

Bibliographie

1. Adam J.-M. Analyse du discours publicitaire / Jean-Michel Adam, Marc Bonhomme. – Édition Universitaire du Sud, 2000. – 230 p.
2. Beigbeder F. 99 F. Le Manuel d'utilisation de la société d'hyperconsommation / Frédéric Beigbeder, Jan Kounen, Simon Allux, Jean-Luc Planche. – Paris : Télémaque, 2007. – 200 p.
3. Reboul A. La pragmatique aujourd'hui / Anne Reboul, Jacques Moeschler. – Paris : Seuil, 1998. – 220 p.
4. Rochefort R. La société des consommateurs / Robert Rochefort. – Paris : Odile Jacob, 2001. – 282 p.

Dictionnaire

5. Larousse : Dictionnaire de français [Ressource électronique]. – Le régime d'accès : www.larousse.fr.

Ouvrages cités

6. Beigbeder F. 99 francs / Frédéric Beigbeder. – P. : Edition Grasset & Fasquelle, 2000. – 282 p.
7. Beigbeder F. L'amour dure trois ans / Frédéric Beigbeder. – Paris : Edition Grasset & Fasquelle, 2001. – 232 p.

Андрієвська Вікторія. Образ споживацького суспільства в романах Ф. Бегбедера: лінгвокогнітивний аспект. У статті йдеться про лінгвокогнітивний аспект дослідження творів Ф. Бегбедера. Мета розвідки – виявити семантичні засоби вираження образу споживацького суспільства в сучасному французькому романі. Основними завданнями автор визначає представлення образу людини XXI ст., визначення сфер її життя, що зазнали найбільших змін, розкриття факторів, що зумовили такі зміни. У творах Бегбедера сучасне суспільство – це світ без моральних цінностей і сенсу життя, світ, де все купується та продається. На мовному рівні останнє підтверджують дієслова “acheter” і “vendre”, ужиті в пасивній формі. У сучасному світі об'єкти купівлі-продажу на рівні з товарами – людина, кохання, щастя і навіть кольори. Метафора L'HOMME EST UN PRODUIT віднаходить своє лінгвальне вираження в тексті роману “99 francs”. У сучасному світі важливим фактором впливу на людину є реклама. Вона оволоділа всіма сферами життя людини: телебачення, преса, спорт тощо. XXI ст. проголошено століттям Третьої світової війни, війни реклами проти людства. Лексема “cible” засвідчує цілеспрямованість і рішучість такої боротьби. Продукти споживання замінили сучасній людині Бога, а торгові марки – вірування та переконання.

Ключові слова: споживацьке суспільство, реклама, торгова марка, споживач, концептуальна метафора, сучасний французький роман.

Andriyevska Victoria. The Image of Consumerism in the Novels by F. Beigbeder: Linguistic and Cognitive Aspects. The article deals with the linguistic and cognitive aspects of research of the novels by F. Beigbeder. The aim of the article is to identify the semantic means of expression of the image of the consumers' society. The author of this article sets the following goals: to present the image of the person of XXI century, to define the spheres of human activity, which had gone through the hugest changes as well as to expose the factors that stipulated these changes. In novels by Beigbeder the modern society is a society with no moral values and sense of life, where everything can be bought and everything is for sale. At the linguistic level the last is proved by the use of verbs “acheter” and “vendre” in a passive. In the modern world a human being, love, happiness, and even colors are for sale at one level with the other consumption commodities. The metaphor L'HOMME EST UN PRODUIT finds its linguistic expression in the text of the novel “99 francs”. In the modern world the important factor of influence on a person is advertisement. It captured all spheres of human life: television, press, sport etc. XXI century is announced the century of the Third World War, war of advertisement against humanity. The lexeme “cible” testifies the purposefulness and determination of such fight. The modern people replaced God by the consumption commodities, and their beliefs and persuasions – by the trade labels. Today under happiness we understand Nestlé, and under a blue color we present the bottle of Pepsi.

Key words: consumerism, advertisement, consumer, trade label, metaphor, French modern novel.

