

РОЗДІЛ 2 ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.1

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.37.12>

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

PHRASEOLOGICAL UNITS IN GERMAN INTERNET DISCOURSE

Гаврилова І.М.,

*orcid.org/0000-0003-2322-8051**старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу**Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*

Стаття присвячена аналізу фразеологізмів німецької мови в контексті інтернет-дискурсу. Актуальність дослідження обумовлена стрімким зростанням впливу цифрового спілкування на сучасне мовлення, де фразеологізми виступають важливим лінгвістичним засобом для передачі емоцій, формування особистої ідентичності та адаптації до комунікативних умов у соціальних мережах і блогах. Крім цього, фразеологізми слугують відображенням культурних, соціальних та лінгвістичних змін, що відбуваються у сучасному німецькому мовленні. У роботі наведено загальне визначення фразеологізмів у сучасній німецькій мові та розглянуто їхню культурну та соціальну роль. Було проаналізовано основні типи фразеологічних одиниць, зокрема прості фразеологічні сполучення, фразеологічні єдності та ідіоми. До того ж детально розглянуто особливості інтернет-дискурсу як окремого середовища комунікації, що характеризується миттєвістю обміну інформацією, інтерактивністю, використанням різноманітних медіаформатів та можливістю анонімності. Особливу увагу приділено таким цифровим платформам, як блоги, форуми, соціальні мережі та месенджери, де фразеологізми адаптуються під специфіку кожного формату. Матеріалом дослідження послужили фразеологізми з різних соціальних мереж. В ході аналізу було виявлено чотири основні тенденції у вживанні фразеологізмів, а саме: скорочення та спрощення фразеологічних виразів, що стали особливо поширеними через необхідність лаконічної комунікації в умовах обмеженого простору для тексту, наприклад, у Twitter; модифікація традиційних фразеологізмів для відображення сучасних реалій, що дозволяє користувачам адаптувати їх до нових контекстів і ситуацій, властивих цифровій епосі; тенденція до інтеграції емодзі та аббревіатур до фразеологічних виразів, яка сприяє візуалізації текстового змісту та скороченню повідомлень; іронічне та пародійне використання фразеологізмів як засіб для створення гумористичних ефектів і підкреслення актуальних соціальних чи культурних тем. Фразеологічні вирази слугують не лише засобом передачі інформації, але й інструментом самовираження, стилізації мовлення, а також формування належності до певних спільнот або професійних груп, створення онлайн-ідентичності користувачів. Зокрема, використання фразеологізмів у текстах блогерів та інфлюенсерів дозволяє створити емоційний зв'язок з аудиторією, підсилюючи повідомлення та забезпечуючи тіснішу взаємодію з підписниками. Подальший аналіз специфіки адаптації та модифікації фразеологічних одиниць, зокрема в умовах соціальних мереж і блогів, допоможе глибше зрозуміти їхню роль у цифровій комунікації та вплив на мовні та культурні процеси. Враховуючи постійний розвиток інтернет-дискурсу та його вплив на міжкультурну взаємодію, вивчення цих явищ сприятиме кращому розумінню німецької фразеології та комунікативних практик у цифрову епоху.

Ключові слова: фразеологізми, інтернет-дискурс, соціальні мережі, скорочення, модифікації.

In this article attention is focused on the use of phraseological units of the German language in the context of Internet discourse. The relevance of the study is due to the rapid growth of the influence of digital communication. Phraseological units act there as an important linguistic means for transmitting emotions, forming personal identity and adapting to communicative conditions in social networks and blogs. In addition, phraseological units serve as a reflection of cultural, social and linguistic changes taking place in modern German. This article provides a general definition of phraseological units and considers their cultural and social role. The main types of phraseological units were analyzed, in particular simple phraseological combinations, phraseological units and idioms. The peculiarity of Internet discourse as a separate communication environment is characterized by the immediacy of information exchange, interactivity, use of various media formats and the possibility of anonymity. Special attention is paid to such digital platforms as blogs, forums, social networks and messengers, where phraseological units are adapted to the specifics of each format. A plenty of phraseological units from various social networks were studied as a material for this article. The analysis revealed four main trends in the use of phraseological units: the reduction and simplification of phraseological units, which have become especially common due to the need to concise communication in conditions of limited space for text, for example, on Twitter; the modification of traditional phraseological units to reflect modern realities, which allows users to adapt them to new contexts and situations inherent in the digital era; the tendency to integrate emojis and abbreviations into phraseological units, which contributes to the visualization of text content and the reduction of messages; ironic and parodic use of phraseological units for creating humorous effects and emphasizing current social or cultural topics. Phraseological expressions serve not only as a means of transmitting information, but also as a tool for self-expression, stylization of speech, as well as the formation

