

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2026-36-11>

УДК 811.112.2'373.7:81'276.6:33

ПОКУЛЕВСЬКА Анна

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського Криворізького національного університету
<https://orcid.org/0000-0002-2531-0430>

ФУНКЦІОНУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ В ДІЛОВІЙ НІМЕЦЬКІЙ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ

У статті здійснено комплексний лінгвопрагматичний аналіз функціонування спеціалізованої фразеології в сучасній німецькій діловій кореспонденції. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю систематизації сталих виразів, що забезпечують комунікативну ефективність професійної взаємодії в умовах цифрової трансформації бізнес-середовища та зростання обсягів електронної комунікації. Теоретико-методологічну базу роботи становить синтез класичних концепцій німецької фразеології В. Фляйшера та Г. Бургера з доробком вітчизняної германістики, зокрема праць Г. Баранової, Н. Белової, О. Романовської, С. Терехової тощо. У межах дослідження спеціалізовану фразеологію класифіковано за функціонально-семантичними ознаками на термінологічні сполуки, функціональні дієслівні сполуки та прагматичні рутинні формули.

Особливу увагу приділено диференціації самостійних та несамостійних мовленнєвих одиниць, які виконують роль текстових регуляторів та забезпечують логічну конекцію основних структурних етапів ділового листа: від етикетних формул звернення та вступних кліше до посилань на попередню комунікацію, формул супроводу документації та заключних стратегічних запевнень. Доведено, що попри сучасну тенденцію до лаконізації та економії мовних засобів в електронному листуванні, офіційний діловий стиль зберігає високий ступінь фразеологізації. Це пояснюється потребою у юридичній точності, однозначності інтерпретації змісту та дотриманні конвенційних норм ввічливості, що є критично важливим у ситуаціях високої офіційності, як-от банківська чи судова переписка.

Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні статусу рутинних формул як когнітивно-прагматичних блоків, що автоматизують професійне мовлення, мінімізують ризики комунікативних невдач та сприяють формуванню позитивного іміджу ділових партнерів. Встановлено, що фразеологізми іноземного походження, зокрема англіцизми, стали невід'ємною частиною німецької бізнес-лексики, виконуючи роль економічних універсалій. Результати роботи мають практичне значення для розробки навчальних програм із німецької мови професійного спрямування та лінгвістичного забезпечення міжнародної бізнес-комунікації.

Ключові слова: спеціалізована фразеологія, німецька ділова кореспонденція, рутинні формули, прагматична ідіоматичність, функціональні дієслівні сполуки, бізнес-етикет, професійна комунікація, термінологічні сполуки, мовленнєві кліше, лінгвопрагматика.

POKULEVSKA Anna

Mykhailo Tugan-Baranovskyi Educational and Scientific Institute
of Economics and Trade of Kryvyi Rih National University

FUNCTIONING OF SPECIALIZED PHRASEOLOGY IN GERMAN BUSINESS CORRESPONDENCE

The article provides a comprehensive linguopragmatic analysis of the functioning of specialized phraseology in modern German business correspondence. The relevance of the study is determined by the need to systematize stable expressions that ensure the communicative efficiency of professional interaction in the context of the digital transformation of the business environment and the rapid growth of electronic communication. The theoretical and methodological basis of the work is a synthesis of the classical concepts of German phraseology by W. Fleischer and H. Burger with the achievements of the Ukrainian linguistic school, in particular the works of G. Baranova, N. Bielova, O. Romanovska, S. Terekhova, and A. Kosenko. Within the scope of the study, specialized phraseology is classified according to functional and semantic features into terminological compounds, functional verb phrases (*Funktionsverbgefüge*), and pragmatic routine formulas.

Particular attention is paid to the differentiation of independent and dependent speech units, which act as textual regulators and ensure the logical connection of the main structural stages of a business letter: from etiquette formulas of address and introductory clichés to references to previous communication, documentation support formulas, and final strategic assurances. It is proved that despite the modern tendency toward brevity and economy of linguistic means in electronic correspondence, the official business style maintains a high degree of phraseologization. This is explained by the need for legal precision, unambiguity of content interpretation, and adherence to conventional norms of politeness, which is critically important in situations of high formality, such as banking or legal correspondence.

The scientific novelty of the study lies in the substantiation of the status of routine formulas as cognitive-pragmatic blocks that automate professional speech, minimize the risks of communicative failure, and contribute to the formation of a positive image of business partners. It is established that phraseological units of foreign origin, particularly Anglicisms, have become an integral part of German business vocabulary, performing the role of economic universals. The results of the work have practical significance for the development of educational programs in German for professional purposes and the linguistic support of international business communication.

Keywords: specialized phraseology, German business correspondence, routine formulas, pragmatic idiomaticity, functional verb phrases (*Funktionsverbgefüge*), business etiquette, professional communication, terminological compounds, speech clichés, linguopragmatics.

