

2. Verba L. H. Porivnialna leksykologhiia anhliiskoi ta ukrainskoi mov. Vinnytsia : NOVA KNYHA, 2003. 160 s.
3. Zakaliuzhnyi M. M., Andreichyn M. A. Posibnyk z anatomichnoi i klinichnoi terminolohii. Kyiv : Zdorovia, 1993. 224 s.
4. Kyiak T. R. Lynhvystycheskye aspekty termynovedenya : ucheb. posobyе. Kyiv : UMK VO, 1989. 104 s.
5. Korunets I. V. Porivnialna typolohiia anhliiskoi ta ukrainskoi mov. Navchalnyi posibnyk. Vinnytsia : NOVA KNYHA, 2003. 464 s.
6. Kocherhan M. P. Zistavne movoznavstvo i problema movnykh kartyn svitu. Movoznavstvo. 2004. № 5-6. S. 12-22.
7. Leichyk V. M. Optymalnaia dlyna y optymalnaia struktura termyna. Voprosy yazykoznanyia. 1981. № 2. S. 63–73.
8. Lotte D. S. Osnovy postroeniya nauchno-tekhnycheskoi termynolohyy. M. : Yzd-vo AN SSSR, 1961. 158 s.
9. Panko T. I., Kochan I. M., Matsiuk H. P. Ukrainske terminoznavstvo. Lviv : Svit, 1994. 216 s.
10. Petrova O. B. Strukturno-semantychna kharakterystyka medychnoi terminolohii ta narodnykh naimenuvan khvorob v ukrainskii movi : avtoref. dys. ... kand. fil. nauk. Kharkiv, 1994. 24 s.
11. Rybizant I. Terminy nevrolohii ta yikh traktuvannia v ukrainskykh tlumachnykh slovnykakh. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». Problemy ukrainskoi terminolohii. 2014. № 791. S 87–91.
12. Bowden D. M., Martin R. F. NeuroNames Brain Hierarchy. NeuroImage. 1995. Vol. 2 (1). Pp. 63–83.
13. Bowden D. M., Song E., Kosheleva J., Dubach M. F. NeuroNames: An Ontology for the BrainInfo Portal to Neuroscience on the Web. Neuroinformatics. 2011. Vol. 10 (1). Pp. 97–114.
14. Bowden D. M., Dubach M. F. NeuroNames. Neuroinformatics. 2003. Vol. 1 (1). Pp. 43–59.
15. Federation of European Neuroscience Societies. URL: <https://www.fens.org/>
16. Houde O. Dictionary of Cognitive Science : Neuroscience, Psychology, Artificial Intelligence, Linguistics, and Philosophy. NY : Psychology Press, 1998.
17. INS Dictionary of Neuropsychology and Clinical Neurosciences / edited by D. W. Loring. Second edition. NY : Oxford University Press, 2015. 396 p.
18. Ukrainian Society for Neuroscience. URL: <http://usn.org.ua/>

SOURCES

19. Bernett D. Nash dyvakuvatyy mozok / per. z anghl. Ju. Marycheva. Kharkiv : Vivat, 2019. 384 s.
20. Burnett D. The Idiot Brain : A Neuroscientist Explains What Your Head is Really Up To. London : Guardian Books: Faber and Faber Ltd, 2016. 336 p.

УДК : 81'27:811.112.2

DOI:<https://doi.org/10.31861/gph2020.823.95-100>

**Івасюк Г.
(Чернівці)**

НІМЕЦЬКА МЕНТАЛЬНІСТЬ У КОНЦЕПТАХ ТА ФРАЗЕОЛОГІЇ

У статті досліджено ключові концепти німецької мови, що відображають ментальність німців, на базі фразеології німецького народу.

Ключові слова: німецька ментальність, концепт, автостереотипізація, лінгвокультуронологія, фразеологія.

В статье исследованы ключевые концепты немецкого языка, отражающие ментальность немцев, на базе фразеологии немецкого народа.

Ключевые слова: немецкий менталитет, концепт, автостереотипизация, лингвокультуронология, фразеология.