of belonging to certain communities or professional group and the creation of online identities of users. In particular, the use of phraseological units in the texts of bloggers and influencers allows you to create an emotional connection with the audience, strengthening the message and ensuring closer interaction with subscribers. Further analysis of the specifics of the adaptation and modification of phraseological units, in particular in the context of social networks and blogs, will help to understand their role in digital communication and their impact on linguistic and cultural processes. Because of ongoing development of online discourse and its impact on intercultural interaction studying these phenomena will contribute to understanding of German phraseology and communicative practices in the digital age.

Key words: phraseological units, internet discourse, social networks, abbreviations, modifications.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Фразеологізми німецької мови в інтернет-дискурсі стають дедалі більш важливим об'єктом вивчення через вплив глобалізації, яка кардинально змінила способи комунікації між людьми. В умовах швидкого обміну інформацією через соціальні мережі, форуми та інші онлайн-платформи, фразеологічні вирази відіграють ключову роль у передачі емоцій. Їхня правильна інтерпретація має важливе значення для ефективного міжкультурного спілкування.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Фразеологізми німецької мови в інтернет-дискурсі є актуальною темою дослідження, оскільки вони відображають не лише мовні зміни, але й культурні трансформації, які відбуваються під впливом цифрових технологій. Сучасне онлайн-спілкування стає невід'ємною частиною щоденного життя, і фразеологізми відіграють важливу роль у цьому процесі, адже вони дозволяють ефективно виражати емоції та культурні контексти. Їхній аналіз у цифровому середовищі є необхідним для розуміння того, як фразеологізми адаптуються до нових комунікативних умов і як вони впливають на сучасну мовну практику.

Мета даної роботи полягає у визначенні особливостей використання фразеологізмів німецької мови в інтернет-дискурсі та забезпечити адекватність їх перекладу. Для досягнення цієї мети виконанню підлягають такі **завдання**: зібрати та проаналізувати матеріал про використання фразеологізмів в сучасній німецькій мові; вивчити особливості інтернет-дискурсу; визначити особливості та тенденції використання німецьких фразеологізмів в інтернет-дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження фразеологізмів є важливою частиною сучасної лінгвістики, і багато вчених зосереджуються на цьому аспекті як у контексті української, так і німецької мов. В українській лінгвістиці видатними дослідниками фразеології є Олександр Потєбня, який започаткував дослідження фразеологічних одиниць у контексті мовної культури, та Микола Славін, який займався

класифікацією фразеологічних одиниць і їхньою функцією в мовленні. Сучасні дослідження веде також Лідія Коваль, яка аналізує функціонування фразеологізмів в українській мові в контексті сучасних соціальних і медійних явищ. У німецькому контексті видатними лінгвістами, які досліджують фразеологізми, є Хельмут Вайс, автор численних праць з фразеології та ідіоматики німецької мови, і Герхард Клайн, який спеціалізується на динаміці фразеологічних одиниць у сучасному німецькому дискурсі. Інші важливі дослідники, такі як Ренате Вольф і Гертруда Фріке, продовжують вивчати фразеологічні структури в німецькій мові, їхню функцію і вплив на мовну практику в цифрову епоху. Їхні роботи допомагають краще зрозуміти, як фразеологізми формуються, змінюються і використовуються в контексті сучасної комунікації та культурних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Фразеологія, як розділ мовознавства, аналізує утворення фразеологічних одиниць, їх культурні та семантичні особливості, функціонування у мові [1, с. 5].

Фразеологізми визначаються як стійкі словосполучення, які мають переносне значення, що не може бути виведене безпосередньо з значень окремих слів. Переносне значення фразеологізмів часто є культурно специфічним і може бути зрозуміле тільки при знанні певного культурного або соціального контексту [3]. Прикладом німецьких фразеологізмів можуть слугувати: *sich wie ein roter Faden durch etwas ziehen* (дуже легко щось долати); *weiß wie Schnee* (дуже білий); *die Hand ins Feuer legen* (ручатися за кого-небудь, гарантувати, довіряти).