УДК 808.5(042.52)'42

Леся Басюк

**СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ СПІКЕРА ЯК АДРЕСАНТА Й АДРЕСАТА
В ДИСКУРСІ ДЕБАТІВ У ПАРЛАМЕНТІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА КОНГРЕСІ США**

Стаття присвячена одному з учасників англomовних парламентських дебатів – Спікерові. Здійснено спробу виявити роль і місце Спікера в дискурсі дебатів у парламенті Великобританії та Конгресі США. Розглянуто визначення понять “стратегія” і “тактика”. Визначено, що тактика є інструментом реалізації обраної мовцем стратегії спілкування. Здійснено спробу визначення комунікативних стратегій і тактик Спікера як адресанта й

адресата в ході парламентських дебатів. Зроблено порівняння тактичного арсеналу Спікера як адресанта й адресата в парламенті Великобританії та Конгресі США. Автор дійшов висновку, що обрана стратегія координації мовного спілкування спільна і для Спікера парламенту Великобританії, і для Спікера Конгресу США. Тактики реалізації стратегії координації також спільні – тактика презентації, регулювання та реакції. Спікерів Конгресу США притаманна ще одна стратегія мовної поведінки – кооперативна стратегія. Для реалізації кооперативної стратегії Спікер Конгресу США застосовує тактики перепитування і запиту інформації. Вибір додаткової стратегії дає йому змогу більшою мірою впливати на процес комунікації й адресатів під час парламентських дебатів.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, парламентський дискурс, адресант, адресат.

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблема вивчення стратегій і тактик мовця в сучасній лінгвістиці залишається актуальною в наукових розвідках мовознавців (див. роботи Іссерс 1999, Фролової 2009, Сковородникова 2004, Яшенкової 2002, Козьміної 2001, Славоної 2006 та ін.), оскільки вибір оптимальних мовних засобів, які забезпечують досягнення адресантом поставленої комунікативної мети та його вплив на адресата, – важлива умова успішного протікання комунікації.

Мета статті – виокремити та порівняти обрані Спікерами парламенту Великобританії та Конгресу США стратегії і тактики, що забезпечують (або унеможливають) ефективність спілкування комунікантів. Досягнення мети передбачає розв’язання таких *завдань*: 1) проаналізувати мовленнєві інтеракції учасників дискурсу дебатів у парламенті Великобританії та Конгресі США; 2) визначити роль і місце Спікера як одного з учасників парламентської взаємодії; 3) виокремити стратегії і тактики мовної поведінки Спікерів парламенту Великобританії та Конгресу США; 4) порівняти тактико-стратегічний арсенал Спікерів. **Актуальність** дослідження полягає, з одного боку, у його практичному значенні для політичної практики, а з іншого – у відсутності лінгвістичних робіт, присвячених комплексному вивченню усного компаративного англomовного дискурсу дебатів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Аналіз досліджуваних мовленнєвих інтеракцій учасників дискурсу дебатів показав, що спілкування комунікантів – і в парламенті Великобританії, і в Конгресі США – відбувається в тривимірній площині: Спікер – Парламентар – Відповідач (Великобританія) та Спікер – Конгресмен – Відповідач (США).

Дебати в сучасній Палаті громад відбуваються в певному стилістичному жанрі, який склався історично і сьогодні залишається незмінним. Високий ступінь регламентації і британського парламентського дискурсу взагалі, і одиниць мовленнєвої діяльності, що вживаються кожним із його учасників, зумовлені особливостями розвитку парламентаризму у Великій Британії. Однотипні одиниці мовленнєвої діяльності, регулярно повторювані в мовленнєвих діях кожного з учасників британських парламентських слухань, дають підставу для їх поділу за комунікативним статусом – Спікер, парламентар, член уряду (відповідач), які є ідентичними їх політичному статусу [9].

Функції Спікера Палати представників у Конгресі США досить великі. Він керує ходом роботи палати й забезпечує дотримання встановлених процедурних правил. Йому належить право призначення членів у погоджувальні комітети. Він вирішує процедурні суперечки й забезпечує порядок у місці засідань палати. Одна з найважливіших його функцій – право визнання. Від розсуду Спікера може залежати, отримає чи не отримає член уряду слово, буде чи не буде йому надано право внести будь-яку пропозицію [15].