In the process of intercultural communication it is possible to trace the differences in the behavior of representatives of different peoples. Repeated patterns of behavior have led to the assumption that there

is a "national character", that is, the mentality of people. The question of the "national character" of a particular nation arises at the intersection of such fields of knowledge as cultural studies, psychology and philology. In the framework of philological research, the specificity of national consciousness, as well as stereotypes of national behavior, is dealt with in linguocultural studies. In the linguocultural approach, the word acts as a carrier of culture and a unit of self-perception of people, and people's mentality is always expressed in units of language.

Considering the numerous scientific researches, it seems urgent to integrate the results of authoritative research into a unified system of German mentality which is transformed as a result of social development, the emergence of new social phenomena and the enrichment of the language with new concepts. On the basis of complex researches we will try to distinguish the key concepts for the German mentality, illustrating them with German phraseology.

Keywords: German mentality, concept, auto-stereotyping, linguoculturology, phraseology.

Постановка проблеми. У процесі міжкультурної комунікації можна простежити відмінності у поведінкових проявах представників різних народів. Повторювані моделі поведінки дозволили зробити припущення про існування «національного характеру», тобто ментальності народу. Питання «національного характеру» того чи іншого народу постає на стику таких галузей знань як культурологія, психологія та філологія. У рамках філологічних досліджень специфікою національної самосвідомості, як і стереотипами національної поведінки, займається лінгвокультурологія. При лінгвокультурологічному підході слово виступає носієм культури і одиницею самосприйняття народу, а народна ментальність завжди має вираження у одиницях мови.

Ментальність німецького народу цікавила безліч дослідників німецького (Г.Баузіnger, Г.Бегаль-Томсен, В.Айхман, Л.Йегер, Р.Міндер, Е.Тімм та ін.), а також іноземного щодо Німеччини походження. Крізь призму мовної картини світу ментальність німців досліджували такі відомі лінгвісти як: А.Д.Бєлова, І.М.Кобозєва, В.А.Маслова, Т.С.Мєдведева, М.В.Опарин, Д.І.Мєдведева, А.М.Приходько, З.А.Харитончик. Зважаючи на численні наукові розвідки, актуальним видається інтегрувати результати авторитетних досліджень у єдину, відображену в категоріях німецької мови, систему німецького менталітету, яка трансформується внаслідок суспільного розвитку, виникнення нових суспільних явищ і збагачення мови новими поняттями. На базі комплексних досліджень спробуємо виокремити ключові для німецької ментальності концепти, проілюструвавши їх німецькою фразеологією.

Метою нашого дослідження буде виокремити ключові концепти німецької мови, які виражають менталітет німецького народу, на базі німецької фразеології. Для реалізації вказаної мети поставимо наступні завдання:

1) проаналізувати праці, присвячені дослідженню німецького менталітету; 2) виокремити ключові концепти німецької мови, які відображають менталітет народу; 3) проілюструвати базові характеристики німецької ментальності на зразках фразеології.

Ментальність (до нім. Mentalität) є світобаченням в категоріях і формах рідної мови, які поєднують у собі інтелектуальні, духовні та вольові якості національного характеру в його типових проявах [3, с. 49]. У категоріях мови ментальні характеристики можна виразити через поняття «концепту». Моніка Шварц визначає концепт як «елементарну ментально організовану одиницю, що виконує функцію зберігання знань про світ в абстрактному форматі» [8, с. 55].

Виклад основного матеріалу дослідження. Всяка мовна особистість, що репрезентує певний етнос, завдяки перебуванню в етнічному колективі, засвоює відповідні стереотипи поведінки, які сам мовець і мовці його етносу та представники сусідніх етносів вважають особливостями його менталітету. Іншими словами, відбувається так звана автостереотипізація. За концепцією А.Приходька, автостереотипізація – це модель пізнання крізь призму власного менталітету, що є, по суті, етнічною самооцінкою, яка має на меті пошук формули етнічної ідентичності [5, с. 141].