Виникнення фразеологізмів, як і будь-якого іншого мовного явища, є результатом тривалого процесу розвитку мови і зумовлене рядом факторів, серед яких важливу роль відіграють:

1) **Культурний вплив.** Фразеологізми часто виникають як результат взаємодії різних культурних і соціальних груп, мають релігійне чи міфологічне походження, зберігаючи сліди впливу давніх вірувань або традицій. Зокрема, фразеологізми, що походять від біблійних сюжетів або середньовічних легенд, демонструють, як куль-

турні наративи вплинули на формування мовних одиниць [5]. Наприклад, «*den Teufel an die Wand malen*» означає «*привернути неприємності на себе*» походить від давньої віри в те, що малювання зображень диявола могло призвести до його появи. Використовується для опису ситуацій, коли хтось уявляє найгірші можливі результати подій.

2) Історичні події, такі як війни, революції та соціальні реформи, часто призводять до створення нових фразеологічних одиниць, які відображають події та стан суспільства [4, с. 96]. Прикладом може слугувати фразеологізм «*jemandem auf den Zahn fühlen*», що означає «*перевіряти когось*». Цей вираз походить з середньовіччя, коли для перевірки якості коня часто оглядали його зуби. Сьогодні фраза використовується для опису ситуацій, коли хтось ретельно перевіряє іншу людину або правдивість її слів.

3) Літературні твори. Літературні твори, особливо класичні, часто стають джерелом фразеологізмів, які згодом стають частиною повсякденного мовлення.

Фразеологізми в німецькій мові класифікуються за різними критеріями, які допомагають диференції за структурними компонентами та функціонуванням [6, с. 9]:

1) Прості фразеологічні сполуки (einfache phraseologische Verbindungen) є стійкими виразами, у яких значення одного з компонентів (найчастіше дієслова) зазнає часткового пересмислення або зміщення: «*Abschied nehmen*», компонент *nehmen* (*брати*) втрачає своє буквально значення і служить частиною стійкого виразу.

2) Фразеологічні єдності (phraseologische Einheiten) – це семантично неподільні фразеологічні одиниці, але їхнє цілісне значення умотивоване значенням компонентів і пов'язане з розумінням внутрішнього образного стрижня фрази: «*auf dem Holzweg sein*» (буквально «*бути на дерев'яній дорозі*»), що означає «*помилитися*». Буквальне значення елементів дає певні підказки про стан, який відображає помилку або неправильний шлях.

3) Ідіоми (starre phraseologische Verbindungen). Ці фразеологізми є найбільш стійкими та мають найвищий ступінь метафоричності. Наприклад, «*ins Gras beißen*» буквально означає «*кусати траву*», але в німецькій культурі це стійке висловлювання, яке означає «*померти*».

З огляду на культурні, соціальні, емоційні складові фразеологізмів розглянемо основні особливості їх вживання у щоденному мовленні:

1) Фразеологізми часто використовуються для підсилення емоційного забарвлення мовлення.

Вони можуть додавати не тільки метафоричного значення, але й передавати настрої, емоції та оцінку ситуації. Наприклад, коли ми кажемо «серце опинилося в п'ятах», це допомагає краще передати стан страху або хвилювання. У німецькій мові подібний фразеологізм «*kalte Füße bekommen*» (буквально «*мати холодні ноги*»), що означає раптовий страх або сумнів перед важливою справою.

2) Культурна специфіка, яку часто несуть в собі фразеологізми, робить їх зрозумілими лише в межах певної культурної спільноти. Прикладом може слугувати німецький фразеологізм «*den Nagel auf den Kopf treffen*» (буквально «*вдарити по цвяху на голові*») використовується, щоб вказати на суть справи.

3) Стилістична функція. Фразеологізми використовуються для стилістичного оформлення мови, допомагаючи зробити текст чи промову більш образною, живою. У письмовій та усній формі фразеологічні вирази можуть підкреслювати формальність або неформальність спілкування. Наприклад, у неформальних бесідах можуть використовуватися прості та зрозумілі фразеологізми, такі як «*alles in Butter*» (*все в порядку*), тоді як у формальних контекстах можуть вживатися більш складні вирази.

4) Функціональність у комунікації. Фразеологізми часто використовуються для спрощення комунікації, адже вони дозволяють передати складні ідеї або емоції у стислій формі.