Стаття надійшла до редакції / Received 22.01.2026
Прийнята до друку / Accepted 14.02.2026
Опубліковано / Published 31.03.2026



This is an Open Access article distributed under the
terms of the [Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

© ПОКУЛЕВСЬКА Анна

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Протягом останніх десятиліть у лінгвістиці спостерігалася тенденція до перенесення інтересу дослідників з мовної системи на мовне вживання. Викладання іноземних мов переважно зосереджується на мовному вживанні, до якого належить також використання фразеологізмів як в усній, так і в письмовій мові. Адже знання фразеологізмів є частиною загальної комунікативної компетенції, а їхнє засвоєння, активізація та володіння ними є основною передумовою для розширення словникового запасу та виразності як в усній, так і в письмовій мові. Для тих, хто не є носієм мови, іноді може бути складно правильно перекласти часто вживані вирази, такі як, наприклад, *Hals- und Beinbruch, guten Rutch, im Geld schwimmen, blaumachen, gut drauf sein або rote Zahlen schreiben*, або знайти їхні еквіваленти у відповідній рідній мові. Проблема полягає в тому, що фразеологізми не можна ідентифікувати та вивчити за чіткими правилами. Це також є причиною того, чому фразеологізми вимагають особливої уваги під час вивчення німецької мови як іноземної.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Стаття присвячена комплексному аналізу функціонально-прагматичних особливостей спеціалізованої фразеології в сучасній німецькій діловій кореспонденції. Дослідження спрямоване на систематизацію фразеологічних одиниць та визначення їхньої ролі у забезпеченні комунікативної ефективності професійної взаємодії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Як приклад труднощів у пошуку правильного еквівалента німецького словосполучення в українській мові можна назвати семантичні та синтаксичні особливості вербальних фразеологізмів, а саме, насамперед, функціональних дієслівних сполучень. Дієслово складається з двох елементів – дієслівного та іменникового, які просторово відокремлені один від одного. При цьому при розшифровці значення не слід виходити з дієслова, а з іменника або прийменникової групи як носія основного значення (які, до того ж, дуже часто стоять у кінці речення). Дієслово має інше значення, ніж те, яке знайоме студенту. Так, наприклад, дієслова *gehen, kommen, treten* у складі функціональних дієслівних сполучень втрачають своє первинне лексичне значення руху та виконують переважно граматико-службову функцію, виступаючи засобом вербалізації предикативного змісту. У зв'язку з цим подібні конструкції (наприклад, *in die roten Zahlen kommen, zu Lasten gehen* тощо) не підлягають дослівному перекладу. Здебільшого таким німецьким функціональним дієслівним сполученням в українській мові відповідають однослівні повнозначні дієслова.

Ефективність опанування іноземної мови значною мірою корелює із засвоєнням фразеологічних одиниць як цілісних лексичних компонентів словникового складу. Водночас, зважаючи на розгалуженість фразеологічного фонду німецької мови, постає нагальна проблема лінгводидактичної селекції мовного матеріалу, що потребує обґрунтованого відбору одиниць, найбільш доцільних для практичного застосування. Теоретичним підґрунтям для розв'язання цієї проблеми слугує визначення Гаральда Бургера, згідно з яким фразеологізми постають як «полілексичні, відносно стійкі та ідіоматичні вирази» [8, с. 11], що функціонують як цілісні одиниці мовлення. Крім того, він підкреслює, що такі одиниці сприймаються мовцем без звернення до їх буквального значення: «...він розуміє його [фразеологізм] ... безпосередньо в його фразеологічному значенні» [8, с. 15].

Подібною думки дотримується і В. Фляйшер, який зазначає, що усталені словосполучення після закріплення в мовній практиці «відтворюються як готова лексична одиниця» [9, с. 66]. Це підкреслює їх відтворюваний характер і пояснює необхідність опори на реальний мовний матеріал у процесі їх відбору.

Отже, сучасні підходи до відбору фразеологічних одиниць передбачають синтез лексикографічних даних, аналізу автентичного мовлення та лінгвістичної інтуїції, що забезпечує об'єктивність та врахування частотності вживання. За спостереженнями П. Камбера, у процесі опанування мови студенти зазвичай апелюють до трьох джерел: матеріалів підручників, де фразеологія часто представлена фрагментарно; лексикографічних видань, що не завжди враховують критерій комунікативної значущості; та власної інтроспекції [10, с. 2–3]. У цьому контексті перспективним методом дослідження постає корпусний аналіз, який дає змогу об'єктивно фіксувати мовну практику та слугує підґрунтям для вдосконалення методики викладання іноземних мов. Орієнтація на частотні характеристики мовних явищ у процесі навчання іноземної мови видається цілком обґрунтованою, оскільки кількісний аналіз дозволяє виокремити найбільш уживані одиниці та забезпечити їх пріоритетне засвоєння.

Для ділової комунікації характерним є вживання специфічних зворотів та речень, що належать до «мовної рутини» (Sprachroutine). Під час складання листів зазвичай орієнтуються насамперед на ці рутинні вирази та фахові фразеологізми. Нижче наведено аналіз найбільш частотних фразеологічних явищ, з особливим акцентом на рутинних елементах ділового листа.

