

УДК 811.112.2'27'373.7

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-7>

Оксана СИВИК

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри німецької та французької мов і методики їх навчання факультету української та іноземної філології, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. Івана Франка, вул. Т. Шевченка, 24, м. Дрогобич, Україна, 82100

ORCID: 0000-0002-2329-8896

Scopus-Author ID: JYQ-4855-2024

Бібліографічний опис статті: Сивик, О. (2024). Роль і значення фразеологізмів у мові сучасної молоді (на матеріалі німецької молодіжної преси). *Актуальні питання іноземної філології*, 20, 43–48, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-7>

**РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ
(НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПРЕСИ)**

У статті висвітлено роль та сутність фразеологізмів у мові сучасної молоді (на матеріалі німецької молодіжної преси). Підкреслено, що фразеологічний склад німецької мови – сукупність стійких сполук слів, у яких відображені звичаї, побут, культура, менталітет, світогляд народу. Доведено, що фразеологізми, як і лексичні одиниці, на відміну від граматичних чи фонетичних норм – це найбільш динамічна, відкрита до еволюційних змін і перетворень складова німецької мови, а тому у них безпосередньо у найбільш влучній формі знаходять вияв найрізноманітніші зрушення чи не в усіх сферах життя німецького суспільства. Підкреслено, що на прикладі фразеології німецької періодики для молоді можна чітко відстежити особливості експресивного, емоційного відображення найрізноманітніших реалій життя цієї соціальної групи, специфіку її способу мислення і світосприйняття, багатогранність реакцій на найгостріші питання і явища реальності.

Акцентовано увагу на те, що завдяки образності й виразності, експресивності й дотепності, можливостям іронічно-грайливої модифікації фразеологізми в мові молодіжної німецької преси постають продуктивними засобами пробудження інтересу молодіжної читачької аудиторії, донесення інформації у звичній для молодіжного середовища формі, надання матеріалам відтінку молодіжної розкутості. З огляду на це фразеологічні одиниці мови сучасної німецької молодіжної преси постають цікавим дослідницьким феноменом.

Проаналізовано молодіжну пресу як окремих сегмент на німецькому медійному ринку, який представлений періодичними виданнями, що є важливим джерелом різноманітної інформації для молодих людей. Зазначено, що будучи зорієнтованою передовсім на молодіжну читачьку аудиторію, цей сегмент німецької періодики вирізняється низкою специфічних ознак, серед них: поліфункціональність, що передбачає виконання інформативних, просвітницьких, розважальних, виховних, соціалізаційних і т. д. завдань.

Ключові слова: фразеологізми, преса, специфіка, молодіжна періодика, німецька мова.

Оксана SYVYK

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of German and French language and their teaching methods, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, 24 Shevchenko Str., Drohobych, Ukraine, 82100

ORCID: 0000-0002-2329-8896

Scopus-Author ID: JYQ-4855-2024

To cite this article: Syvyk, O. (2024) Rol i znachennia frazeolohizmiv u movi suchasnoi molodi (na materialy nimetskoj molodizhnoi presy) [The Role and Significance of Phraseology in the Language of Modern Youth (Based on the Material of the German Youth Press)]. *Current Issues of foreign Philology*, 20, 43–48, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-7>

**THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF PHRASEOLOGY IN THE LANGUAGE
OF MODERN YOUTH (BASED ON THE MATERIAL OF THE GERMAN YOUTH PRESS)**

The article highlights the role and essence of phraseological units in the language of modern youth (based on the material of the German youth press). It is emphasized that the phraseological composition of the German language

is a set of stable combinations of words that reflect the customs, life, culture, mentality, and worldview of the people. It is proved that phraseological units, as well as lexical units, unlike grammatical or phonetic norms, are the most dynamic component of the German language, open to evolutionary changes and transformations, and therefore they directly and most accurately reflect a variety of changes in almost all spheres of German society. It is emphasized that the phraseology of German periodicals for young people can clearly trace the peculiarities of expressive, emotional reflection of the most diverse realities of this social group, the specifics of its way of thinking and worldview, the diversity of reactions to the most pressing issues and phenomena of reality.

It is emphasized that due to the imagery and expressiveness, expressiveness and wit, possibilities of ironic and playful modification, phraseological units in the language of the German youth press become productive means of arousing the interest of the youth readership, conveying information in a form familiar to the youth environment, and giving the materials a touch of youthful emancipation. In view of this, the phraseological units of the language of the modern German youth press are an interesting research phenomenon.