5) Адаптація до сучасного мовлення. Фразеологізми постійно змінюються і адаптуються до сучасних реалій. З появою нових технологій, соціальних медіа і зміною способу життя, фразеологічний склад мови теж змінюється. З'являються нові вирази, які відображають сучасні тенденції. [20, с. 102] Прикладом може слугувати «*googeln*» («*шукати в Google*») стала сучасним фразеологізмом у багатьох мовах. Такі нововведення ілюструють, як мова постійно еволюціонує і відповідає новим потребам суспільства.

6) Фразеологізми часто використовуються для створення гумористичних або іронічних ефектів. Використання метафоричних виразів у несподіваних або незвичних контекстах може стати джерелом комізму. Наприклад, фраза «*jemanden auf den Arm nehmen*» (буквально «*взяти когось на руку*»), тобто *обманути когось жартома*) широко використовується в неформальному мовленні для створення гумористичної ситуації.

Варто зазначити, що інтернет-дискурс суттєво відрізняється від традиційних форм комунікації за багатьма аспектами, що впливають із самої природи цифрового середовища. Однією з голов-

них відмінностей є просторово-часові характеристики. У традиційному спілкуванні взаємодія зазвичай обмежена певним простором і часом. Водночас інтернет-дискурс здатний долати ці обмеження, дозволяючи людям спілкуватися в режимі реального часу або з певною затримкою незалежно від їх місця перебування [7].

У німецькій лінгвістиці одним із перших термін «інтернет-дискурс» ввів Вольфганг Кляйн у своїх роботах про мовлення в онлайн-середовищі. Він досліджував, як комунікативні форми змінюються у цифровому просторі, зокрема в соціальних мережах і на форумах [14]. В Україні цю тему активно досліджує Олена Васильєва, яка розглядає особливості інтернет-комунікації, її жанрові та стилістичні відмінності, а також вплив цифрового середовища на мову [13]. Поява мобільних пристроїв і додатків для миттєвого обміну повідомленнями, таких як WhatsApp та Telegram, ще більше прискорила розвиток інтернет-дискурсу, перетворивши його на основний канал комунікації у цифровому світі [21, с. 54].

До особливостей та можливостей інтернет-дискурсу, зокрема, відносять:

1) Анонімність і дистанційність. Інтернет-дискурс дозволяє користувачам взаємодіяти без особистих зустрічей, забезпечуючи певну анонімність. Це змінює характер комунікації, оскільки люди можуть бути більш відкритими або, навпаки, менш відповідальними за свої дії. Анонімність також може сприяти появі негативних явищ, таких як тролінг або кібербулінг, що є частиною сучасної проблематики інтернет-дискурсу.

2) Збереження та архівування. Інтернет-дискурс дає можливість зберігати та архівувати повідомлення, обговорення і дискусії, історію комунікації, що може бути корисним для аналізу або подальшого використання, а також для дослідження мовних та соціальних процесів.

3) Швидкість обміну інформацією. Завдяки технічним можливостям Інтернету інформація може передаватися миттєво, що дозволяє учасникам комунікації швидко реагувати на повідомлення або нові події. Це створює динамічний простір для дискусій, де новини або ідеї поширюються в реальному часі, сприяючи активному обміну думками.

4) Різноманітність медіаформатів. Користувачі можуть створювати та споживати контент у текстовому, аудіо, відео та візуальному форматах. Це дає можливість поєднувати різні способи вираження, створюючи гібридну комунікацію, яка одночасно є інформативною та візуально привабливою.

5) Масштабність і доступність. Однією з головних технічних переваг інтернет-дискурсу є можливість долати географічні та часові обмеження, завдяки чому люди з усього світу можуть спілкуватися в режимі реального часу. Це розширює можливості для взаємодії, зокрема в бізнесі, науці, освіті та культурі, створюючи простір для обміну знаннями та досвідом [10, с. 64].

Крім того, інтернет-дискурс практично позбавлений тих невербальних елементів, які відіграють важливу роль у традиційному спілкуванні. У живому діалозі люди використовують міміку, жести, інтонацію тощо, щоб передати додаткову інформацію або підкреслити певні емоції. В інтернеті такі сигнали замінюються текстовими засобами, такими як знаки пунктуації, емодзі, гіфки або реакції у вигляді вподабайок чи інших візуальних символів.