Фахові фразеологізми в діловому листуванні

Оскільки діловий лист за своєю природою спрямований на фіксацію дій та операцій, значну частину фразеологічного фонду становлять дієслівні (вербальні) фразеологізми. Окрім частково ідіоматичних

сполучень, провідну роль відіграють аналітичні дієслівні конструкції (Funktionsverbgefüge). Стереотипні ситуації та торговельні операції реалізуються за допомогою відносно стабільних фахових зворотів та речень. Подібної думки дотримується і вітчизняна дослідниця С. Кияк, яка зазначає, що фахові фразеологізми у німецькомовній комунікації виступають як релевантні засоби вербалізації професійних знань. Вони відображають повторювані, стереотипні ситуації професійної діяльності, виконуючи при цьому раціональну та стабілізуючу функції, що дозволяє позначати певний стан речей точно, економічно та у конвенційній формі [4, с. 142].

Сучасна ділова кореспонденція характеризується високим ступенем конвенційності, використанням мовної рутини та тенденцією до лаконічності, що посилюється розвитком електронної комунікації. Ці особливості втілюються у стандартних формулах, які складають ядро фразеології ділового листа. Важливим аспектом залишається також категорія ввічливості, що реалізується через етикетні формули та сталі ввічливі звороти. Водночас прагнення до мовної економії зумовлює вживання лаконічних ад'єктивних (прикметникових) та адвербіальних (прислівникових) фразеологізмів, хоча вони, як і субстантивні (іменникові) одиниці, трапляються рідше за дієслівні.

Спираючись на морфолого-синтаксичну класифікацію В. Фляйшера, нижче ми наводимо приклади галузевих фразеологічних одиниць:

1. Іменникові фразеологізми (Substantivische Phraseologismen)

Іменникові фразеологізми – це такі фразеологізми, які мають іменниковий компонент як основне слово і в яких дієслово не виступає обов'язковим компонентом. Кількість іменникових фразеологізмів у діловому листуванні досить невелика. Здебільшого це терміни та сполучення, що стосуються повсякденного спілкування між діловими партнерами та виражають певні умови ділових відносин. Основу фахового іменникового фразеологізму становить назва важливих економічних категорій, таких як, наприклад, *Preis*, *Bedarf*, *Angebot*, *Kosten*, яка поєднується з прикметником, іншим іменником або препозиційним атрибутом. З цієї комбінації потім утворюються сполучення, такі як, наприклад, *äußerster Preis*, *laufender Bedarf*, *langfristiges Angebot*, *vorläufige Kosten* тощо. Ці сполучення також слугують для позначення речей, які потребують певного розрізнення, наприклад, *Angebot – verbindliches Angebot*, *unverbindliches / freibleibendes Angebot*, *verlangtes Angebot*, *bemustertes Angebot*.

2. Прикметникові фразеологізми (Adjektivische Phraseologismen)

У синтаксичній функції прикметникові фразеологізми виступають як атрибутивне представлення іменника. Однак критерії розрізнення таких фразеологічних зворотів є проблематичними, оскільки, коли прикметники як атрибути вступають у фразеологічний зв'язок з іменником, зазвичай йдеться про іменникові або прислівникові фразеологізми. Якщо вони фразеологічно пов'язані з дієсловом, маємо справу з дієслівним фразеологізмом [див. 9, с. 147]. Ці фразеологізми займають другорядне місце серед галузевих фразеологізмів. Такі сполучення зустрічаються в ділових листах рідко, переважно у зв'язку з умовами поставки. Однак у ділових листах частіше зустрічаються еліптичні вирази в атрибутивній функції, які визначають так звані фрахтові умови, як-от, наприклад, *ab Werk* (ціна за товар без транспортних витрат) або *frachtfrei Bestimmungsort* (ціна включає всі витрати, пов'язані з доставкою за кордон).

Прикметниково-іменникові стійкі сполучення представляють собою такі фразеологізми, де прикметник є смисловим центром і несе спеціалізоване значення. Наприклад:

gang und gäbe – загальноприйнятий (про певні бізнес-практики чи звичаї).

null und nichtig – недійсний / такий, що не має юридичної сили (наприклад, про договір: *Der Vertrag ist null und nichtig*).

frank und frei – відверто та відкрито (про обговорення умов).

Термінологічні прикметникові сполуки є специфічними для ділового середовища:

frei Haus – безкоштовна доставка до дверей (дослівно: «вільний дім»).

zahlbar nach Erhalt – підлягає оплаті після отримання.

fällig am... – термін оплати (дійсний до...).

Для висловлення категоричної відмови або анулювання домовленостей у німецькій бізнес-практиці часто використовуються юридично забарвлені фразеологізми. Наприклад: “*Da die gelieferte Ware beschädigt ist, betrachten wir den Kaufvertrag als null und nichtig. Wir erwarten eine kurz und bündige Stellungnahme Ihrerseits*” [12, с. 84]. У цьому контексті парна формула *null und nichtig* підкреслює остаточність рішення, а вираз *kurz und bündig* акцентує на вимозі конкретики».