The article analyzes the youth press as a separate segment of the German media market, which is represented by periodicals that are an important source of various information for young people. It is noted that, being oriented primarily towards the youth readership, this segment of German periodicals is distinguished by a number of specific features, including: multifunctionality, which involves the implementation of informative, educational, entertaining, educational, socialization, etc. tasks.

Key words: *phraseological units, press, specificity, youth periodicals, German language.*

Постановка проблеми. Молодь є важливою суспільною групою, якій притаманне прагнення до самостійності та незалежності, постійний саморозвиток та самореалізація в різних аспектах життя. Їхня максималістична та прагматична діяльність спостерігається в багатьох видах діяльності, адже вони є активними громадянами, які приймають участь саме у переоцінці цінностей та норм.

Фразеологічні звороти займають важливе місце в сучасній німецькій молодіжній періодиці. Вони дозволяють створювати оригінальні та експресивні висловлювання, які не лише привертають увагу, але і висловлюють оцінні судження щодо різних аспектів життя сучасної молоді. Ці фразеологічні звороти завдяки своїй образності та узагальненості допомагають краще розуміти й асимілювати інформацію через переносний характер значень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасній лінгвістиці існує багато досліджень присвячених питанню фразеології німецької мови. Починаючи з ХХ століття, науковці України та зарубіжжя вивчають широке коло питань, пов'язаних із семантикою, структурою, лексичним складом фразеологічних одиниць німецької мови, особливостями їхнього походження і функціонування, специфікою перекладу тощо. До таких науковців належать: Я. Баран, Ю. Білоус, В. Гавриш, М. Гамзюк, Р. Зорівчак, М. Зимомря, О. Огуй, Г. Бургер, Х. Пальм, В. Фляйшер, Т. Шіппан та багато інших. Проте багато питань у фразеології німецької мови й досі не розв'язані остаточно й потребують подальших наукових пошуків.

Серед них і специфіка використання фразеологічних одиниць у мові сучасної німецької молодіжної преси.

Мета дослідження полягає в комплексному аналізі фразеологічних одиниць сучасної німецької молодіжної преси та особливостей їх вживання в текстах німецьких молодіжних періодичних видань.

Виклад основного матеріалу. Молодь як унікальна соціальна група суспільства завжди виявляє прагнення до самовираження, протиставлення іншим соціальним спільнотам, а насамперед дорослим поколінням. Високий рівень соціальної динамічності цієї групи суспільства, її активна позиція в процесі переоцінки цінностей, орієнтацій, ідеалів, норм, згуртованість та спрямованість на інтенсивну комунікацію всередині саме своєї категорії, цілком закономірно зумовлюють особливості способу життєдіяльності молоді, яка вирізняється специфічною системою пріоритетів, поглядів на дійсність, правил поведінки тощо. Найбільш поширеним сьогодні є визначення «молоді» як диференційованої соціально-демографічної групи, яка набуває рис соціальної спільноти та має специфічні соціально-психологічні, соціальні, культурні та інші особливості, у тому числі й способу життя, перебуває у процесі соціалізації, має свій соціальний вік і відповідно до потреб часу має бути творцем або зачинателем нової соціальної і культурної реальності. (Henne, 2010, S.24)

Молодь – це невід'ємна частина соціальної системи, що виконує особливу роль в процесі розвитку людства. Як органічна частина сус-

пільства, ця соціальна група на кожному етапі його розвитку виконує інтеграційні функції, об'єднуючи і розвиваючи досвід попередніх поколінь, сприяючи соціальному прогресу. При цьому важливою функцією молоді є трансформація з минулого в майбутнє культурної і історичної спадщини всього людства в умовах природного розвитку соціальної системи. Таким чином, молодь є рушійною силою процесу розвитку суспільства. (Henne, 2010)

Своєрідним транслятором принципів життя і цінностей сучасної німецької молоді є молодіжна періодика. Вона постає окремим сегментом на медійному ринку, наповненим газетами та журналами, що зорієнтовані на відповідну цільову аудиторію та виконує цілу низку функцій – інформаційну, просвітницьку, розважальну, виховну, організаційну, навчальну та ін. Виконання цих функцій молодіжною пресою, дотримання певного балансу між ними – крок до успішної соціалізації молодого читача, його продуктивного діалогу зі ЗМІ протягом усього його життя. (Burger, 2014; Lüger, 1999)