Окрім зазначених функцій, Спікер Конгресу США має право брати безпосередньо участь у дебатах, виконуючи роль адресанта й запитуючи відповідачів про сферу їхньої діяльності.

Триадна структура мовленнєвої взаємодії учасників дискурсу дебатів зумовлена статусно-рольовими відносинами, які характерні для дискурсу дебатів як інституційного типу дискурсу. Отже, можна визначити й певний тактико-стратегічний репертуар кожного з учасників комунікації, зумовлений функціями, які мовці виконують під час дебатів. Мета

застосування тактичного репертуару спрямована на реалізацію обраної мовцем стратегії спілкування та забезпечення гармонійного протікання комунікації.

Наукові студії сучасних лінгвістів зосереджені на дослідженнях виокремлення стратегій і тактик у різних типах дискурсу [3–4; 11–12]. Однак, незважаючи на велику кількість запропонованих класифікацій тактико-стратегічного потенціалу учасників мовленнєвої взаємодії залежно від дискурсу їх реалізації, спільним є власне поняття стратегії і тактики. Науковці визначають стратегію як загальний план, а тактику – як конкретний спосіб реалізації мети мовця.

А. П. Сковородников зазначає, що поняття “мовна тактика” (комунікативна тактика) і “мовна стратегія” (комунікативна стратегія) потрібно розглядати як частину й ціле [10]. Т. В. Матвеева інтерпретує такий системний підхід до вивчення тактико-стратегічного потенціалу мовленнєвої діяльності, як вид і рід [8]. Відтак визначати ці два поняття слід у співвідношенні одне з одним.

І. Н. Борисова вважає, що комунікативна стратегія є результатом організації мовленнєвої поведінки комуніканта відповідно до прагматичних установок та інтенцій. У широкому розумінні, комунікативну стратегію слід розуміти як загальний намір, завдання глобального масштабу, що диктується практичною метою продуцента. Тактику спілкування І. Н. Борисова розглядає в межах діалогу й визначає як динамічне використання комунікантами мовленнєвих умінь побудови реплік діалогу як складників стратегій ведення діалогів [1].

Є. В. Ключев трактує стратегію в комунікації як сукупність запланованих мовцем дій, які реалізуються під час комунікативного акту, а тактику розуміє як сукупність практичних кроків у процесі реального спілкування [6].

В. С. Третьякова комунікативну стратегію пояснює як прийняте рішення мовця про послідовність мовних дій, які визначатимуть його ключову поведінку [13].

І. Г. Брадецька вказує, що стратегію мовного спілкування звичайно розуміють як процес побудови комунікації, спрямованої на досягнення довгострокових результатів, а тактику – як сукупність прийомів ведення бесіди й лінію поведінки на певному етапі в межах окремого мовного жанру. При цьому метою комунікативної стратегії може бути завоювання авторитету, вплив на світогляд, заклик до вчинку, співробітництва або утримання від будь-якої дії, а тактика включає конкретні прийоми, використані й відібрані для залучення уваги, установлення і підтримки контакту з партнером, впливу на нього, переконання тощо [2].

У цій статті поділяємо думку О. С. Іссерс, яка визначає поняття “стратегія” як когнітивний план спілкування, за допомогою якого контролюється оптимальне розв’язання комунікативних завдань мовця в умовах нестачі інформації про дії партнера [5, с. 14]. Мовленнєву тактику дослідниця визначає як одну або декілька дій, що сприяють реалізації стратегії [5, с. 16].

Проаналізувавши дискурс дебатів у парламенті Великобританії та Конгресі США, визначили стратегію і тактику Спікера як одного з учасників мовленнєвої інтеракції, який виступає і адресантом, і адресатом у межах комунікативних подій парламентських дебатів.