3. Адвербіальні фразеологізми

На відміну від ад'єктивних структур, які є, так би мовити, другорядним явищем, адвербіальні фразеологізми утворюють численну й різноманітну групу фразеологізмів, серед яких найбільшу частку – так само, як і в загальній мові – становлять ті фразеологізми, що виражають модальне значення, наприклад, *in bar*, *auf Gefahr*, *in eigenem Namen*, *gegen Nachnahme*, *im Auftrag*. Вони визначають умови, за яких здійснюється господарська діяльність або дія. Серед них виокремлюються одиниці з локативним значенням, що регулюють умови поставки (наприклад, *frei Haus* – «доставка до дверей», *ab Bahnhof* – «зі станції відправлення»), та

фразеологізми з темпоральним значенням, які визначають часові межі зобов'язань (наприклад, *auf Abruf* – «за запитом/вимогою», *auf Verschiffung* – «під час відвантаження на судно»).

4. Вербальні фразеологізми

Домінування вербальних фразеологізмів у текстах німецької ділової кореспонденції зумовлене специфікою професійної комунікації, що орієнтована на динаміку та координацію спільної діяльності партнерів. Висока частотність вживання дієслівних конструкцій реалізується через функціональні дієслівні сполучення (Funktionsverbgefüge) та ідіоматичні вирази, які забезпечують точність номінації професійних дій.

Особливого значення набувають слаботермінологізовані дієслівні сполучення, які, не будучи вузькоспеціалізованими термінами, формують сталий стилістичний каркас ділового листа та є його невід'ємною складовою. Репрезентативними прикладами таких одиниць є: *eine Einigung mit dem Geschäftspartner erzielen* (досягти згоди з діловим партнером), *eine Stellungnahme zur Reklamation abgeben* (надати відгук на рекламцію), *eine Zusage zur Ausstellungsfläche machen* (надати згоду щодо виставкової площі). Використання таких аналітичних конструкцій замість простих дієслів дозволяє підкреслити офіційність статусу сторін та юридичну вагомість викладеної інформації.

Тут ми наведемо лише кілька прикладів словесних фразеологізмів, які найчастіше зустрічаються в діловому листуванні:

Простий іменник + перехідне дієслово:

... nach dem Treffen muss endlich **eine Entscheidung getroffen werden**

... es müssen einige **Änderungen vorgenommen werden**

... **erteilen** wir Ihnen folgende **Bestellung**

... ist in Sachen der Liefertermine noch **eine Zusatzvereinbarung zu treffen**

... sind wir bereit, Ihnen noch **eine Nachfrist zu setzen**

Простий іменник + неперехідне дієслово:

... **die Zahlung erfolgt** ohne Abzug ...

... **die Warenübernahme erfolgt** gegen Zahlung des Restbetrags ...

... zur Zeit **besteht keine Nachfrage** nach ...

Прийменник + іменник + перехідне дієслово:

... **setzen** Sie uns bitte **in Kenntnis**, sobald Sie die Kontonummer erfahren ...

... die mit dem Rücktransport entstandenen Kosten **bringen** wir Ihnen **in Abzug** ...

... **setzen** Sie sich bitte mit unserem Rechtsanwalt baldmöglichst **in Verbindung** ...

... werden wir Ihnen **in Rechnung stellen** ...

Прийменник + іменник + неперехідне дієслово руху:

... da Sie mit dem Auftrag **in Lieferverzug gerieten** ...

... ist eine neue Preisliste **in Kraft getreten** ...

... die mit der Nachbesserung verbundenen Kosten **gehen zu Lasten** des Lieferanten ...

... **ins Geschäft kommen** ...

Прийменник + іменник + неперехідне дієслово стану; неідіоматичні словосполучення:

... unser Unternehmen **befindet sich in der Krisensituation** ...

... die mangelhaften Waren **sind jetzt beim Überprüfen** ...

... mit unseren Preiskalkulationen **stehen wir unter starkem Druck** ...

Фразеологічні терміни

У дискурсі ділової кореспонденції актуальним залишається питання диференціації загальноновживаних фразеологізмів та фахових стійких одиниць. У сучасній лінгвістиці спостерігається відсутність консенсусу щодо чіткого розмежування цих категорій, що особливо наочно простежується на прикладі багатокомпонентних термінів, які становлять вагому частку лексичного складу ділових листів.

Відповідно до концепції Г. Бургера, фразеологічні терміни утворюють специфічну групу виразів, що функціонують аналогічно до будь-якої іншої термінологічної одиниці [8, с. 50]. Їхньою визначальною характеристикою є семантична детермінованість та нормативність, що діють виключно в межах певної фахової системи. Водночас ступінь їхньої стійкості безпосередньо залежить від конкретного професійного контексту.

Тенденція до розширення меж фразеології за рахунок включення до неї стійких фахових зворотів та багатослівних термінів знаходить підтримку в працях вітчизняних германістів. Зокрема, Г. Баранова наголошує на структурно-семантичній цілісності фразеологічних одиниць як системних елементів мови [1], тоді як С. Терехова акцентує увагу на функціонуванні дієслівних аналітичних конструкцій, що складають основу вербальної фразеології ділового стилю [7].