Молодіжна періодика в Німеччині – це особлива галузь журналістики. Особливою популярністю в молодіжному середовищі користуються такі видання, як «Mädchen», «Bravo», «Popsong», «Juma» та ін. З їхніх матеріалів молоде покоління німецького суспільства черпає інформацію, яка формує стереотипи і моделі його поведінки, життєві цінності, пріоритети та орієнтири. Специфіка цього виду преси визначається чітко вираженою віковою орієнтованістю на молодіжну аудиторію. Молодіжна преса Німеччини перебуває у постійній динаміці та розвитку, неперервно змінюється на потребу сучасної молодіжної аудиторії, їхнім інтересам та вподобанням. (Burger, 2014; Lüger, 1999)

Німецька молодіжна періодика орієнтована на реалії сучасного молодіжного життя, запитує молоді щодо пізнання світу і себе, потреби їх особистісного становлення і розвитку. Крім тематики, орієнтованої на висвітлення актуальної для молоді інформації, поширення відповідних її інтересам відомостей, задоволення розвивально-пізнавальних та розважальних потреб цієї соціальної групи, специфіка німецької молодіжної періодики проглядається і в її мовних особливостях і характеристиках, що відображаються в дещо нетрадиційних для

преси загалом способах і формах подачі матеріалів. Вона характеризується особливими прийомами відображення дійсності, унікальними виражальними засобами, формами і способами контакту з юними читачами.

З метою впливу на розум та емоції юного читача в німецькій молодіжній періодиці застосовуються найрізноманітніші мовні прийоми, серед яких найбільшою універсальністю відзначається використання елементів молодіжного соціолекту німецької мови, що являє собою її окрему підсистему, яка вирізняється високим рівнем експресивності, яскравим стилістичним забарвленням та образністю, швидкою змінністю та динамічністю лексичного складу, наявністю значної кількості дублетних найменувань тощо. (Олійник, 2016, с.45)

Специфіка молодіжного соціолекту німецької мови знаходить вираження передовсім на лексичному рівні, про що свідчать такі його типові характеристики і властивості, як: семантичне переосмислення лексики загальнонаціональної мови та розширення значення слів; мовна гіперболізація, тобто тенденція до надавання певним явищам, процесам перебільшених характеристик; іронічно-грайлива модифікація лексичних і фразеологічних одиниць; поширеність неологізмів; часте вживання англіцизмів; вживання фразеологізмів тощо. (Олійник, 2016, с. 38-39)

Активне використання молодіжного соціолекту при подачі інформації в німецьких молодіжних періодичних виданнях відповідає естетичним потребам і інтелектуальному потенціалу адресатів, що дає можливість для досягнення більшого позитивного ефекту впливу. Інформація сприймається молодіжною аудиторією в повному обсязі, що в основному відбувається завдяки доступності мовних засобів, за допомогою якого оформлені матеріали. Завдяки відповідним мовним конструкціям статті німецьких молодіжних друкованих видань, навіть досить великі за розміром, стають більш зрозумілими, виразними і цікавими для молоді публіки, адже вони насичені мовними елементами, поширеними саме в їхній аудиторії. Вживання в матеріалах статей німецьких періодичних видань для молоді елементів молодіжного соціолекту одразу акцентує увагу читача на суті актуальної проблеми і спонукає до осмислення шляхів її вирішення. (Burger, 2014, S.345)

Використання молодіжного соціолекту в матеріалах німецької молодіжної періодики слугує важливим способом зацікавлення молоді як особливої читацької аудиторії, засобом своєрідного наближення до читача, надання матеріалам відтінку молодіжної розкутості. Автори німецьких періодичних видань для молоді дедалі частіше використовують елементи молодіжного соціолекту, чим прагнуть підкреслити власну мовну «незакомплексованість», продемонструвати особисту творчу розкутість, встановити надійний контакт із читачами.

Важливе місце в мові сучасної німецької молоді та молодіжної періодики займають фразеологізми з огляду на величезний потенціал їх образності й виразності, експресивності й дотепності, усталеності й мовної довершеності. З таким властивостями фразеологізми вони постають продуктивними засобами вираження специфічного світобачення молоді як соціальної групи, розкриття внутрішнього світу молодої людини, осмислення та оцінки нею явищ дійсності, реалій життя та їх відображення на сторінках молодіжної преси.

