

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ АВСТРИИ И ШВЕЙЦАРИИ

Ключевые слова: фразеология национальных вариантов немецкого языка, обиходно-разговорный уровень, заголовок, модификация фразеологизма, газетный жанр.

В данной статье представлены результаты анализа употребления национально-маркированных фразеологических единиц в текстах австрийской и швейцарской прессы, который позволил выявить социолингвистические и стилистические свойства фразеологизмов разных типов, а также особенности характера их функционирования в текстах различных газетных жанров.

L. B. KOPCHUK

Herzen State Pedagogical University of Russia

FEATURES OF THE USE OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE TEXTS OF THE GERMAN-SPEAKING PRESS IN AUSTRIA AND SWITZERLAND

Keywords: phraseology of national variants of the German language, colloquial level, headline, modification of phraseology, newspaper genre.

This article presents the results of the analysis of the use of nationally-labeled phraseological units in the texts of the Austrian and Swiss press, which made it possible to reveal the sociolinguistic and stylistic modification of phraseological units of the different types, as well as the features of their functioning in the texts of different newspaper genres.

Исследовательский интерес к проблеме функционирования фразеологизмов в тексте неслучаен и обусловлен, в первую очередь, особым семантическим и структурным потенциалом, который отличает фразеологические единицы от лексических. К основным направлениям изучения употребления фразеологизмов в текстах в современной лингвистике относятся:

- 1) определение роли фразеологизмов в текстовом целом, прежде всего, выявление их так называемых текстообразующих потенциалов;

- 2) использование фразеологизмов в различных типах текстов, из которых наиболее привлекательными для лингвистического анализа являются рекламные, художественные тексты и тексты СМИ.

Известный швейцарский фразеолог Х. Бургер высказывает сомнения в необходимости и целесообразности разработки общей функциональной типологии фразеологизмов в тексте, справедливо обращая внимание на то, что определение и описание этих функций невозможно без учета типа текста или коммуникативной ситуации [1, с. 156]. На первый план, по мнению лингвиста, должны выйти исследования способа употребления и функций фразеологизмов в конкретных текстах и жанрах (Textsorten). Именно такой подход позволяет, с одной стороны, избежать предвзятости при функциональной интерпретации фразеологизмов, а с другой, соотнести употребительность определенных типов фразеологизмов с соответствующими типами текстов.

Весьма важно в рассуждениях Х. Бургера также указание на возможность использования фразеологизмов с большей или меньшей степенью осознанности, что также находит отражение в тексте.

В задачи исследования взаимодействия фразеологизмов и текстов, результаты которого представлены в настоящей статье, входили:

- а) выявление фразеологизмов в австрийских и швейцарских газетных текстах;
- б) характеристика выявленных фразеологизмов с точки зрения их национальной отмеченности и стилистических свойств;
- в) установление соотношения общенемецкой и национально маркированной фразеологии в газетных текстах и соотношения типов фразеологизмов и жанра публикации.

Материалом для анализа и выявления фразеологизмов послужили тексты крупноформатных газетных жанров: редакционных статей (Leitartikel), интервью, комментариев, новостных статей, отражающих наиболее актуальные события и вопросы внутривнутриполитической жизни Австрии и Швейцарии. В целях получения более объективных данных выборка производилась как из крупных надрегиональных изданий, разных по политической направленности и читательской аудитории, в том числе таких, как австрий-

ские „Die Presse“, „Der Standard“, „Kronen Zeitung“, швейцарские „Neue Zürcher Zeitung“, „Tages-Anzeiger“, „Blick“ (швейцарский аналог немецкой „Bild“) и другие, так и из отдельных региональных газет.

В целом анализ материала подтвердил высказанную еще 10 лет назад Х. Бургером оценку ситуации с национально маркированной лексикой и фразеологией в средствах массовой информации обоих ареалов, а именно, отчетливое ее вытеснение („Überschichtung“, по Х. Бургеру) собственно немецким языковым материалом [1, с. 217]. Казалось бы, такая ситуация имеет под собой основание в немецкоязычной Швейцарии, в которой место литературного стандарта ограничено именно печатными СМИ, в то время как в большинстве остальных сфер языковой действительности господствуют диалектные формы, получившие обобщающее наименование Schwyzerdütsch [2, с. 63-70]. Именно этим обусловлена значительная ориентация швейцарских изданий, в том числе в языковом отношении, на прессу Германии. Но и в Австрии ситуация оказывается очень сходной. Даже в бульварной австрийской прессе фразеологические и лексические австрицизмы можно отнести к исключительным явлениям.