Центральною проблемою теоретичного обґрунтування статусу спеціалізованих одиниць є питання взаємовідношення термінів і фразеологізмів, яке найбільш ґрунтовно досліджено у працях В. Фляйшера. Автор розглядає це співвідношення як дискусійне, пропонуючи чітку диференціацію між термінологізованими сполуками та нетермінологічними одиницями (фразеологічними та вільними). Згідно з

В. Фляйшером, принципова відмінність між ними є аналогічною до опозиції «термін – нетермін» на рівні окремого слова [9, с. 72]. Так, термінологічні сполуки (*spezifisches Gewicht, erweiterte Reproduktion, spitzer Winkel*) характеризуються однозначним зв'язком із певним поняттям і незалежністю від контексту, тоді як фразеологізми (*langer Atem* – велика витривалість), *harter Brocken* – складне завдання) мають ідіоматичну природу.

Натомість Г. Бургер виступає за інклюзивний підхід, аргументуючи доцільність включення термінів до складу фразеології їхньою зростаючою актуальністю у повсякденному житті. Науковець зазначає, що економічні чи технічні поняття стають загальнозрозумілими та зазнають процесу детермінологізації. Г. Бургер відносить до фразеології не лише одиниці, що пройшли етап «вторинної метафоризації», а й ті термінологічні сполучення, що функціонують у повсякденних контекстах [8, с. 51].

У цьому аспекті вагомими є спостереження В. Роткегель, яка на прикладі «напівфахових» текстів (зокрема інструкцій до програмного забезпечення) демонструє функціонування фразеологізмів зі слабким ступенем ідіоматичності, що мають характер колокацій (*eine Taste drücken, ein Symbol anklicken*). Для ділової кореспонденції такий підхід є надзвичайно актуальним, оскільки значна частина її фразеологічного фонду перебуває саме на межі між суворим терміном та усталеною мовною формулою [11].

Фразеологізми іноземного походження

Ця група фразеологізмів відображає процес глобалізації та англо-американізації сучасної німецької бізнес-лексики. Такі одиниці, як *Joint Venture* (спільне підприємство), *Public Relations* (зв'язки з громадськістю), *Know-how* (технологічний секрет/досвід), набули статусу міжнародних стандартів. Їхнє домінування зумовлене відсутністю точних німецьких еквівалентів або їхньою функціональною обмеженістю, що робить запозичення найбільш ефективним інструментом лаконічної фахової номінації

Стандартні формули

У сфері мовної ввічливості слід також приділити увагу правилам формулювання ділових листів. Йдеться про стандартні формули, які виражають певну мовну рутину та формульність між відправником і одержувачем, а також їхні взаємні стосунки, і які загалом становлять основу листів. Стандартні формули належать до групи прагматичних фразеологізмів.

Прагматичні фразеологізми у структурі ділового дискурсу – це одиниці, функціонування яких зумовлене насамперед контекстом комунікативної взаємодії. За визначенням Г. Бургера, вони описуються виключно через прагматичні категорії [8, с. 105]. В українській германістиці цей підхід розвиває Н. Белова, яка розглядає фразеологізовані формули німецької ділової кореспонденції як інструмент реалізації конкретних комунікативних стратегій. Дослідниця наголошує, що такі вирази потребують не стільки семантичного аналізу, скільки опису їхнього функціонального потенціалу в межах соціокультурного середовища [2, с. 9].

Аналогічну думку поділяє О. Романовська, яка трактує рутинні формули як «мовне вбрання» професійної взаємодії. Вона зазначає, що ці сталі вирази є незамінними для соціальної комунікації, оскільки вони забезпечують автоматизацію колективних стратегій ділового реагування та структурують процес обміну інформацією [6, с. 45]. Таким чином, прагматичні фразеологізми в німецькому листуванні постають не просто як етикетні одиниці, а як регламентовані засоби досягнення бізнес-цілей.

Самостійні мовленнєві одиниці перебувають у центрі уваги дослідників, оскільки вони жорстко пов'язані з характерними типами ситуацій (передбачувані, обов'язкові, залежні від контексту та культурно-специфічні висловлювання). Спираючись на функціональну класифікацію Н. Белової [2, с. 12], ці прагматичні формули у контексті ділової кореспонденції можна поділити на такі групи:

Формули встановлення та завершення контакту (Етикетні кліше):

Формули звернення: *Sehr geehrte Damen und Herren;*

Формули завершення листа: *Mit freundlichen Grüßen;*

Святкові та спеціальні побажання: *Ein frohes Weihnachtsfest, Viel Erfolg.*

Формули посилання та логічного зв'язку:

Посилання на попередню комунікацію: *Bezugnehmend auf unser Telefonat...;*

Вираження мети повідомлення: *Wir möchten Sie davon in Kenntnis setzen... .*

Формули ввічливого реагування та зворотного зв'язку:

Висловлення вдячності: *Vielen Dank für Ihre Bemühungen;*

Формули вибачення за затримку: Bitte entschuldigen Sie die verspätete Antwort.

Формули спонукання та стратегічного очікування:

Прохання про швидку відповідь: *In Erwartung Ihrer baldigen Rückmeldung;*

Пропозиція подальшої допомоги: *Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.*

Така типологія, на думку О. Романовської, дозволяє автору листа не лише дотримуватися норм ввічливості, а й ефективно керувати увагою реципієнта, структурувати фаховий зміст та мінімізувати ризики комунікативних невдач [6, с. 112].