До концептів німецької мови, які характеризують ментальність німців, можна віднести наступні автостереотипні характеристики даного народу: FLEISS (старанність), GENAUIGKEIT (точність), PÜNKTLICHKEIT (пунктуальність), ORDNUNGSLIEBE (любов до порядку), QUALITÄTSARBEIT (якісна робота), RESISTENZ GEGEN BESTECHUNGSGELDER (непідкупність), GLAUBWÜRDIGKEIT (довіра, надійність), VERBINDLICHKEIT (відповідальність).

Негативними стереотипними уявленнями німців виступають: ÜBERTRIEBENER PERFEKTIONISMUS (надмірне прагнення до досконалості), Sturheit (упертість), MANGELNDE FLEXIBILITÄT (недостатня гнучкість), ARBEITSBESESSENHEIT (одержимість роботою), HUMORLOSIGKEIT (відсутність почуття гумору), BESSERWISSEI (всезнайство), GRIESGRÄMIGKEIT (дратівливість), UNFREUNDLICHKEIT (недружелюбність), VERSCHLOSSENHEIT (замкнутість) [2, с. 422-425].

В ході дискусії кінця 90-х рр. XX ст. про «німецькі чесноти» інститутом дослідження громадської думки в німецькій пресі було опубліковано повідомлення про репрезентативне опитування, в якому інформантів просили відповісти на запитання, які риси вони вважають «типово німецькими». Провідні позиції зайняли такі якості: ZUVERLÄSSIGKEIT (надійність), FLEIß (працелюбність), PERFEKTION (перфекціонізм), ORDNUNG (порядок), PÜNKTLICHKEIT (пунктуальність), PASSIVITÄT (пасивність), UMSTÄNDLICHKEIT (метушливість, бюрократизм), ARBEITSEIFER (трудова етика, завзятість), DISZIPLIN (дисципліна) [5, с. 146].

Ю.Н. Точіліна виділяє у своєму дослідженні як старі, традиційні, так і нові концепти німецької мови, що характеризують менталітет німецького народу. До таких концептів вона відносить: MOBILITÄT (мобільність), AUTOLIEBE (любов до автомобілів), ORDNUNG (порядок), SAUBERKEIT (охайність), DISZIPLIN (дисципліна), FLEISS (старанність), ARBEIT (праця), MÜHE (завзятість), SPARSAMKEIT (ощадність), GESETZ (закон), MACHT (влада), KRAFT (сила), WILLE (воля), GEIST (дух), PERFEKTIONISMUS (перфекціонізм), IDEALISMUS (ідеалізм), HAUS (дім), RAUM (простір), KRIEG (війна), SCHULD (провина), TOLERANZ (толерантність) [6, с. 126]. А.В. Труш виокремлює ключові для німецького менталітету концепти на базі фразеології. На базі її дослідження можна виокремити такі ключові концепти німецької ментальності як ARBEIT (праця), PÜNKTLICHKEIT (пунктуальність), VORSICHT (обережність), ORDNUNG (порядок), EHRLICHKEIT (чесність), SPARSAMKEIT (ощадність) [7, с.66-70].

Насамперед варто згадати такі культуротворчі концепти німецької ментальності як ORDNUNG (порядок), DISZIPLIN (дисципліна), FLEISS (завзяття) і SPARSAMKEIT (ощадність). Вони міцно закріпилися в німецькому менталітеті вже з середини XVIII століття [4, с.15]. ORDNUNG (порядок) системно охоплює всі сфери суспільного і духовного життя. Під порядком розуміють упорядкований стан, упорядкований спосіб життя, дотримання правил, суспільну ієрархію, особливу форму об'єднання людей (Gemeinschaft), організацію світу. Строгий порядок характерний і для німецького речення. Даний концепт межує з такими близькими йому концептами, як GESETZ (закон), MACHT (влада), KRAFT (сила), WILLE (воля). У німецькій культурі ORDNUNG співвідноситься і з GEIST (Дух). Тут простежується зв'язок з вірою в реальність ідеального. Проте за часів фашизму добровільне слідування наказом, правилам і високим принципам перетворилися в руйнівну силу [6, с. 127-128].