Немногочисленные национально отмеченные фразеологические единицы, обнаруженные в проанализированных текстах, дают основание для выделения следующих основных разновидностей их функционирования:

1. Использование австрийски и швейцарски маркированных фразеологизмов в заголовках статей.

В сильной позиции заголовка фразеологические австрицизмы и гельвецизмы в модифицированной или в своей исходной форме используются относительно часто. При этом лишь в немногих случаях можно предположить намеренный выбор национально отмеченной единицы. Так, статья в газете „Die Presse“ от 07.07.2012, посвященная вопросу использования молодежью Австрии специфически австрийских выражений, озаглавлена:

- (1) *Der Jugend ist das österreichische Deutsch **powidl**. Die junge Generation verwendet zu einem Drittel bundesdeutsche Bezeichnungen. Typisch österreichische Ausdrücke werden wenn, dann nur mündlich verwendet. Auch Präpositionen ändern sich* (Die Presse. 07.07.2012).

Употребление фразеологического австрицизма *jmdm. ist etwas (von) Powidl (jmdm. ist etwas egal)* призвано привлечь внимание общества к проблеме языкового самосознания молодых австрийцев. Выбор обиходно-разговорного выражения с негативной семантикой, безусловно, заостряет вопрос и усиливает воздействие на читателя.

Более характерно для газетных заголовков эксплуатирование не национально специфических, а именно фразеологических свойств выбранных выражений, их наглядного (яркого) образа, фокусирующего тему и создающего игровую интригу. Самобытное австрийское выражение *zum Handkuss kommen*, которое метафоризирует унижительную практику целования руки в знак поклонения и подчинения и означает 'draufzahlen, für andere einstehen müssen, die negativen Folgen tragen', используется в заголовке статьи „Einzelne Unternehmen werden *zum Handkuss kommen*“ из газеты „Die Presse“, посвященной последствиям брексита Великобритании для экономики Австрии. В заголовок вынесена цитата представителя австрийской бизнес-делегации в Лондоне, которая в полном варианте приводится и в основном тексте статьи:

- (2) *Christian Kesberg, Österreichs Wirtschaftsdelegierter in London, sagt: „Einzelne Unternehmen, die stark auf Großbritannien spezialisiert sind, werden zum Handkuss kommen“ (Die Presse 24.06.2016).*

В заголовке статьи в швейцарской NZZ от 7.1.2018 «Sie leben zwischen Stuhl und Bank», посвященной проблеме беженцев, статус которых не дает возможности найти достойную работу, использован характерный для Швейцарии фразеологизм, который наглядно и убедительно создает представление о положении этих отчаявшихся людей. Благодаря своей образности данное выражение, являющееся усеченным модификатом фразеологической единицы *zwischen Stuhl und Bank sein / kommen / fallen / geraten / sitzen* ('sich in einer ungünstigen Lage befinden'), по всей видимости, является весьма популярным у швейцарских журналистов в качестве заголовка разнообразных по тематике и жанровой принадлежности публикаций:

- (3) *“Die Lebensmittelhersteller sitzen zwischen Stuhl und Bank“ (Der Bund 22.01.2015)*
„Das Tram zwischen Stuhl und Bank“ (NZZ 30.7.2014)
„Kanada droht zwischen Stuhl und Bank zu fallen“ (NZZ 10.8.2016)

Своеобразием менталитета швейцарцев, их склонности к неторопливости и вдумчивости обусловлена употребительность фразеологизма *über die Bücher gehen* ('sich etw. gut überlegen, die Lage überdenken'), который можно обнаружить и в заголовках швейцарских газетных текстов. Этот фразеологический гельвецизм вынесен в заголовок интервью с экономистом Жераром Ветштайном «Der Kanton Schwyz sollte über die Bücher gehen» из газеты Tagesanzeiger, в котором обсуждалась экономическая ситуация в кантоне Швиц:

- (4) Welchen Schluss soll der Kanton Schwyz aus seinem Defizit ziehen?
*Für den Kanton Schwyz bietet sich jetzt eine gute Gelegenheit, **über die Bücher zu gehen**. Er könnte überprüfen, ob seine Strukturen noch zeitgemäss sind* (Tagesanzeiger. 10.04.2014).