Ще однією важливою відмінністю є рівень формалізації комунікації. У традиційному спілкуванні, особливо в офіційних або академічних контекстах, існує певний етикет, що включає використання граматично правильних речень, уникання сленгу або спрощених висловлювань. Інтернет-дискурс, навпаки, відзначається високою неформалізованістю. Тут широко використовуються скорочення, сленг, неологізми, меми та інші нестандартні засоби вираження. Це робить інтернет-спілкування менш офіційним, але водночас більш гнучким і швидким для реагування на зміни в контексті обговорення.

Також важливою рисою є асинхронність. У традиційному спілкуванні відповідь на питання або реакція на репліку відбувається відразу або майже відразу, тоді як в інтернет-дискурсі користувачі можуть відповідати з будь-якою затримкою, що дозволяє обмірковувати відповідь, обробляти більше інформації, і водночас призводить до більш фрагментованої дискусії. Таким чином, інтернет-дискурс створює нові форми взаємодії, більш гнучкі та швидкі, але водночас менш емоційно виразні та часом фрагментовані.

Існують певні платформи інтернет-дискурсу, а саме:

1) Соціальні мережі – платформи на зразок Facebook, Instagram і Twitter стали невід'ємною частиною сучасної комунікації. Вони дозволяють користувачам не лише спілкуватися з друзями та знайомими, але й просувати власні ідеї, проекти та бренди. Завдяки вподабайкам, коментарям та репостам ці платформи створюють середовище для активного обговорення і поширення інформації. Водночас, їхній формат коротких повідомлень і візуальних елементів може обмежувати детальність висловлювань [16, с. 45].

2) Месенджери – це платформи миттєвого обміну повідомленнями, такі як Telegram, WhatsApp і Viber, забезпечують швидку та ефективну комунікацію. Вони дозволяють здійснювати обмін повідомленнями як у приватних чатах, так і в групових обговореннях. Месенджери також часто включають функції для обміну мультимедійними файлами, голосовими повідомленнями та відеодзвінками, що розширює можливості комунікації [17, с. 23].

3) Блоги. Вони пропонують автору платформу для детального висвітлення тем та створення аналітичних матеріалів. На відміну від соціальних мереж блоги надають більше простору для розгорнутої презентації думок і ідей. Такий формат дозволяє створювати більш структуровані та комплексні дискусії, що сприяє глибшому розумінню теми читачами [18, с. 68].

4) Форуми – це платформи, які створюють структуроване середовище для тривалих і детальних дискусій. Вони зазвичай організовані за категоріями та підкатегоріями, що дозволяє користувачам легко знаходити інформацію або обговорювати специфічні теми. Крім того, архівування тем і повідомлень на форумах дозволяє зберігати історію обговорень для подальшого використання [19, с. 90].

У контексті сучасної цифрової комунікації, зокрема на платформах соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter Instagram, різних блогах і форумах фразеологізми активно використовуються. Однак їхня форма і зміст зазнають змін, що пов'язано зі специфікою інтернет-дискурсу.

Матеріалом дослідження послужили 50 фразеологізмів з форумів, блогів та соціальних мереж, а саме: Facebook, Twitter, Instagram.

1. Скорочення та спрощення фразеологізмів.

Однією з найбільш очевидних тенденцій є скорочення фразеологічних виразів, що зумовлене обмеженнями символів та тенденцією до короткого і швидкого спілкування в інтернеті. На платформах, де обмеження на кількість символів є суворими (наприклад, у Twitter, де пости обмежені 280 символами), користувачі змушені скорочувати фразеологізми до найсуттєвіших частин або перетворювати на символічні вирази.

Наприклад, фразеологізм «*jemandem die Daumen drücken*» (тримати за когось кулаки) може бути скорочений до «*Daumen drücken*» або навіть просто «*Daumen*». Навіть у такому скороченому вигляді значення залишається зрозумілим, адже контекст спілкування дозволяє легко реконструювати зміст фразеологізму.

«*Er hat doch nicht alle Tassen! Was für eine dumme Aktion.*» – «*У нього не всі вдома! Який дур-*

ний вчинок.» («*Nicht alle Tassen im Schrank haben*» є повною формою,) «*nicht alle Tassen*» є скороченою формою фразеологізма. Він вживається у значенні: бути не в собі, діяти нерозумно.)

2. Модифікація фразеологізмів під сучасні реалії.

У цифрову епоху фразеологізми часто зазнають модифікацій, щоб краще відповідати новим реаліям. Це може бути як адаптація лексичного складу, так і зміна структури виразу для надання йому сучасного або іронічного відтінку.