Важливість порядку для німецької культури відображається в таких прислів'ях, як: Ordnung ist das halbe Leben (Порядок - половина життя), Ordnung muss sein (Мусить бути порядок), Ordnung hilft haushalten (Порядок допомагає вести господарство), Ordnung erhält die Welt (Порядок править світом), Wer Ordnung zum Gesetz macht, muss sie zuerst halten (Хто робить порядок законом, повинен його спершу сам дотримуватися). Ordnung im Haus ist halbes Sparen (Порядок в домі – це вже половина ощадності) [1, с. 195].

Порядок нерозривно пов'язаний з підтриманням чистоти, а SAUBERKEIT (чистота) є одним з найважливіших концептів німецької культури. Концепт PERFEKTIONISMUS (перфекціонізм) розвинувся з бажання досягти порядку і чистоти у всіх сферах життя та в намірі зробити все це у найкращий спосіб. Прагнення до чистоти знайшло своє відображення в німецьких приказках, наприклад: Wenn jeder vor seiner Tür fegt, so wird es überall sauber (Коли кожен підмітає біля своїх дверей, всюди стає чисто). Wer sauber ist, braucht sich nicht zu waschen (Чистому не потрібно митися) [6, с. 128].

У німецькій ментальності з концептом ORDNUNG також співвідносяться такі важливі концепти як ARBEIT (праця, робота, діяльність), MÜHE (зусилля) і FLEISS (старанність). Вони відображаються і у мові: Arbeit ist des Bürgers Zierde (Праця красить людину). Arbeit macht das Leben süß (Праця робить життя солодким). Arbeit schändet nicht (Праця не посоромить). Arbeit, Mäßigkeit und Ruh schließen dem Arzt die Türe zu (Праця, помірність і спокій зачиняють двері перед лікарем) [9, с. 10-11]. Fleißige Hand baut Leut und Land (Старанні руки формують людину і землю). Ohne Fleiß kein Preis (Без праці нема нагороди). Fleiß bricht Eis (Старанність і лід розібіє) та ін. [6, с. 128].

SPARSAMKEIT (ощадність) не завжди корелює з жадібністю, вона скоріше передбачає ефективність і доцільність [6, с. 127]. У німецькій фразеології часто зустрічається слово "Geld": «Geld regiert die Welt» (Гроші правлять світом), «Was macht der Deutsche nicht für Geld?» (Що німець не зробить за гроші?) та ін. Fleiß ist des Glückes rechte Hand, Sparsamkeit die linke (Працьовитість - права рука щастя, ощадність – ліва). Fleiß und Sparsamkeit hilft auch durch schlechte Zeit (Працьовитість та ощадність проведуть крізь скрутні часи). Sparsamkeit erhält das Haus (Ощадність будинок зберігає) [1, с. 267]. Концепт PÜNKTLICHKEIT (пунктуальність) також вкрай важливий і для лінгвокультури, і для ментальності німців. Zeit ist Geld (Час - це гроші) [9, с. 83], Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige (Пунктуальність - ввічливість королів) [1, с. 200]. Варто відзначити і сильне почуття VORSICHT (обережності) у німців. Je mehr Gefahr, je mehr Vorsicht (Обережність має покривати небезпеку). Je vorsichtiger, desto sicherer (Чим обережніше, тим певніше). Vorsicht macht stark (Обережність робить сильним). Vorsicht geht dem Zufall aus dem Wege (Обережність уникає випадковостей) [1, с. 325].