По оценке лингвиста Кристиана Шмида, данное выражение обладает высокой частотностью в швейцарских СМИ и восходит к периоду, предшествующему появлению пишущих машинок, когда процесс составления бухгалтерских отчетов и ведения бухгалтерских книг требовал значительного времени [2]. Данный фразеологизм нередко встречается и в основных текстах газетных публикаций. В недавней аналитической статье газеты NZZ «In zwei Bereichen drängen sich neue Abkommen auf», посвященной переговорам Швейцарии с ЕС о заключении новых соглашений о доступе к европейским рынкам, в первом абзаце читаем:

- (5) *In den kommenden Wochen geht der Bundesrat jetzt **über die Bücher**: Er wird unter Einbezug der betroffenen Branchen klären, in welchen Sektoren er neue Abkommen mit der EU abschliessen will* (NZZ. 31.1.2018).

2. Намеренное использование фразеологизмов с национальной отмеченностью для создания эффекта самоидентификации.

Материал из газеты “Die Presse“, который можно отнести к жанру комментария, посвящен проблеме влияния языковой компетенции на самосознание и восприятие окружающего мира. Автор статьи Köksal Baltacı обращается к этому вопросу в связи с решением вновь избранного правительства Австрии о создании в школах специальных «немецких классов», призванных довести уровень владения немецким языком школьников из семей мигрантов

до необходимого для получения образования. Свою статью автор начинает с размышлений о том, как чувствуют себя люди, попавшие в страну, языком которой не владеют:

- (6) *Jeder kennt das: Man ist auf Urlaub oder Geschäftsreise in einem Land, dessen Sprache man zwar nicht perfekt, aber doch einigermaßen fließend spricht. Verständigung ist nicht das Problem, nur **läuft der Schmä**h nicht so, wie er sonst laufen würde. <...>. Der Urlaub geht schließlich irgendwann zu Ende, und man kehrt zurück nach Hause — in die eigene Sprache, in der man sich wohlfühlt und sich gewählt, eloquent und sicher ausdrücken kann. Und schon **läuft der Schmä**h wieder* (Die Presse. 04.01.2018).

Ключевую роль в этих размышлениях играет выражение *der Schmä*h *läuft*, стержневым компонентом которого является австрицизм венского происхождения *der Schmä*h, означающий специфически венскую разновидность юмора. Фразеологизм *Der Schmä*h *läuft* / *rennt* интерпретируется в словаре «Variantenwörterbuch des Deutschen» [3, с. 675] как обозначение хорошего настроения: „Es ist gute Stimmung, ein Scherz, eine Pointe folgt dem / der anderen“. Именно такое комфортное самоощущение в любой чужой стране обеспечивает человеку владение языком.

3. Употребление фразеологизмов для сатирического изображения поведения политиков и медийных лиц.

Фразеологизмы служат созданию образа, речевого портрета и эмоциональной оценке и нередко приводятся при цитировании высказываний данного лица, тем самым воспроизводятся особенности его устной речи:

В статье “I bin a Süßer“, oder: Mission Auffallen in Niederösterreich» из газеты “Die Presse“ речь идет о политике Франце Шнабле, который, пытаясь заручиться поддержкой своей партии (СДПА) на выборах в парламент земли Нижняя Австрия, прилагает все усилия, чтобы приобрести популярность, в том числе раздает пакеты с вафлями и со своим изображением.

- (7) „**Küss die Hand**“, sagt er zu der einen Verkäuferin. „Der Fesche am Sackerl da bin ich“, zur anderen. Drinnen gebe es Schnitten, „weil i bin a Süßer“ (Die Presse. 24.01.2018).

Использование фразеологического австрицизма *Küss die Hand* в качестве приветствия демонстрирует попытку «заигрывания» политика с простым народом.

В тексте сатирического комментария к прошедшим теледебатам по вопросу об отмене платежей за радио и телевидение в Швейцарии “Flasche leer bei «No Billag»” автор применил швейцарский вариант фразеологизма *sich / jemanden zum Kasper machen* ‘*sich / jemanden lächerlich machen*’ в отношении одного из участников передачи:

- (8) *Mit einer peinlichen Zehnerntli-Nummer machte sich Kessler gegen Ende der Sendung unumstösslich zum Kasperli* (<http://www.persoendlich.com>).

В данном случае использование в одном предложении двух слов с диминутивным суффиксом *-li* не столько придает национальный колорит, сколько способствует усилению уничижительного эффекта.

4. Семантическая модификация национально отмеченных фразеологизмов и экспликация их внутренней формы в контексте газетной публикации.