Роль Спікера в парламенті Великобританії передбачає виконання ним функції координатора процедури ведення дебатів, а відтак визначає його вибір стратегії координації мовленнєвої поведінки, спрямованої на регулювання мовленнєвих дій адресата під час парламентських дебатів. У межах стратегії координації було виявлено такі тактики:

1) *тактика презентації*, яка передбачає зосередження уваги учасників комунікативних подій парламентських дебатів на представленні порядку денного та особах відповідачів.

(1) *The Chair: I welcome Sue Bott and Andrew Lee. For the sake of the record, will you kindly start by introducing yourselves?*

Sue Bott: My name is Sue Bott and I am director of the National Centre for Independent Living, which is a national organisation based in London [16].

2) *тактика регулювання*, яка передбачає втручання Спікера в процес комунікації для дотримання учасниками дебатів регламентованих дій.

(2) **Maria Miller:** *Are there any other responses from other panel members?*

Adrienne Burgess: *We are looking into charting the father's journey – for Maria, actually. We are researching to find out where the men go because we know they are not getting the information and being engaged with early enough.*

The Chair: *We will have to draw things to a close as we have run slightly over time. Thank you very much for your evidence [16].*

(3) **Jane Ellison:** *I was going to ask about the under-occupation of social housing. We have heard a range of different views and concerns this afternoon. One was about the lack of smaller properties.*

The Chair: *Order. I am afraid that the clock has beaten us. That brings us to the end of the time allotted for the Committee. I thank the Secretary of State for coming before us and giving evidence [16].*

3) тактика реакції є тактикою Спікера в ролі адресата й передбачає надання відповіді чи коментаря при звертанні до нього одного з учасників парламентської взаємодії.

(4) **John Glen:** *The point is that it is a risk; it is not an inevitable consequence.*

Sam Royston: *It is not inevitable. Nothing is inevitable, but it is a real risk.*

The Chair: *Let us welcome Fran Bennett, who was unfortunately delayed by train problems.*

Fran Bennett: *I apologize. There was a fatality.*

The Chair: *Do not worry. The first question about universal credit will be of particular interest to you, so I will ask Mr. Timms if he would like to pursue that [16].*

Отже, Спікер парламенту Великобританії в межах обраної ним стратегії координації застосовує тактики презентації, регулювання та реакції, виступаючи в ролі і адресанта, і адресата.

Спікер Конгресу США втілює свій намір комунікативного впливу на співрозмовників завдяки двом стратегіям мовної поведінки – стратегії координації та кооперативної стратегії. Стратегія координації втілюється в таких тактиках:

1) тактика презентації спрямована на ознайомленні порядку денного та представленні відповідачів.

(5) **The Chairman.** *At this time, I would like to turn it over to our Ranking Member, Mr. Fortenberry.*

Mr. Fortenberry. *Thank you, Mr. Chairman.*

The Chairman. *And the chair now recognizes the gentleman from Texas, Mr. Conaway. Pass. We would recognize the gentleman, I believe we are lined up here, let me look here, Mr. Kissell from North Carolina.*

Mr. Kissell. *Thank you, Mr. Chairman, and welcome, Chairman Gensler. Your responsibilities for investigations and oversight, are you adequately staffed there to try to make sure that those areas are sufficiently covered? [17]*

2) тактика регулювання забезпечує дотримання регламенту учасниками парламентської взаємодії внаслідок втручання Спікера в процес комунікації.

(6) **Mr. Mitchem.** *Right. That is one of our principal concerns.*

Mr. Miller. *Thank you.*

Chairman Kline. *I thank the gentleman. His time has expired [17].*

3) тактика реакції є тактикою Спікера як адресата мовлення, якою він послуговується при звертанні до нього одного з учасників комунікації.

(7) **Mr. Fortenberry.** *Thank you very much. That is all I have, Mr. Chairman.*

The Chairman. *Thank you very much [17].*

Кооперативна стратегія Спікера у Конгресі США представлена такими тактиками:

1) тактика запиту інформації.