Відповідно до концепції Н. Венжинович, несамостійні мовленнєві одиниці належать до розряду стандартних формул, що функціонують як інтегровані компоненти висловлювання. Дослідниця наголошує на

їхній здатності виконувати одразу кілька прагматичних завдань, виступаючи важливим засобом когнітивної обробки інформації [3, с. 42]. У структурі професійного мовлення такі одиниці відіграють роль текстових регуляторів, що забезпечують логічну послідовність викладу та сприяють налагодженню конструктивних відносин між партнерами. Типовими прикладами таких рутинних формул є вирази з дієсловами мовлення та думки (*sagen, meinen, glauben, finden*), як-от: *wie gesagt* (як було зазначено), *meiner Meinung nach* (на мою думку). Як зазначає О. Романовська, ці одиниці є мовними стереотипами, що зберігаються в пам'яті як цілісні блоки, що значно полегшує процеси формулювання та інтерпретації фахової інформації [6, с. 112].

У контексті німецької ділової кореспонденції найбільш релевантним є термін «рутинні формули», оскільки внаслідок частотої повторюваності ці вирази набули статусу комунікативних стандартів. Дослідження Н. Белової підтверджують, що попри певну варіативність, вживання таких формул суворо детерміноване структурою ділового листа [2, с. 12]. Зокрема, вони локалізуються в таких ключових зонах:

- формули звернення (*Sehr geehrter Herr...*);
- вступні кліше (*bezugnehmend auf Ihr Schreiben*);
- формули супроводу документації (*anbei übersenden wir Ihnen*);
- заключні стратегічні формули (*in Erwartung Ihrer baldigen Antwort*);
- етикетні формули прощання (*Mit freundlichen Grüßen*).

Формули звернення

Формули звернення започатковують спілкування між двома партнерами, які перебувають на відстані один від одного. У німецькій мові прийнято звертатися до адресата безпосередньо – навіть у офіційних листах, які надсилають до органів влади та установ з загальних питань.

Стандартним правилом звернення до осіб у компаніях та органах влади, імен яких не знають або стать яких невідома, у німецькій мові є:

Sehr geehrte Damen und Herren

Sehr geehrte Geschäftsfreunde

Якщо ім'я одержувача або виконавця відоме, пишеться наступне:

Sehr geehrter Herr... , (Name, evtl. Grade oder Titel) bzw. *Sehr geehrte Frau...* (Name, evtl. Grade oder

Titel)

Sehr geehrter Herr Dr. Neider

Sehr geehrte Frau Prof. Meineke

Особливу повагу висловлюють, коли ім'я опускають і вживають лише титул:

Sehr geehrter Herr Doktor, bzw. *Sehr geehrte Frau Professor*, seltener auch *Sehr geehrte Frau Professorin*

Звернення, що містить лише науковий ступінь або звання, у Німеччині використовується майже виключно у спілкуванні з лікарями. При цьому в листуванні між собою науковці зазвичай взагалі не вказують звання у зверненні, але зазначають їх у адресі. Особливою формою є також звернення з:

Sehr geehrter Kollege (...), evtl. plus Nachname) bzw. *Sehr geehrte Frau Kollegin*

Якщо ви хочете висловити особливу повагу до адресата, можна також використовувати такі звернення, хоча вони можуть здаватися дещо старомодними:

Verehrte Frau ... / Verehrter Herr ...

Hochverehrter Herr ...

Sehr verehrte gnädige Frau ...

До пар слід звертатися окремо, при цьому ввічливе звернення «шановні» або «шановний» потрібно повторювати відповідно у чоловічій та жіночій формах, оскільки інакше буде порушено граматичну узгодженість:

Sehr geehrte Frau Maier, sehr geehrter Herr Maier

Liebe Frau Maier, lieber Herr Maier

Вступні формули

Вступні формули у структурі ділового листа виконують передусім референтну функцію, встановлюючи змістовний зв'язок із попередніми комунікативними подіями. На відміну від формул звернення та привітання, які є константними етикетними маркерами коректного листування, використання вступних, супровідних або фінальних кліше безпосередньо детерміноване ілюктивною метою повідомлення.

Як зазначає Н. Белова, не кожен текст потребує апеляції до попередньої взаємодії чи наявності додатків, тому вживання відповідних фразеологізованих формул залежить від конкретного змісту листа [2, с. 14]. Сучасна німецька бізнес-кореспонденція демонструє тенденцію до лаконізації: якщо предмет повідомлення чітко окреслений у полі *Betreff* (тема), вступна формула може бути опущена без шкоди для ввічливості. Проте, згідно з дослідженнями О. Романовської, традиційні вступні кліше залишаються важливим інструментом логічної коннекції, що структурує фаховий контент [6, с. 115]. Найбільш репрезентативними серед них є:

... wir beziehen uns auf ...

... im Anschluss auf Ihr Schreiben ...

... *hiermit bestätigen wir* ...

... *wir nehmen Bezug auf* ...