К сравнительно редким случаям такого рода можно отнести примеры использования фразеологических гельвецизмов *am Hag sein* и *jetzt ist genug Heu unten*. Оба фразеологизма являются письменной адаптацией диалектных выражений и обнаруживают в швейцарской прессе весьма частую употребительность.

Критическая статья в газете “Tages-Anzeiger” о судьбе территории бывшего аэродрома в местечке Дюбендорф имеет заголовок “Am Hag”, который состоит из эллиптированной формы исходного фразеологизма *am Hag sein* (‘*nicht weiter wissen, ratlos sein*’). Использование данного фразеологизма дает возможность двойной актуализации значения — прямого (‘*am Zaun*’) и фразеологического, подчеркивающей безысходность ситуации, сложившейся на ороженной территории:

- (9) *Am Hag*
Der Flugplatz Dübendorf ist eine Projektionsfläche für alle und alles: Er soll Flughafen, Innovationspark, Freizeitareal, Expogelände sein. Wir sind einmal rundherum spaziert (Tages-Anzeiger. 28.05.2017).

Интересно, что в самом тексте статьи данное выражение не повторяется, а в самом первом предложении автор предпочел использовать собственно немецкое *am Zaun*:

- (10) *Man wird ja gewarnt, wenn man am Zaun des Flugplatzes Dübendorf steht.*

К скандалу, вызванному обнаружением конины в продуктах фирмы Нестле, обращается журналист швейцарской «желтой» газеты „Blick“ и использует в подзаголовке статьи „Schweizer Bauern fordern ein Umdenken“ фразеологизм *es ist genug Heu unten* (‘jetzt ist es aber genug’), пришедший из дискурса крестьянского быта. Автор обыгрывает образную основу фразеологизма, включая при этом метаязыковую подсказку — вводное *sozusagen*:

- (11) Schweizer Bauern fordern ein Umdenken
BERN — Jetzt wurde auch in Nestlé-Produkten Pferdefleisch entdeckt. Für den Bauernverband ist nun sozusagen genug Heu unten. Er fordert die Konsumenten zum Nachdenken auf (Blick. 19.02.2013).

Заголовок комментария на тему домов престарелых в газете NZZ обнаруживает игру слов с использованием фразеологического гельвецизма (*zu jmdm., etw. Sorge tragen* (‘sich um jmdn., etw. kümmern’))

- (12) **Sorge tragen** zur privaten Altersvorsorge
Harte Regulierung, harte Kapitalvorschriften, tiefe Zinsen: Die Lebensversicherer haben Probleme, im BVG-Geschäft auf einen grünen Zweig zu kommen. Die Berset-Vorlage macht es noch schwieriger (NZZ. 25.5.2017).

Еще Х. Бургер обратил внимание на то, что данное выражение состоит из общенемецких лексических компонентов и, скорее всего, не осознается швейцарцами как гельвецизм [1, с. 221]. Это косвенно подтверждается достаточно частым употреблением данного фразеологизма как в заголовках, так и в интервью политиков. В частности, материал под рубрикой „Gedanken“, в котором автор выражает озабоченность по поводу состояния окружающей среды и изменения климата, озаглавлен «Mehr *Sorge tragen zur Natur!*». В заключительном абзаце данной статьи автор еще раз использует это выражение, тем самым усиливая аргументацию и воздействие на читателя:

- (13) *Es ist unsere Pflicht, **Sorge zur Umwelt zu tragen**. Nach uns sollen schliesslich hier auch noch Menschen angenehm leben können* (Landanzeiger. 11.01.2018).

Данный фразеологизм нынешний мэр города Цюрих Корин Маух применяет в интервью, опубликованном в газете NZZ под заголовком «Unsere Bevölkerung will kein Spektakel» в связи с предстоящими выборами в городской парламент. В ответ на упрек в том, что она и ее партия занимаются только управленческой деятельностью, она говорит:

- (14) *Wer etwas verwalten will, muss zuerst etwas haben. Wenn also «verwalten» heisst, den Errungenschaften und dem Erreichten in dieser Stadt **Sorge zu tragen**, es für die Zukunft zu sichern und weiterzuentwickeln, kann ich das akzeptieren* (NZZ. 15.1.2018).

5. Использование устойчивых словосочетаний терминологического характера, отражающих особенности общественного устройства в Австрии и Швейцарии, в новостных текстах официальной прессы.