The Chairman. *But that is waiting towards the end. When are they eligible to receive it? Is it the beginning of the month? Are they waiting a week or 2? Are they trying to survive on what they have, until someone goes there?*

Mr. Squirrel. *That is correct; they get it once a month. We try to make sure they get it every 4 weeks. Once we get them on the schedule, they usually stay on the schedule and then we try to do it every 4 weeks. So it is just 4 weeks, or once a month. We don't make them wait 50 days. So it is a regular interval. There is a 30–31 day interval in between [17].*

2) тактика перепитування передбачає уточнення, підтвердження або заперечення попередньо озвученої інформації, яка зацікавила Спікера.

The Chairman. *Okay, thank you. You mentioned at the beginning of your testimony, if I am correct, that in the food distribution allocation for 2011, the President has allocated \$110 million. Is that correct?*

Mr. Concannon. *Yes, sir [17].*

Отже, тактико-стратегічний арсенал Спікера Конгресу США представлений стратегією координації та кооперативною стратегією, які реалізуються тактиками презентації, регулювання, реакції, запиту інформації та перепитування.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Тактика як частина є складником стратегії як цілого, причому тактик у межах однієї стратегії може бути декілька. Для досягнення комунікативних цілей Спікер парламенту Великобританії керується стратегією координації, для реалізації якої використовує тактики презентації, регулювання та реакції. Стратегія координації і тактики її актуалізації застосовує також і Спікер Конгресу США у своїй мовленнєвій діяльності. Окрім стратегії координації, Спікер Конгресу США дотримується також кооперативної стратегії, застосовуючи тактики запиту інформації, надання коментаря та перепитування для її реалізації. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в аналізі мовних засобів реалізації тактико-стратегічного потенціалу Спікерів дискурсу дебатів у парламенті Великобританії та Конгресі США.

Джерела та література

1. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И. Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры : сб. науч. тр. / Отв. ред. Т. В. Матвеева. – Екатеринбург : АРГО, 1996. – С. 21–48.
2. Брадецкая И. Г. Обучение старшеклассников профильно-ориентированных классов этикетному речевому поведению в ситуации делового общения : автореф. ... канд. филол. наук : 13.00.02 / И. Г. Брадецкая ; Моск. гос. пед. ун-т. – М. : [б. и.], 2007. – 23 с.
3. Габідуліна А. Р. Мовленнєві стратегії навчально-педагогічного дискурсу / А. Р. Габідуліна // Вісник Львів. ун-ту. Сер. “Філологія”. – 2006. – Вип. 38, ч. 2. – С. 104–110.
4. Гуцол А. М. Мовні засоби вираження тактики погрози у німецькомовному сімейному конфронтативному діалогічному дискурсі [Електронний ресурс] / А. М. Гуцол // Альянс наук: вчений – вченому : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 берез. 2012 р.) : у 6 т. Т. 3 : Культурологія. Мистецтвознавство. Філологія. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2012. – 140 с. – Режим доступу : <http://topreferat.znate.ru/pdfview/index-5492.html>
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / О. С. Иссерс. – Омск : [б. и.], 1999. – 29 с.
6. Клюев Е. В. Риторика (Инвенция, Диспозиция, Элокуция) / Е. В. Клюев. – М. : ПРИОР, 2001. – 272 с.
7. Козьмина В. Н. Языковая реализация гибких коммуникативных тактик в английском диалоге : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. Н. Козьмина. – СПб. : [б. и.], 2001. – 20 с.
8. Матвеева Т. В. Русский язык, культура речи, стилистика, риторика : учеб. словарь / Т. В. Матвеева. – М. : Флинта ; Наука, 2003. – С. 284–285.
9. Рябоконт Г. Л. Дискурсивні особливості інтернет-публікацій дебатів британського парламенту : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08 / Г. Л. Рябоконт ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л. : [б. в.], 2005. – 276 с.
10. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий “риторический прием”, “стилистика”, “речевая тактика”, “речевой жанр” в практике терминологической лексикографии / А. П. Сковородников // Риторика ↔ Лингвистика : сб. науч. ст. – Смоленск : СГПУ, 2004. – Вып. 5. – С. 5–12.
11. Скуратовська Т. А. Аргументація в американському судовому дискурсі (на матеріалі справ за участю суду присяжних) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. А. Скуратовська ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : [б. в.], 2002. – 20 с.