Фразеологізми – суттєвий компонент мови німецької молоді і молодіжної преси, оскільки можливості формування експресивно-емоційно-оцінних конотацій у сфері фразеології ширші, ніж у сфері лексикології. Образність їх семантичної структури, узагальнений та переносний характер значення, експресивно-стилістичне наповнення обумовлюють використання фразеологічних одиниць у різних формах комунікації в молодіжному середовищі. Семантична гнучкість, неконкретизована адресованість, об'єктно-темпоральна змістова відносність фразеологізму роблять його ефективним засобом комунікації в молодіжному середовищі та важливою складовою мови німецької молодіжної періодики. (Задорожна, 2000; Burger, 2015)

Фразеологізми не стільки називають особу, предмет, ознаку чи явище, а скоріше змальовують, тобто дають характеристику та виявляють ставлення до відповідного об'єкта. Єдність у змісті фразеологізмів номінативних й емоційно-оцінних елементів дає можливість використати ці одиниці для передачі як логічного змісту думки, так і уявлення про щось, а через останнє – і для вираження емоційного ставлення до предмета. Вміло дібраний фразео-

логізм здатний замінити багатослівну логічну побудову, образно узагальнити сказане, надати йому особливої емоційно-експресивної тональності. (Баран, 1999)

Отож, частота вживання фразеологізмів у мові німецької молодіжної преси не випадкова. Серед причин, що зумовлюють інтенсивне вживання фразеологізмів у матеріалах молодіжних періодичних видань Німеччини, можна виокремити такі: проста, зрозуміла форма, відтворюваність за готовим зразком, що дає змогу просто говорити про складні явища, зв'язки та взаємини і не вимагає невиправданих зусиль для декодування повідомлення та оцінки; лаконічність, стислість фразеологічних одиниць, досить економних за складом і дуже вагомих за змістом, їхня здатність узагальнювати, резюмувати попередні думки; здатність фразеологічних засобів давати оцінку, виражати ставлення до явищ, подій тощо; образно-метафорична форма, емоційно-експресивна виразність фразеологізмів, що допомагає зацікавити читача, висловивши інформацію нестандартним способом; здатність зворотів трансформуватися, переосмислюватися, зберігаючи, подекуди й посилюючи свої експресивні можливості. (Задорожна, 2000)

Фразеологічні одиниці, що активно вживаються в матеріалах німецьких молодіжних періодичних видань, характеризуються низкою ознак і властивостей: по-перше, відповідно до загальних характеристик фразеологізму як мовної одиниці, вони є семантично пов'язаними сполученнями слів, що відтворюються у вигляді усталеної, неподільної, цілісної конструкції; по-друге, належать як до шару загальноновживаної фразеології стандартної літературної мови, так і до пласту нелітературної фразеології; по-третє, мають яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер; по-четверте, характеризують мовлення широких прошарків молоді, часто, як вияв солідарності за віком та групової ідентифікації. (Palm, 1997, S. 56)

Усталені фразеологічні звороти, популярні в німецькій молодіжній пресі, досить неоднорідні. З одного боку, це загальноновживані фразеологізми, що використовуються для відображення особливостей способу життя і мислення сучасної молоді, вираження її ставлення до найрізноманітніших аспектів дійсності, як-от: *das A und O – альфа і омега*. З іншого боку, це

власне молодіжні фразеологізми, створені саме молоддю для позначення й оцінки явищ зовнішнього світу, особливостей молодіжного життя і т. д., наприклад: *Puffer einlegen – робити паузу*. Між цими двома групами спостерігається ціла низка проміжних, що охоплюють, загальноживані фразеологізми із семантичними доповненнями, із додатковим структурним елементом чи із заміною одного чи кількох компонентів, наприклад: *Da liegt der Hase im Pfeffer. – Ось де собаку зарито*.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Фразеологічні стійкі вирази в матеріалах німецької молодіжної періодики слугують не стільки засобом номінації, скільки засобом емоційно-експресивного впливу на читацьку аудиторію. Завдяки цьому