Такого рода выражения, например, швейцарские *eine Motion einreichen / annehmen, den Vorstoss annehmen / gutheissen* и др., не обладают образной основой и представляют собой преимущественно фразеологические термины разной структуры, необходимые для адекватного изложения информации внутривосточного характера, в том числе для информирования о законодательных, управленческих, юридических, экономических мерах и событиях. При необходимости они могут неоднократно использоваться даже в пределах одного и того же газетного сообщения:

- (15) *Die Staatspolitische Kommission des Nationalrats **reichte im April eine Motion ein**, welche die vorläufige Aufnahme durch einen neuen Status ersetzen wollte. <...>. Während der Nationalrat **den Vorstoss annahm**, wies der Ständerat ihn an seine Kommission zurück* (NZZ/ 7.1.2018).

В швейцарских газетах обращает на себя внимание употребительность в текстах прессы, в том числе в заголовках, гельвецизма *bachab schicken* ('verwerfen, ablehnen') в связи с отрицательным решением вопроса о принятии многочисленных инициатив, что отражает особенности так называемой прямой демократии в Швейцарии:

- (16) *Neues Wassergesetz: Bürgerliche **schicken** Fonds für Renaturierungen **bachab*** (Limmattaler Zeitung, 6.2.2018)
- (17) *Die Stadtpolizei überlebt: Solothurner **schicken** Vorstoss **bachab*** (Solothurner Zeitung 27.6.2017)
- (18) *Bündner und Tessiner Gemeinden **schicken** Nationalparkprojekt **bachab*** (Aargauer Zeitung, 27.11.2016)

Из самых свежих примеров можно привести сообщение в NZZ под заголовком «Das ist ein Mittelfinger in Richtung Bern» об отклонении парламентом Лихтенштейна соглашения о возможности обращения жителей княжества к швейцарским врачам. В подзаголовке читаем:

- (19) *Die Liechtensteiner Bevölkerung sollte in der Schweiz zum Arzt gehen können. So wollten es Alain Berset und die Regierung in Vaduz. Aber das liechtensteinische Parlament **schickte** die Vereinbarung **bachab**. Es handelte sich damit viel Kritik ein* (NZZ, 8.1.2018).

Швейцарское словосочетание *auf der Traktandenliste stehen*, соответствующее собственно немецкому *auf der Tagesordnung stehen*, также встречается на страницах швейцарской прессы, например, в статье «Kantone wollen Gewalt-Demonstranten zur Kasse bitten» о возможном введении платы за погромы во время демонстраций:

- (20) *Auch im Kanton Zürich **steht** das Thema **auf der Traktandenliste**. Der Regierungsrat muss zu einer parlamentarischen Initiative Stellung nehmen <...>* (NZZ, 24.1.2018)

Для австрийского административно-правового дискурса характерно использование терминологического словосочетания *ein Bescheid erlassen*, национальная маркированность которого обусловлена особенным понятийным содержанием компонента *Bescheid*. В Германии этот термин используется в отношении уведомления, то есть служебного письма специальной формы, содержащего один или несколько административных актов. В Австрии же он служит для номинации решений и распоряжений, принятых административными органами в отношении конкретных лиц, компаний и так далее и выражающих определенное официальное намерение властей. Именно в этом значении фразеологизм обнаруживается в газетных публикациях, содержащих официальную информацию о принятых различными органами решениях. Например, в статье под заголовком “Doppel-Staatsbürgerschaft: Kaum

Verfahren gegen Austro-Türken“ в газете “Die Presse“ речь идет о проверке наличия двойного австрийско-турецкого гражданства и принятии решений в отношении установленных граждан:

(21) *Bisher seien zwei Bescheide erlassen worden, sagte Peter Anerinhof, Leiter der Abteilung Staatsbürgerschaft und Wahlen beim Land Niederösterreich (...).*

In Tirol wurde in Zusammenhang mit der türkischen Wählerevidenz, die seitens der FPÖ im Mai 2017 dem BMI übermittelt worden war, ein Musterverfahren eingeleitet und ein Bescheid erlassen, teilte das Land mit (Die Presse. 21.01.2018)

Специфически австрийское словосочетание *in Karenz gehen* (*Karenz* –*Karenzurlaub* — *unbezahlter Urlaub*) [4, с. 388] приобрело в определенном мере символический характер в период предвыборной кампании в земле Нижняя Австрия. Представительницы партии NEOS — Новая Австрия и Либеральный форум в очередной раз выдвинули лозунг равноправия мужчин и женщин в вопросе отпуска по уходу за ребенком, который вынесен в заголовок статьи “Neos an Männer: Nicht «du musst *in Karenz gehen*, sondern du darfst”. Завершается данная новостная статья газеты “Die Presse“ повторным цитированием высказывания одной из лидеров партии, которое уже было представлено в заголовке, что обеспечивает рамочную структуру текста и тем самым направляет фокус внимания читателя:

(22) *In diesem Zusammenhang merkte sie auch an, dass Männer nicht gesagt werden solle, „du musst *in Karenz gehen*, sondern du darfst“ (Die Presse. 24.01.2018).*

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы. Подавляющее большинство обнаруженных в текстах прессы Австрии и Швейцарии национально специфических фразеологизмов обладают яркой образностью и служат усилению аргументации и эмоционального акцентирования внимания читателя. Использование образных фразеологизмов в большей мере характерно для аналитических и диалогических жанров (комментарий, интервью), в несколько меньшей — для новостных. Журналисты тщательно выбирают языковые средства, не стремятся приукрасить текст ради его внешней привлекательности, а уделяют основное внимание смыслу, заложенному во фразеологической единице.

Специфически австрийские и швейцарские фразеологизмы в большинстве случаев имеют общенемецкий компонентный состав и используются авторами текстов наряду с общенемецкими без намерения подчеркнуть национальную самобытность, которая, по всей видимости, ими не всегда осознается. В целом собранный материал подтверждает упомянутую выше оценку ситуации в СМИ, высказанную Х. Бургером, о «подавлении» национально специфического языкового материала общенемецким в письменном регистре, о стремлении авторов публикаций в австрийских и швейцарских печатных изданиях к использованию языковых средств по образцу собственно немецкого стандарта. Весьма заметно желание редакций газет Австрии и Швейцарии ничем не отличаться в языковом отношении от аналогичных изданий в Германии. Такая тенденция наблюдается не только в крупных надрегиональных газетах, но и в региональных изданиях.

Немногочисленные фразеологические австрицизмы и гельвецизмы обнаруживаются, прежде всего, в текстах интервью и других жанров при цитировании прямой речи, которая во многих случаях первоначально, вероятно, имела диалектное оформление. Такие фразеологизмы крайне редко подвергаются формальной и/или семантической модификации. При этом обращает на себя внимание достаточно частое использование фразеологических единиц, отмеченных в словарях как обиходно-разговорные (*umgangssprachlich*) или даже грубоватые, фамильярные (*salopp*), в текстах официальных интервью, в том числе политиков высокого ранга, и в новостных сообщениях, цитирующих слова высокопоставленных лиц.

Также необходимо отметить преобладание национально отмеченных фразеологизмов в заголовках и подзаголовках разнообразных по жанру публикаций, в то время как в основном массиве текста чаще используется общенемецкая фразеология.

Литература

1. *Burger, H.* Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 3., neu bearb. Aufl.. Berlin: Schmidt, 2007 (Grundlagen der Germanistik, 36).
2. *Schmid, Chr.* Schweizer gehen gerne über die Bücher [Электронный ресурс] URL: <https://www.srf.ch/sendungen/mailbox/schweizer-gehen-gerne-ueber-die-buecher> (дата обращения: 29.01.2018)

3. Домашнев, А. И., Копчук, Л. Б. Типология сходств и различий языковых состояний и языковых ситуаций в странах немецкой речи. СПб.: Наука, 2001.
4. Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol / U. Ammon. Berlin; New York: De Gruyter, 2004.

References

1. Burger, H. *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 3., neu bearb. Aufl. Berlin: Schmidt, 2007 (Grundlagen der Germanistik, 36).
2. Schmid, Chr. *Schweizer gehen gerne über die Bücher*. Available at: <https://www.srf.ch/sendungen/mailbox/schweizer-gehen-gerne-ueber-die-buecher>
3. Domashnev, A. I., Kopychuk, L. B. *Tipologiya skhodstv i razlichii iazykovykh sostoianii i iazykovykh situatsii v stranakh nemetskoi rechi* [Typology of similarities and differences in linguistic states and language situation in German speaking countries]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2001 (in Russian).
4. *Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol* / U. Ammon. Berlin, New York, "De Gruyter", 2004.

Копчук Любовь Борисовна

заведующая кафедрой немецкой филологии РГПУ им. А. И. Герцена,
доктор филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, 48

Kopchuk Liubov B.

Professor, Head of the German Philology Department,
Herzen State Pedagogical University of Russia,
Doctor of Philological Sciences
Address: 48, Moika emb., 191186, St. Petersburg, Russian Federation

E-Mail: lkopchuk@herzen.spb.ru