Прикладом може слугувати «*ins kalte Wasser springen*» (кинутися в холодну воду). У цифровому контексті цей вираз може бути використаний як метафора для початку нових, несподіваних проєктів в ІТ-сфері або під час переходу до онлайн-роботи.

«*Schule, Arbeit, Freizeit – es wäre so einfach, alles auf eine App zu bringen.*» – «*Школа, робота, дозвілля – було б так просто все об'єднати в одному додатку.*» («*Alles unter einen Hut bringen*» є повною формою, а «*alles auf eine App bringen*» – модифікованою формою фразеологізма. Він вживається у значенні: поєднати різні справи або обов'язки в одне ціле, адаптоване до сучасних цифрових технологій.)

«*Ich habe schon wieder das Passwort verloren, das ist schlimmer als den Faden zu verlieren.*» – «*Я знову загубив пароль, це гірше, ніж загубити думку.*» («*Den Faden verlieren*» є повною формою, а «*das Passwort verlieren*» – модифікованою формою фразеологізма. Він вживається у значенні: втратити щось важливе, адаптоване до сучасних технологічних реалій.)

3. Інтеграція емодзі та аббревіатур у фразеологізми.

Сучасний інтернет-дискурс характеризується активним використанням емодзі та аббревіатур для скорочення та візуалізації текстового контенту. Емодзі часто використовуються як заміники певних слів або фраз у фразеологізмах, особливо в коротких повідомленнях на платформах соціальних мереж.

Фразеологізм «*jemandem die Daumen drücken*», слово «*Daumen*» може бути замінено емодзі «*палець вверх*», що значно пришвидшує та спрощує комунікацію. Такий формат є поширеним у соціальних мережах, де візуальні символи активно доповнюють або замінюють текстові вирази.

Абревіатури також часто використовуються для зменшення обсягу тексту. У розмовах про спорт або змагання можуть використовувати лише аббревіатури для виразу підтримки, такі як

«*D. drücken*» для «*Daumen drücken*», що стає зрозумілим завдяки контексту обговорення.

«*Hoffe, dass alles gut geht, D. drücken für dich!*» – «*Сподіваюся, що все буде добре, тримаю кулачки за тебе!*» («*jemandem die Daumen drücken*» є повною формою, а «*D. drücken*» – модифікованою формою фразеологізма. Він вживається у значенні: побажати удачі.)

«*Lass dich nicht unterkriegen, K. hoch!*» – «*Не піддавайся, тримайся!*» («*Kopf hoch*» є повною формою, а «*K. hoch*» – модифікованою формою фразеологізма. Він вживається у значенні: триматися мужньо.)

4. Ігрові елементи та пародії.

Окремою тенденцією є створення пародій на фразеологізми. Користувачі інтернету можуть жартувати, змінюючи певні елементи в знайомих фразах, щоб викликати сміх або здивування.

«*Vorsicht beim Online-Shopping! Du könntest die Katze im Internet kaufen!*» – «*Обережно при покупках онлайн! Ти можеш купити kota в мішку!*» («*Die Katze im Sack kaufen*» є повною формою, а «*die Katze im Internet kaufen*» – пародійною формою фразеологізма. Він вживається у значенні: натяк на ризики при покупках через інтернет, де фразеологізм адаптований до сучасних умов.)

Такі тенденції демонструють пристосування традиційних фразеологізмів до нових реалій цифрового світу, зберігаючи свою основну функцію – передавати образні та емоційно забарвлені висловлювання, але при цьому змінюючи свою форму відповідно до вимог інтернет-комунікації.

При аналізі відібраних прикладів з'ясовано, що найпопулярнішими є скорочення та спрощення (52%), модифікація під сучасний контекст (31%). Менш популярними тенденціями є інтеграція з емодзі та абрєвіатурами (11%), ігрові елементи та пародії (6%).

Соціальні мережі, блоги, форуми й інші платформи стали середовищем, де фразеологізми функціонують не лише як засіб передачі інформації, але й як інструмент для створення та підтримки онлайн-ідентичності. Ці стійкі вирази часто виступають маркерами належності до певних соціальних груп або субкультур, відображають специфічний стиль мислення, емоційний стан, соціальний чи професійний статус користувача.

1. Використання фразеологізмів для створення особистого образу. У соціальних мережах фразеологізми стають частиною мовного брендування, яке користувачі свідомо вибирають для створення певного образу. Залежно від контексту та аудиторії, люди обирають різні типи фразеологізмів, щоб підкреслити свою індивідуальність.