Концепт IDEALISMUS (ідеалізм) виражається у таких рисах німецького національного характеру, як прагнення до краси, віра в духовну першооснову світу, жертвовність. Під ідеалізмом розуміються пов'язане з самопожертвою (mit Selbstaufopferung verbundenes Streben) прагнення до втілення, здійснення (Verwirklichung) ідеалів; також світогляд, що склався під впливом ідеалів, життєва позиція (Lebensführung); філософський напрям, що склався в Німеччині, розроблений в навчаннях І.Канта, І.Г.Фіхте, Ф.В.Шеллінга, Г.В.Ф.Гегеля; віра в кращі якості світу [6, с. 128]. EHRLICHKEIT (чесність) і почуття честі також вирізняють німецьку ментальність [7, с. 66-70]. Ehrliche Leute gehen keine krummen Wege – Чесні люди не ходять кривими стежками. Ein ehrlicher Mensch ist überall daheim - Чесна людина скрізь як дома. Ehrlichkeit bringt's weit - Чесність далеко допровадить. Ein ehrliches Gesicht ist der beste Reisepass - Чесне обличчя – найкраща візитна картка [1, с. 68].

Концепт HAUS (дім) має особливе місце в німецькій культурі. Говорячи про будинок, потрібно розглядати різні взаємопов'язані аспекти, такі як: дім як дах над головою (Dach über dem Kopf); дім як сім'я (Familie) і дім як країна або батьківщина (Heimat). У свідомості людей дім асоціюється, перш за все, з родиною. Німеччина є для німецької нації великим будинком, яким вони пишаються. З концептом HAUS тісно пов'язаний концепт RAUM (Простір). Німецькій культурі спілкування невластиве вторгнення у інтимну зону (відстань у половину руки). Також небажаний візит у дім сприймається як вторгнення у особистий простір (Eigenraum), порушення якого без дозволу вважається образою. Протягом усієї своєї багатовікової історії Німеччина вела війни, тому концепт KRIEG є також ключовим концептом даної культури. Однак внаслідок Другої світової війни ментальність німців почала цілеспрямовано змінюватися, і у німецькій культурі сформувалися концепти SCHULD (вина) та TOLERANZ (толерантність) [6, с. 128-129].

Ю.Н. Точилина також пише, що сьогодні у німецькій лінгвокультурі з'являються нові концепти, які відображають зміни у реаліях і способі життя німців. До таких зокрема можна віднести і «пристрасть до подорожування» (Wanderlust, Reiselust, Fernweh), «мобільність» (MOBILITÄT), «любов до машин і різного роду механізмів» (AUTOLIEBE). Мобільність асоціюється з такими поняттями як рухливість, гнучкість, динамічний спосіб життя, діяльність. Вона оцінюється сучасними німцями позитивно, бо дає змогу економити і правильно розподіляти свій час; просуватися по кар'єрних сходах, сприяє зростанню добробуту. Бути мобільним для сучасного німця значить мати особистий автомобіль і можливість швидко і з найбільшим комфортом дістатися до бажаного місця [6, с. 127].

«Пристрасть до подорожування», як і відкритість до інших культур та мов, є породженням економічного добробуту, високого рівня освіченості та глобалізації в цілому, адже подорожі стають можливими не лиш завдяки фінансовій стабільності, а й внаслідок швидкісного сполучення і відкритості кордонів. «Мобільність» на сьогодні є передумовою адекватної соціалізації та конкурентності на ринку праці, оскільки відставання від швидкісних змін у сучасному світі може залишити людину за межами суспільного та економічного процесу. Щодо «автолюбів», то тут, окрім прагнення до престижу та статусу, можна говорити і про певне продовження звичної для німців точності, технічності мислення, і про позитивне національне самосприйняття – автопромисловість належить до тих галузей промисловості, яким Німеччина завдячує своїм економічним процвітанням.

Визначенням національного характеру того чи іншого народу займається група гуманітарних дисциплін. Менталітет крізь призму філологічних досліджень знаходить своє відображення у категоріях мови. Національні риси у контексті лінгвокультурології можна подати через концептосистему та мовну картину світу народу або ж через автостереотипізацію мовців. У обох випадках важливим джерелом пізнання виступає фольклор, в тому числі і фразеологія.