Формулювання щодо додатків

Формули супроводу документації у німецькому діловому листі виконують важливу інформативно-вказівну функцію, сигналізуючи адресату про наявність додаткових матеріалів. Згідно зі стандартами оформлення (зокрема DIN 5008), вказівка на додані документи розташовується ліворуч під основним текстом листа під заголовком „Anlage(n)“.

Як зазначає Н. Белова, використання фразеологізованих формул супроводу дозволяє чітко структурувати передачу фахової інформації та забезпечити контроль повноти вкладення [2, с. 14]. Ця позначка може реалізовуватися у кілька способів:

- Загальна вказівка: вживання терміна *Anlage* або *Anlagen* без деталізації;
- Кількісна номінація: зазначення числа додатків (*2 Anlagen*);
- Деталізований перелік: специфікація кожного документа безпосередньо під написом.

У текстах сучасних ділових листів для апеляції до додатків найчастіше використовуються такі сталі вирази:

Anbei erhalten Sie... (Додаємо до листа...);

In der Anlage übersenden wir Ihnen... (У додатку надсилаємо Вам...);

Als Anlage beigefügt finden Sie... (У вкладенні Ви знайдете...).

На думку О. Романовської, такі рутинні формули не лише повідомляють про наявність додаткових аркушів, а й слугують маркером професійної акуратності та відповідальності відправника [6, с. 115]».

Заключні формули

Заключні стратегічні формули у структурі німецького ділового листа виконують виразну регулятивну функцію, спрямовану на спонукання адресата до певної дії або закріплення досягнутих домовленостей. За своїм прагматичним змістом вони можуть виражати сподівання, очікування, переконання, запевнення або подяку.

Як зазначає Н. Белова, такі формули мають імпліцитно імперативний характер, оскільки вони програмують подальшу поведінку партнера та структурують фінальний етап комунікативного акту [2, с. 14]. Найбільш поширеними у цій групі є вирази стратегічного очікування:

In Erwartung Ihrer baldigen Antwort... (В очікуванні Вашої швидкої відповіді...);

Wir freuen uns auf eine baldige Zusammenarbeit... (Ми раді майбутній співпраці...);

wir hoffen, Ihnen hiermit gedient / geholfen zu haben ... (..сподіваємося, що ця інформація була для Вас корисною...)

... *und stehen Ihnen jederzeit zur Verfügung* ... (..і залишаємося у Вашому розпорядженні в будь-який час...)

Für Ihre Bemühungen danken wir Ihnen im Voraus... (Заздалегідь дякуємо за Ваші зусилля...).

Формули привітання

Завданням формули привітання є завершення спілкування. Існує безліч формул привітання, проте на сьогодні використовуються лише деякі з них. В офіційних листах стандартною формулою привітання вважається вираз:

Mit freundlichen Grüßen

Mit kollegialem Gruß

Можливі варіанти, наприклад:

Mit freundlichem Gruß

Mit bestem Gruß

Mit (den) besten Grüßen

Beste Grüße

Mit verbindlichem Gruß

Якщо між відправником та одержувачем існують тісніші стосунки, то можливі також більш особисті форми звернення, наприклад:

Liebe Grüße

Herzliche Grüße

Mit herzlichen Grüßen

Ganz liebe Grüße

Herzlichste Grüße

Mit herzlichem Gruß

Якщо ви хочете висловити особливу повагу до адресата (наприклад, у листах до державних органів, посадових осіб або високопоставлених осіб), у Німеччині можна використати вираз *Hochachtungsvoll*, який поступово виходить з ужитку, а в Австрії – *Mit vorzüglicher Hochachtung*, що має дуже офіційний характер.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Сучасні тенденції німецького ділового листування, зумовлені домінуванням електронної комунікації, диктують прагнення до максимальної стислості, прозорості та економії мовних засобів. У цьому контексті постає питання про актуальність фразеологізмів у повсякденній бізнес-практиці. Оскільки першочерговою функцією ділового повідомлення (підтвердження замовлення, пропозиції чи реклаमाції) є оперативна передача інформації, спостерігається певна тенденція до спрощення синтаксичних структур.

Проте, як зазначає Н. Белова, функціональне навантаження листа безпосередньо визначає ступінь його фразеологізації [2, с. 14]. У ситуаціях, що потребують високого рівня офіційності (наприклад, звернення до торгових палат, банківських установ чи судових органів), дотримання формального стилю залишається обов'язковим.

Згідно з концепцією Г. Бургера, у таких текстах використання ввічливих формул, мовних штампів та, зокрема, функціональних дієслівних сполук є маркером професійної компетенції та юридичної точності [8, S. 55]. Аналогічну думку поділяє О. Романовська, наголошуючи, що фразеологічні терміни в офіційних зверненнях (наприклад, при ініціюванні процедури банкрутства) забезпечують однозначність інтерпретації змісту, що є критично важливим для правового поля [6, с. 115]. Таким чином, фразеологія залишається невід'ємною частиною ділового листування, виконуючи роль регулятора соціальної дистанції та фахової коректності.