вони характеризується підвищеною емоційністю, незвичністю форми і змісту, експресивним забарвленням. Їх використання надає матеріалам молодіжної преси своєрідності, незвичайності та оригінальності, пробуджуючи зацікавлення читача, фокусуючи його увагу на найбільш гострих питаннях, спонукаючи до їх різнобічного осмислення. Отримані результати дослідження можна використовувати у навчальній роботі, наприклад, під час викладання нормативних курсів з лексикології, стилістики, аналізу та лінгвістики тексту чи у розробки факультативних дисциплін із фразеології та мови масмедіа, у методичній роботі, зокрема при розробці навчальних і методичних посібників із проблем дослідження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Алефіренко М.Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків: Вища школа, 1987. 135 с.
2. Баран Я. А. Теоретичні основи фразеології. Ужгород, 1999. 176 с.
3. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької мови). Монографія. К.: Видавничий центр КДЛУ, 2000. 256 с.
4. Задорожна І. П. Деякі особливості компонентів фразеологічних одиниць у німецькій мові. *Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. пр. Чернівці. Рута, 2000. Вип. 84: Германська філологія. С. 136–142.*
5. Німецько-український фразеологічний словник в 2 т. Київ: Рад. шк., 1981. Т. 1. А–К. 416 с.; Т. 2. L–Z. 384 с.
6. Олійник Л. В. Синонімія в німецькомовному молодіжному слензі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Запоріж. нац. ун-т. Запоріжжя, 2016. 228 с.
7. Burger H. *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt, 2015. 241 S.
8. Burger H. *Mediensprache: eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2014. 532 S.
9. Duden, *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. Mannheim [u.a.]: Dudenverlag, 1997. 864 S.
10. Henne H. *Jugend und ihre Sprache: Darstellung. Materialien. Kritik*. Berlin, De Gruyter, 2010. 399 S.
11. Lüger H.-H. *Pressesprache*. Tübingen: Niemeyer, 1995. 169 S.
12. Palm Ch. *Phraseologie: Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr, 1997. 130 S.
13. *Wörterbuch der Jugendsprache*. Stuttgart: PONS GmbH, 2011. 138 S.

REFERENCES:

1. Alefirenko M. (1987). *Teoretychni pytannia frazeolohii [Theoretical issues of phraseology]*. Kharkiv: Vyshcha shkola. 135 s. [in Ukrainian]
2. Baran Ya. (1999). *Teoretychni osnovy frazeolohii [Theoretical foundations of phraseology]*. Uzhhorod. 176 s. [in Ukrainian]
3. Hamziuk M. (2000). *Emotyvnyi komponent znachennia u protsesi stvorennia frazeolohichnykh odynyts (na materialii nimetskoï movy) [The Emotional Component of Meaning in the Process of Creating Phraseological Units (Based on the Material of German) Monograph]*. K.: Vydavnychiy tsentr KDLU. 256 s. [in Ukrainian]
4. Zadorozhna I. P. (2000). *Deiaki osoblyvosti komponentiv frazeolohichnykh odynyts u nimetskii movi [Some features of the components of phraseological units in German]*. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu: zb. nauk. pr. Chernivtsi. Ruta. Vyp. 84: Hermanska filolohiia. S. 136-142.* [in Ukrainian]
5. *Nimetsko-ukrainskyi frazeolohichnyi slovnyk: v 2 t. (1981) [German-Ukrainian phraseological dictionary: in 2 volumes]*. Kyiv: Rad. shk.. T. 1. A–K. 416 s.; T. 2. L–Z. 384 s. [in Ukrainian]
6. Oliinyk L. V. (2016). *Synonimiia v nimetskomovnomu molodizhnomu slenzi: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. [Synonymy in German Youth Slang: PhD in Philology: 10.02]*. Zaporizhzhia. 228 s. [in Ukrainian]

7. Burger H. (2015). *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* [An introduction using the example of German]. Berlin: Erich Schmidt. 241 S. [in German]
8. Burger H. (2014). *Mediensprache: eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* [Media language: an introduction to language and forms of communication in the mass media]. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2014. 532 S. [in German]
9. Duden. (1997). *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten: Wörterbuch der deutschen Idiomatik* [Idioms and proverbial sayings: Dictionary of German Idiomatic Expressions]. Mannheim [u.a.]: Dudenverlag. 864 S. [in German]
10. Henne H. (2010). *Jugend und ihre Sprache: Darstellung. Materialien. Kritik* [Youth and their language: Presentation. Materials. Criticism]. Berlin, De Gruyter. 399 S. [in German]
11. Lüger H.-H. (1995). *Pressesprache* [Press language]. Tübingen: Niemeyer. 169 S. [in German]
12. Palm Ch. (1997). *Phraseologie: Eine Einführung* [Phraseology: An introduction]. Tübingen: Gunter Narr. 130 S. [in German]
13. *Wörterbuch der Jugendsprache*. (2011). [Dictionary of youth language]. Stuttgart: PONS GmbH. 138 S. [in German]