Користувачі можуть використовувати іронічність як інструмент самовираження. Іронія є одним із ключових способів самовираження у молодіжних онлайн-спільнотах. Використання іронічних або змінених фразеологізмів дозволяє молоді дистанціюватися від серйозних, офіційних форм комунікації та створювати легкий, жартівливий настрій. Такий підхід дозволяє користувачеві підкреслити свою самоіронію та легковажність, яка сприймається аудиторією як частина його особистого образу.

«*Ach, da liegt der Hund begraben, aber es ist wirklich keine große Sache.*» – «*Ось де собака зарита, але це справді не велика справа.*» (Іронічне вживання фрази, коли проблема існує, але насправді вона перебільшена або не настільки серйозна).

2. Фразеологізми як маркер належності до спільноти. У цифрових спільнотах фразеологізми стають потужним інструментом для визначення групової ідентичності. Вони дозволяють користувачам демонструвати свою належність до певної соціальної, професійної чи культурної групи, створюючи таким чином особливий мовний код, зрозумілий лише тим, хто входить до цієї групи.

У геймерських і фанатських спільнотах часто виникають унікальні фразеологізми або видозмінені форми вже існуючих висловів, які стають знаками приналежності до цих спільнот. Такі фрази не тільки передають специфічний контекст і жаргон, але й підтверджують знання та участь у відповідній культурі чи захопленні.

«*Das war ein Epic Fail, aber wir haben es trotzdem geschafft!*» – «*Це був епічний провал, але ми все ж таки справилися!*» («*Epic Fail*» (епічний провал) є популярним фразеологізмом серед геймерів для опису значних помилок або невдач. Цей вислів часто використовують для підкреслення смішного або драматичного характеру ситуації, що є характерним для геймерського жаргону.)

У політичних і соціальних обговореннях фразеологізми також слугують маркерами групової ідентичності, допомагаючи учасникам виражати свою приналежність до певних ідеологічних рухів або соціальних груп. Такі фрази використовуються для підкреслення ідеологічної належності та акцентування соціальних або політичних переконань.

«*Wir dürfen die Augen nicht vor den Problemen verschließen, die unsere Gesellschaft betreffen.*» – «*Ми не можемо закривати очі на проблеми, які торкаються нашого суспільства.*» («*Die Augen vor etwas verschließen*» означає ігнорувати реальні проблеми. Цей вислів використовується для під-

креслення відповідальності суспільства за актуальні соціальні питання та підтверджує ідеологічну позицію).

3. Фразаеологізми як інструмент впливу на аудиторію

У сучасному цифровому світі блогери та інфлюенсери використовують фразеологізми як ефективний інструмент для підсилення своїх меседжів та створення емоційного зв'язку з аудиторією.

Емоційно забарвлені фразеологізми часто використовуються блогерами для підсилення емоційного відгуку аудиторії. Ці вирази допомагають створити глибший зв'язок і викликати сильніші емоційні реакції.

«Dieser Moment hat mir das Herz gebrochen, als ich die Nachricht gelesen habe». – «Ця мить розбила мені серце, коли я прочитав цю новину». (Фразаеологізм «das Herz brechen» вказує на сильний емоційний біль або розчарування, яке блогери можуть використовувати для того, щоб передати глибокі почуття та залучити співчуття аудиторії.)

Інфлюенсери часто використовують специфічні фразеологізми або жаргон, зрозумілі лише їхній аудиторії, щоб створити відчуття близькості і приналежності. Цей підхід дозволяє фоловерам відчувати себе частиною ексклюзивної спільноти та зміцнює зв'язок між інфлюенсером і його аудиторією.

«Das ist ein absoluter No-Brainer für uns, oder?» – «Це ж очевидно для нас, чи не так?» («No-Brainer» – це популярний сленговий вираз, який часто використовують інфлюенсери, щоб

підкреслити, що їхні фоловери вже розуміють контекст і мають спільну думку або досвід).

Фразаеологізми також використовуються в контексті реклами і партнерських угод, де їх завданням є створення позитивного образу продукту чи послуги і встановлення емоційного зв'язку з потенційними споживачами.

«Mit unserem Angebot schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe!» – «З нашою пропозицією ви вбиваєте двох зайців одним пострілом!» (Використання фразеологізму «zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen» підкреслює ефективність і вигоду від придбання продукту, підсилюючи бажання покупців скористатися можливістю.