Виокремленням ключових рис німецької ментальності, виражених як у концептах, та і у автостереотипах, займалося широке коло дослідників. Чи не провідними концептами у німецькій лінгвокультурі виступають ORDNUNG, ARBEIT і FLEISS – порядок, праця та завзяття. Їх значення для німецького менталітету розкривається та розширюється через такі концепти як SPARSAMKEIT, SAUBERKEIT, PERFEKTIONISMUS, PÜNKTLICHKEIT, VORSICHT – ощадність, охайність, перфекціонізм, пунктуальність, обережність. Навіть поверхневий аналіз цих концептів дозволяє оцінювати німців як вкрай працьовиту та впорядковано мислячу націю, що і виступає передумовою неодмінного економічного процвітання та політичного лідерства. Поруч з даною домінуючою групою концептів можна простежити іншу смислову групу, яка відображає духовність та моральні принципи німців. Концепти GEIST, EHRLICHKEIT, IDEALISMUS, будучи в якійсь мірі властивими всій європейській цивілізації, відіграють все ж особливу роль у самоідентифікації німецького народу. На перший погляд, вони наче виступають у певній опозиції до першої групи концептів, яка стосувалася здебільшого матеріального світу. Проте, можна припустити, саме на цьому балансі матеріального та ідеального і базується німецька ментальність як чинник формування культури. А якщо говорити про інтегративний концепт «духовного порядку», то ми починаємо торкатися історії формування німецької держави та нації.

Говорячи про концепти, пов'язані з державо- та націєтворенням, можемо виокремити наступну групу - GESETZ, MACHT, KRAFT, WILLE – закон, влада, сила та воля. Така група ментальних утворень у синергії (та у поєднанні з вищезгаданими категоріями) неминує результує формування сильної правової держави. Щоправда, внаслідок переломних подій у німецькій та і загалом світовій історії початку і середини ХХ ст. сила німецької держави почала сприйматися як міжнародно-політична загроза, німецька політична культура та ментальність піддалися цілеспрямованому зовнішньому впливу, а ряд державотворчих концептів у німецькій лінгвокультурі поповнила нова реалія часу – TOLERANZ. Належачи нині до топу у суспільно-політичному дискурсі не лише німців, а й інших європейських націй, даний концепт без сумніву можна віднести до ключових культуротворчих категорій сьогодення. Проте специфікою даного концепту є те, що він не належить до лінгвокультури більшості народів (зокрема і німців), а є багатозначним інтернаціоналізмом, який по суті руйнує межі національних культур, результуючи їх взаєморозчинення та злиття на користь глобалізації.

Також німецька лінгвокультура збагатилася новими концептами, які відображають змінені реалії соціального життя. До таких можна віднести MOBILITÄT та AUTOLIEBE - мобільність та любов до автомобілів. Відображаючи високий рівень добробуту, розвиток бізнесу та інформаційних технологій, а також нову цінність інформаційного суспільства надшвидкостей – здатність швидко реагувати на події, дані концепти можуть з часом увійти до рис німецького менталітету, якщо не буде змінюватися суспільна тенденція.

Висновки. У такий спосіб бачимо, що ключові характеристики німецького менталітету знаходять своє вираження у ключових концептах німецької лінгвокультури. Проте мовна картина світу німецького народу не є сталим утворенням, а відображає еволюцію німецької нації – від народних цінностей, через цінності, закладені мислителями, до формування держави-нації. Насамкінець сьогодні можемо простежити новий виток суспільного розвитку, що поступово знаходить своє відображення і у німецькій соціальній культурі, і у німецькій мові.

Список літератури:

1. Байер Х. Немецкие пословицы и поговорки / Х. Байер, А. Байер. – М.: Высшая школа. – 1989. – 392 с.
2. Іванюк Н.М. Етнічні стереотипи (на матеріалі німецької мови) / Н.М. Іванюк, О.М. Грибок // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л.Українки. – Вип.4. – Луцьк, 2008. – С. 422–425.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология / В.А. Маслова. – М.: АCADEMA. – 2001. – 183 с.
4. Медведева Т.С. Ключевые концепты немецкой лингвокультуры: монография; под ред. Т.И. Зелениной. 2-е изд., стер. / Т.С. Медведева, М.В. Опарин, Д.И. Медведева. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 161 с.

5. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А.М. Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
6. Точилина Ю.Н. Ключевые концепты немецкой культуры как составляющая обучения немецкому языку как второму иностранному бакалавров направления подготовки «туризм» / Ю.Н. Точилина. – Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2-7. – с.126-129.
7. Труш А.В. Фразеологизмы немецкого языка, отражающие менталитет и характер немцев / А.В. Труш. – Общество, культура и наука: кросс-дисциплинарные научные исследования и достижения: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 10 марта 2019 г., Москва. – Москва: Профессиональная наука, 2019. –114 с. - С.66-70. - http://scipro.ru/conf/proceedings_10032019.pdf#page=66
8. Schwarz M. Kognitive Semantiktheory und neuropsychologische Realität / M. Schwarz. – Tübingen, Basel: Francke, 1996. – 163 S.
9. Frey Ch. Deutsche Sprichwörter für Ausländer / Ch. Frey, A. Herzog – VEB Verlag Enzyklopädie Leipzig. – 1970. – 119 S.

Spysok literatury:

- 1.Bajer H. Nemeckie poslovicy i pogovorki / H. Bajer, A. Bajer. – М.: Vysshaya shkola. – 1989. – 392 s.
- 2.Ivaniuk N.M. Etnichni stereotypy (na materiali nimetskoi movy) / N.M. Ivaniuk, O.M. Hrybok // Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu im. L.Ukrainky. – Vyp.4. – Luts'k, 2008. – S. 422–425.
- 3.Maslova V.A. Lingvokulturologiya / V.A. Maslova. – М.: ACADEMA. – 2001. – 183 s.
- 4.Medvedeva T.S. Klyuchevye koncepty nemeckoj lingvokultury: monografiya; pod red. T.I. Zeleninoy. 2-e izd., ster. / T.S. Medvedeva, M.V. Oparin, D.I. Medvedeva. – М.: FLINTA, 2012. – 161 s.
- 5.Prykhodko A.M. Kontsepty i kontseptosystemy v kohnityvno-dyskursyvniy paradyhmi linhvistyky / A.M. Prykhodko. – Zaporizhzhia: Premier, 2008. – 332 s.
- 6.Tochilina Yu.N. Klyuchevye koncepty nemeckoj kultury kak sostavlyayushaya obucheniya nemeckomu yazyku kak vtoromu inostrannomu bakalavrov napravleniya podgotovki «turizm» / Yu.N. Tochilina. – Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2015. – № 2-7. – s.126-129.
- 7.Trush A.V. Frazеologizmy nemeckogo yazyka, otrazhayushie mentalitet i harakter nemcev / A.V. Trush. – Obshestvo, kultura i nauka: kross-disciplinarnye nauchnye issledovaniya i dostizheniya: sbornik nauchnyh trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, 10 marta 2019 g., Moskva. – Moskva: Professionalnaya nauka, 2019. –114 s. - S.66-70. - http://scipro.ru/conf/proceedings_10032019.pdf#page=66
- 8.Schwarz M. Kognitive Semantiktheory und neuropsychologische Realität / M. Schwarz. – Tübingen, Basel : Francke, 1996. – 163 S.
- 9.Frey Ch. Deutsche Sprichwörter für Ausländer / Ch. Frey, A. Herzog – VEB Verlag Enzyklopädie Leipzig. – 1970. – 119 S.

УДК : 81'373.4

**Іщук Н.,
Свіргун А.
(Вінниця)**

LINGUISTIC ASPECTS OF ADVERTISING SLOGANS

У статті розглядається використання лінгвістичних аспектів в англійських рекламних слоганах. Матеріалом для дослідження є корпус із понад 200 англомовних слоганів комерційної реклами, вибірково відібраних з Інтернет-джерел. Результати показують, що найбільш популярними лінгвістичними засобами проаналізованих рекламних слоганів є імперативні речення, ритм, еліпсис, персоніфікація, асонанс та метафора.

Ключові слова: рекламний слоган, аналіз, фонологічний аспект, синтаксично-лексичний аспект, семантичний аспект.