

УДК 811.112.2'373.7:81'42

**Нестерук Я. А.,
студентка,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки**

**Лисецька Н. Г.,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри німецької філології,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки**

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОГО НІМЕЦЬКОМОВНОГО МЕДІА-ДИСКУРСУ

Постановка проблеми. Фразеологізми (стійкі образні вислови) є невід'ємною складовою мовної картини світу і об'єктом ґрунтовного вивчення сучасної лінгвістики [1]. Вони зберігають у собі культуру, історію та ментальність народу, а їх використання у різних типах дискурсу привертає все більшу увагу дослідників. Зокрема, медіадискурс – мова засобів масової інформації – стає продуктивним середовищем для активізації та оновлення фразеологізмів [4]. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком інтернет-видань та мультимедійних платформ, де фразеологізми отримують нові

форми реалізації (у поєднанні з візуальними, гіпертекстовими та інтерактивними елементами).

Метою роботи є комплексний аналіз фразеологізмів у сучасному німецькомовному медіадискурсі. Дослідження проводиться на матеріалі сучасних німецькомовних медіа (періодична преса і онлайн-видання, зокрема *Der Spiegel*, *Die Zeit*, *Deutsche Welle* та ін.), що забезпечує репрезентативність аналізу.

Результати дослідження. На основі аналізу німецькомовних медіатекстів (новинні статті, аналітичні огляди, журнальні публікації) встановлено, що фразеологізми у сучасній німецькій пресі представлені різними структурними типами – від стійких словосполучень до цілих речень-прислів'їв і крилатих виразів [2]. У заголовках часто використовуються прислів'я або їх модифікації як завершені смислові одиниці, що підсилюють стилістичний ефект впізнаваності та образності. Серед медійних фразеологізмів трапляються як номінативні (іменникові, дієслівні фразеологічні звороти), так і предикативні конструкції [6]. Їхня структурна стійкість поєднується з семантичною цілісністю: значення фразеологізму не впливає безпосередньо зі значень компонентів, а вимагає від реципієнта фонових знань для адекватного розуміння.

Німецький медіадискурс містить значний пласт національно забарвлених фразеологізмів, зрозумілих переважно носіям німецької мови і пов'язаних із культурно-історичним досвідом (наприклад, *Achillesferse* – «ахіллесова п'ята», *eine zweischneidige Sache* – «палиця з двома кінцями»). Поряд із ними активно функціонують інтернаціональні фразеологізми – сталі вирази, спільні для кількох мов або запозичені з інших мов (біблійні, античні крилаті вислови, англіцизми). Таке співіснування збагачує зміст медіатекстів і розширює їхню аудиторію [3].

У медіа фразеологізми вживаються як у традиційному, узуальному вигляді, так і з численними авторськими модифікаціями чи інноваціями. Журналісти часто трансформують відомі вирази, аби досягти стилістичного ефекту новизни, іронії або гри слів [5]. Наприклад, класичний вираз *Ende gut, alles gut* («кінець діло вінчає») може набувати варіації *Ente gut, alles gut* (гра слів із *Ente* – «качка») у заголовку сатиричної статті. Такі оказіональні трансформації виконують експресивно-емоційну й атрактивну функції – привертають увагу, додають гумору та підтримують контакт із читачем.

Фразеологізми виконують низку важливих функцій:

- емоційно-експресивну – підсилюють виразність і емоційне забарвлення тексту;

- оцінну (аксіологічну) – приховано виражають позитивне чи негативне ставлення;

- розважальну та інтерактивну – роблять мову легшою для сприйняття, апелюючи до спільного культурного досвіду [7]. У політичних новинах, особливо у висвітленні війни росії проти України, активно вживаються фразеологізми з воєнною семантикою, які створюють ефект напруги, протистояння і боротьби, наприклад: *am Pranger stehen* («бути на ганьбі»), *den Kampf aufnehmen* («розпочати боротьбу»), *in die Schusslinie geraten* («потрапити під обстріл»).

Висновки. Фразеологізми є важливим і багатофункціональним елементом сучасного німецькомовного медіадискурсу. Вони забезпечують економність і виразність мовлення, створюють стилістичний ефект впливу, допомагають формувати оцінне ставлення й підтримують зв'язок із аудиторією через спільні культурні коди.

Перспективи подальших досліджень убагаються у аналізі фразеологізмів, що виникають у зв'язку з російсько-українською війною, зокрема у німецьких і українських медіа: порівняння їхніх семантичних полів, метафоричних моделей та оцінних стратегій дозволить простежити, як крилаті вислови відображають сучасні політичні й емоційні реалії.

Література

1. Беззубова О. О., Рибачок К. В. Сучасний німецькомовний медіадискурс та перекладацька проблематика його концептів. *Молодий вчений*. 2023. № 8 (120). С. 19–22. DOI <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-8-120-5>.

2. Гоян А. В. Функціональний аспект фразеологізмів у дискурсі економічних рубрик сучасної німецької преси. *Наук. праці МАУП*. Сер. : Філологія. 2021. Вип. 2 (2). С. 10–14. URL : <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v2/02.pdf>.

3. Дроботенко В. М. Використання фразеологізмів у новинному медіадискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 61, Т. 1. С. 170–174. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/61-1-28>.

4. Кравченко В. О. Фразеологізми сучасного німецькомовного медіа-дискурсу: перекладацький аспект : магіст. робота. Суми : Сумський держ. ун-т, 2019. 94 с. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2646854e-2d70-48dd-83a5-0650cb8d5bca/content>.

5. Лисецька Н. Stresstest як неологізм сучасного німецькомовного дискурсу. *Актуальні питання гуманітарних наук* : наук. журн. Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Івана

Франка. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 66. Т. 2. С. 140–145. DOI : <https://doi.org/10.24919/2308-4863/66-2-20>.

6. Марковська А. В. Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2010. 21 с.

7. Панченко В. В. Функціонально-стилістичні особливості вживання фразеологізмів у творах Артура Конана Дойля. *Теоретичні і прикладні аспекти дослідження мови*. 2021. Вип. 17, Ч. 1. С. 178–182. DOI : <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.17-1.31>.