«Mit unserem Auto fühlst du dich wie auf Wolke sieben!» – «З нашим авто ти почуватимешся на сьомому небі!» (Фразаеологізм «auf Wolke sieben» (бути на сьомому небі) асоціюється з почуттям щастя та задоволення, що допомагає створити емоційний зв'язок між продуктом і покупцем).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Враховуючи зростаючу важливість інтернет-дискурсу в міжкультурній та соціальній взаємодії, дослідження специфічних тенденцій вживання фразеологізмів у цифровому середовищі підкреслює важливість фразеологізмів не лише як мовного явища, але й як соціокультурного інструменту впливу в цифровому просторі, що відображає ширші соціокультурні процеси і допомагає зрозуміти, як традиційні мовні елементи адаптуються до нових комунікаційних реалій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Демська-Кульчицька, О. М. Фразаеологія: посібник-довідник. Київ, 2008. 5 с.
2. Фразаеологічний словник української мови: у 2-х кн. / за ред. Л. С. Паламарчука. Київ: Наукова думка, 1993.
3. Баран, Я. А. Основні питання загальної та німецької фразеології. Львів: Вища школа, 1980.
4. Гаврилова, І. Фразаеологізми німецької мови з національно-культурним компонентом. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип. 32, т. 1, с. 96.
5. Забіяка, В. А., Забіяка, І. М. Світ фразеологізмів: етимологія, тлумачення, застосування.
6. Баран, Я., Зимомря, М. Теоритичні основи фразеології: навчальний посібник. Ужгород, 1999. 9 с.
7. Crystal, D. Internet Linguistics: A Student Guide. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. (in English)
8. Шугаєв, А. В. Інтернет-дискурс у глобальній епісі інформатизації суспільства. Житомирський держ. університет ім. І. Франка. Актуальні питання гуманітарних наук. 2019. Вип. 10, т. 1.
9. Віталіш, Л. П. Фразаеологія німецької мови: практикум. Львів: ПАІС, 2007. Рецензенти: Т. І. Нестерова, В. В. Задорожний.
10. Шкворченко, Н. Інтернет-дискурс як лінгвістична категорія. Актуальні питання гуманітарних наук. 2019. Вип. 23, т. 3, с. 64.
11. Велика, І. О., Тупахіна, О. В. Феномен «Інтернет-дискурс» у сучасній науковій парадигмі. Science and Education a New Dimension. Philology, V (39), Issue: 143, 2017, с. 62.
12. Потєбня, О. Мова і народність. Вістн. Європи. 1895. Кн. IX.
13. Васильєва, О. Лінгвістичний аналіз інтернет-дискурсу. Київ: Наукова думка, 2015.
14. Klein, W. Sprachverwendung im Internet: Untersuchungen zu einer neuen Kommunikationsform. Berlin: Mouton de Gruyter, 1998.
15. Рязцева, Л. М. Дискурс у мовній комунікації. Київ: Видавничий дім «Генеза», 2011.

-
16. Петренко, О. М. Інтернет-комунікація як феномен сучасного суспільства. Наукові записки НаУКМА. Соціологія, 2020. Вип. 3, с. 45.
17. Ковальчук, О. В. Месенджери як засіб комунікації в сучасному інформаційному просторі. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Соціальні комунікації, 2019. Вип. 2, с. 23.
18. Сидоренко, Н. П. Блоги як нова форма публічної комунікації в цифрову епоху. Медіакультура, 2021. Вип. 5, с. 68.
19. Гриценко, І. В. Інтернет-форуми як засіб комунікації та обміну інформацією: досвід і перспективи. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика та медіакомунікації, 2020. Вип. 4, с. 90.
20. Мельник, Л. О. Адаптація фразеологізмів до сучасного мовного середовища: вплив новітніх технологій та соціальних медіа. Науковий вісник Чернівецького національного університету. Серія: Філологія, 2021. Вип. 14, с. 102.
21. Захарченко, В. М. Розвиток інтернет-дискурсу в епоху цифрових технологій: від блогів до месенджерів. Культура та інформаційне суспільство, 2020. Вип. 6, с. 54.
22. Коваленко, О. О. Інтернет-форуми та Usenet як засоби комунікації: історія, розвиток та сучасність. Наукові записки Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика та медіакомунікації, 2018. Вип. 3, с. 75.