Література

1. Баранова Г. О. Структурно-семантичні та функціональні особливості фразеологічних одиниць сучасної німецької мови : навч. посібник. Київ: Вища школа, 1994. 192 с.
2. Белова Н. О. Прагмалінгвістичні аспекти німецькомовної ділової кореспонденції : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Донецький держ. ун-т. Донецьк, 2001. 20 с.
3. Венжинович Н. Ф. Фразеологія української мови в когнітивно-етнолінгвістичному аспекті : монографія. Ужгород: СТ «Поліграф-центр», 2011. 368 с.
4. Кияк С. В. Функціональні особливості фахових фразеологізмів у німецькомовних економічних текстах. Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. 2007. Вип. 354. С. 140–148.
5. Кузнецова Л. О. Фразеологічні одиниці німецької мови в галузі економіки: семантичний та прагматичний аспекти: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2004. 20 с.
6. Романовська О. О. Прагматика та семантика фразеологічних одиниць у німецькомовному економічному дискурсі: монографія. Херсон: Вид-во ХДУ, 2012. 180 с.
7. Терехова С. І. Типологія дієслівних аналітичних конструкцій у сучасних германських та слов'янських мовах : монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2004. 456 с.
8. Burger H. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 5., neu bearb. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2015. 236 S.
9. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: Bibliographisches Institut, 1982. 250 S.
10. Kamber M. Phraseologie im Sprachunterricht: Eine korpuslinguistische Untersuchung zur Phraseodidaktik. Linguistik online. 2008. Vol. 33, No. 1. S. 3–18.
11. Rothkegel A. Sprachdesign: Texte formal und funktional gestalten. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2010. 215 S.
12. Sachs R. Deutsche Handelskorrespondenz: Der Briefwechsel in Wirtschaft und Verwaltung. Ismaning : Max Hueber Verlag, 2010. 248 S.

References

1. Baranova, G. O. (1994). *Strukturno-semantychni ta funktsionalni osoblyvosti frazeolohichnykh odynyts suchasnoi nimetskoï movy* [Structural-semantic and functional features of phraseological units of the modern German language]. Kyiv: Vyshcha shkola. 192 p. [in Ukrainian].
2. Bielova, N. O. (2001). *Prahmalinhvistychni aspekty nimetskomovnoi dilovoi korespondentsii* [Pragmatic aspects of German-language business correspondence] (Extended abstract of PhD dissertation). Donetsk State University, Donetsk, 20 p. [in Ukrainian].
3. Venžynovyč, N. F. (2011). *Frazeolohiia ukrainskoï movy v kohnityvno-etnolinhvistychnomu aspekti* [Phraseology of the Ukrainian language in the cognitive-ethnolinguistic aspect]. Uzhhorod: Polihraf-tsentr. 368 p. [in Ukrainian].
4. Kyiak, S. V. (2007). *Funktsionalni osoblyvosti fakhovykh frazeolohizmiv u nimetskomovnykh ekonomichnykh tekstakh* [Functional features of professional phraseology in German-language economic texts]. Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Hermanska filolohiia, 354, pp. 140–148 [in Ukrainian].
5. Kuznetsova, L. O. (2004). *Frazeolohichni odynytsi nimetskoï movy v haluzi ekonomiky: semantychni ta prahmatychni aspekty* [Phraseological units of the German language in the field of economics: semantic and pragmatic aspects] (Extended abstract of PhD dissertation). Odesa I. I. Mechnikov National University, Odesa. 20 p. [in Ukrainian].
6. Romanovska, O. O. (2012). *Prahmatyka ta semantyka frazeolohichnykh odynyts u nimetskomovnomu ekonomichnomu dyskursi* [Pragmatics and semantics of phraseological units in the German-language economic discourse]. Kherson: KhDU. 180 p. [in Ukrainian].
7. Terekhova, S. I. (2004). *Typolohiia diieslivnykh analitychnykh konstruktii u suchasnykh hermanskykh ta slovianskykh movakh* [Typology of verbal analytical constructions in modern Germanic and Slavic languages]. Kyiv: KNLU. 456 p. [in Ukrainian].

-
8. Burger, H. (2015). *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* [Phraseology: An introduction using the example of German] (5th rev. ed.). Berlin: Erich Schmidt Verlag. 236 p. [in German].
 9. Fleischer, W. (1982). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache* [Phraseology of the modern German language]. Leipzig: Bibliographisches Institut. 250 p. [in German].
 10. Kamber, M. (2008). *Phraseologie im Sprachunterricht: Eine korpuslinguistische Untersuchung zur Phraseodidaktik* [Phraseology in language teaching: A corpus-linguistic study on phraseodidactics]. *Linguistik online*, 33(1), pp. 3–18 [in German].
 11. Rothkegel, A. (2010). *Sprachdesign: Texte formal und funktional gestalten* [Language design: Shaping texts formally and functionally]. Frankfurt am Main: Peter Lang. 215 p. [in German].
 12. Sachs, R. (2010). *Deutsche Handelskorrespondenz: Der Briefwechsel in Wirtschaft und Verwaltung* [German business correspondence: Correspondence in business and administration]. Ismaning: Max Hueber Verlag. 248 p. [in German].