12. Славова Л. Л. Комунікативні стратегії і тактики у масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських інтернет-джерел) [Електронний ресурс] / Л. Л. Славова. – Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/2210/1/06sldzm.pdf>.
13. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения : дис. ... д-ра филол. наук / В. С. Третьякова ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург : [б. и.], 2003. – 301 с.
14. Яшенкова О. В. Реалізація принципів спілкування в діловій сфері / О. В. Яшенкова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : Логос, 2002. – № 7. – С. 561–573.
15. Конгрес США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua-referat.com/>
16. The Hansard Records [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.publications.parliament.uk/>
17. Congressional Records [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.house.gov/committees/>

Басюк Леся. Стратегии и тактики Спикера как адресанта и адресата в дискурсе дебатов в парламенте Великобритании и Конгрессе США. Стаття посвящена одному из участников англоязычных парламентских дебатов – Спикеру. Делается попытка выявить роль и место Спикера в дискурсе дебатов в парламенте Великобритании и Конгрессе США. Рассмотрены определения понятий “стратегия” и “тактика”. Определено, что тактика является инструментом реализации выбранной говорящим стратегии общения. Делается попытка определения коммуникативных стратегий и тактик Спикера как адресанта и адресата в ходе парламентских дебатов, а также сравнение тактического арсенала Спикера как адресанта и адресата в парламенте Великобритании и Конгрессе США. Таким образом, автор пришел к выводу, что выбранная стратегия координации речевого общения является общей и для Спикера парламента Великобритании, и для Спикера Конгресса США. Тактики реализации стратегии координации также являются общими – тактика презентации, регулирования и реакции. Спикеру Конгресса США присуща еще одна стратегия речевого поведения – кооперативная стратегия. Для реализации кооперативной стратегии Спикер Конгресса США применяет тактики перепитывания и запроса информации. Выбор дополнительной стратегии позволяет ему в большей мере воздействовать на процесс коммуникации и адресатов в ходе парламентских дебатов.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, парламентский дискурс, адресант, адресат.

Basyuk Lesya. Speaker’s Strategies and Tactics as Addresser and Addressee in the Discourse of the Debate in the UK Parliament and the US Congress. The article is devoted to one of the participants in the English-speaking parliamentary debates – Speaker. Attempts have been made to identify the role and place of the Speaker in the discourse of debate in the UK Parliament and the US Congress. The definition of the concepts of strategy and tactics is considered. It is determined that the tactic is a tool for the implementation of the Speaker’s selected communication strategies. It attempts to determine the communicative strategies and tactics of the Speaker in the role of the sender and the recipient during the parliamentary debates. The tactical arsenal of the Speaker in the UK Parliament and the US Congress is compared. Thus, the author concluded that the chosen strategy of the coordination of verbal communication is common to the Speaker of the Parliament of Great Britain, and to the Speaker of the US Congress. Tactics of strategy of the coordination realization are common – the tactic of presentation, regulation and response. Speaker of the US Congress is inherent another strategy of verbal behavior – a cooperative strategy. To implement cooperative strategy, Speaker of the US Congress uses tactics of repeating the question and of information request. Selecting additional strategy allows the Speaker of US Congress to influence increasingly the process of communication and addressee during the parliamentary debates.

Key words: communication strategy, communication tactic, parliamentary discourse, sender, addressee.

УДК 811.112.2’373

Оксана Белих

КОНСОЛІДАЦІЯ ЗАСОБІВ БУДОВИ НІМЕЦЬКИХ РЕЧЕНЬ ЕПОХИ ПІЗНЬОГО СЕРЕДНЬОВІЧЧЯ

У статті досліджено будову речень середньовісньонімецької мови. Речення поділяють на розповідні, спонукальні, запитальні. Розрізняють підметові, присудкові, додаткові, адвербіальні, атрибутивні підрядні речення в середньовісньонімецькій мові. Трапляються також умовні підрядні речення і підрядні речення постулки без ввідного сполучника. Непрямі питальні речення вводяться питальними займенниками або