
17. Duden – Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten / Wörterbuch der deutschen Idiomatik / hrsg. und bearb. von Günter Drosdowski und Scholze-Stubenrecht. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich : Dudenverl., 1992. – 864 s.
18. Elke Gerr «4000 Sprichwörter und Zitate». – Berlin und München : Druckhaus Langenscheidt, 2001. – 320 s.
19. Gabriele und Gerd Jockel «Zitate & Sprichwörter». – Leonberg : Garant Verlag GmbH, 2007. – 192 s.
20. Paul, Hermann. Deutsches Wörterbuch [Text] / Hermann Paul, 8. Auflage. – Halle (Saale) : Max Niemeyer Verlag, 1961. – 782 S.
21. Schemann Hans. Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. – Berlin-Boston : Hubert & Co, 2011. – 870 s.

Джерела ілюстративного матеріалу та інтернет-ресурси:

22. <http://eurojackpot.spiegel.de/kolumne/16/aller-guten-dinge-sind-drei>
23. <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/sozio-oekonomisches-panel-eine-schatztruhe,10808230,27649442.html>
24. <http://www.dw.de/veh-kehrt-nach-stuttgart-zur%C3%BCck/a-17630179>
25. http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2008/IV/uch_2008_IV_00007.pdf
26. http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2012/IV/uch_2012_IV_00014.pdf
27. <http://www.spiegel.de/schulspiegel/kindermedizin-lachen-ist-die-beste-medizin-a-524135.html>
28. http://xn--e1aajfpdcs8ay4h.com.ua/files/image/konf_13/doklad_13_5_06.pdf