

Гвоздяк О. М.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Курах Н. П.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Свида-Сусіденко Т. В.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ЕВОЛЮЦІЯ НІМЕЦЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ: ВІД КЛАСИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДО СУЧАСНИХ МЕДІА

Запропоноване дослідження присвячене аналізу еволюційних змін німецької фразеології, що пройшли довгий шлях розвитку і проявили себе найбільш зримо в сучасному медіапросторі. Звернено увагу, на характеристику фразеологічної одиниці як «живого організму», з яким пов'язані процеси відмирання і народження нового. Тому еволюційні зміни в німецьких фразеологізмах пов'язані з поступовим відходом з ужитку їх застарілих форм, що призводить до втрати або руйнації їх внутрішньої форми. Розглянуто особливості функціонування фразеологічних одиниць у художніх текстах класиків німецької літератури. З'ясовано, що вони посилюють емоційну складову, можуть розвивати сюжет, додавати яскравості кульмінаціям, адже включають в себе найрізноманітніші людські емоції: гнів, радість, огиду, здивування, жах, смуток, любов, сором, страх, цікавість, жалість, хвилювання. Крім того, вони дають можливість вільно комбінувати мовні форми і відображати життєвий досвід.

Констатовано, що в ХХІ столітті, в часі технологічного прогресу, сучасні медіа перебрали на себе провідну роль в інформаційному просторі людства, володіють потужним фактором впливу на реципієнтів і є складником масової комунікації суспільства, що постійно розвивається. Особливе місце у цьому процесі відіграють фразеологічні одиниці. Вони еволюціонували завдяки трансформаціям, серед яких варто виділити декілька основних видів: часткову або повну видозміну семантики фразеологізму, створення okazionalного значення і розкриття його читачеві, пристосування фразеологізму до конкретної ситуації, додавання йому додаткової частини тощо. Оновлені фразеологізми оживляють мовний виклад, загострюють думку читача на потрібних аспектах, заряджають медійні матеріали емоціями. Окремі фразеологізми, наділені символічним характером, підвищують їх культурну значущість, відображають ментальну сутність носіїв мови, а тому завжди залишаються актуальними для дослідження.

Ключові слова: еволюція, фразеологічна одиниця, фразеологічна трансформація, мова ЗМІ, класична література, «нові медіа».

Постановка проблеми. Німецька мова, як і всі мови світу, постійно адаптується до змінених вимог комунікації. Наш великий лексичний запас дає можливість точно й ефективно вводити нові терміни та йти в ногу з часом. Лексикологія та фразеологія – це дві найдинамічніші мовні категорії, які постійно кількісно і якісно змінюються, а ми маємо змогу спостерігати за їхнім розвитком у контексті історії. Фразеологічний фонд німецької мови є «живим організмом», в якому постійно з'являються нові вірази, а застарілі виходять з ужитку. Автори підручника «Теоретичні основи фразеології» Я. Баран та М. Зимомря, пов'язують ці процеси із втратою внутрішньої форми фразео-

логізмів, яка «може збліднути або зовсім зникнути внаслідок забуття явища, наприклад, народних звичаїв, значення ключового слова. Так, фразеологізм *etw. auf dem Kerbholz haben* – «мати на совісті що-небудь» відображає народний звичай дописемного періоду – карбувати борги на дерев'яній паличці. Внутрішня форма втрачена, бо нема уже омонімічного фразеологізму вільного словосполучення. Живий образ зник, або щонайменше дуже зблід» [1, с. 149]. Враховуючи сказане, акцентуватимемо на діахронічному підході до вивчення фразеології та еволюційних процесів, що відбуваються в її межах. Ми переконані, що можливість «спостерігати» за різноманітним історичним зміс-

том фразеологічної системи яскраво демонструє еволюцію сталих німецьких висловів, особливо коли їх розглядати через призму медіалінгвістики та трансформацій. Варто зазначити, що сучасне мовознавство активно досліджує комунікативно-стилістичний потенціал фразеологізмів – семантично взаємопов'язаних словосполучень, стійких, неподільних, цілісних.

Нагадаємо, що сучасна наука про мову активно вивчає комунікативно-стилістичний потенціал фразеологізмів – семантично пов'язаних між собою словосполучень, що утворюють усталену, неподільну, цілісну конструкцію. Вони, за О. Красуцьким, являють собою «не просто стійке сполучення слів, не просто мовний і стилістичний засіб. Фразеологізм – це вислів, у якому завжди є частинка менталітету нації, її світосприйняття та культури, її обличчя. Фразеологічні одиниці є одним із невичерпних джерел посилення експресивності та поглиблення влучності, точності викладу» [9, с. 140]. Саме тому фразеологізми досить широко використовуються в повсякденному мовленні, художній літературі та публіцистиці, а сьогодні – й у так званих «нових медіа» (явищі сучасного інформаційного простору, яке базується на цифрових технологіях, інтерактивності та мультимедіа). У цих «середовищах» фразеологізми здобули статус потужних лексичних одиниць, які мають емоційний вплив на індивідуальну та колективну свідомість.

Незважаючи на значну увагу мовознавців та численні дослідження потенціалу фразеології, вона все ще містить аспекти, які потребують подальшого вивчення. У центрі нашої уваги сьогодні – комплексна оцінка медійного потенціалу фразеологізмів, що є надзвичайно актуальною у період популярності медіалінгвістики. Ця дисципліна вивчає мовлення в медіа, медіатексти та роль мас-медіа у розвитку мовних процесів, зокрема трансформації фразеологізмів. Ми цілком погоджуємося з думкою Л. Пац, що «у межах фразеологічного фонду будь-якої мови врівноважують один одного два процеси: з одного боку, – це відносна усталеність компонентів фразеологізму, що намагається не допустити довільної заміни будь-якого з них, з іншого – варіювання та трансформації, що зумовлюють структурно-семантичні видозміни стійких словосполучень, викликані комунікативними та прагматичними настановами» [12, с. 143]. У цьому дослідженні ми зосередимося на нових семантичних відтінках німецьких сталих словосполучень, що з'явилися внаслідок зміни їх функцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження фразеологізмів у німецькому мовознавстві почалося приблизно в XVI–XVII століттях, коли з'явилися богословські збірки Йоганеса Агріколі та Себастьяна Франка. У XX столітті Ф. Зайлер у своєму фундаментальному дослідженні «Німецька фразеологія» не лише зафіксував різноманіття фразеологізмів німецької мови, але й проаналізував їх структуру, джерело виникнення та диференціацію германських прислів'їв, приказок і парних словосполучень. В. Фрідеріх у роботі «*Moderne deutsche Idiomatik*» здійснив найповніше дослідження багатозначних фразеологізмів, розмежувавши їх від інших стійких слів. Німецький лінгвіст Г. Бургер вивчав багатокомпонентні фразеологізми та способи вірування в них психологічних процесів, таких як емоційність, ставлення та поведінка. Важливий висновок, до якого дійшли дослідники – фразеологію слід розглядати як ментальний лексикон мови, значення якої не завжди впливає із сенсів окремих слів, що входять до її складу.

Як галузь лінгвістики, німецька фразеологія почала активно розвиватися лише в кінці 80-х років XX століття. Саме тоді почали публікувати свої дослідження такі вчені, як Г. Бургер, А. Бухофер, А. Сіалм, В. Фляйшер, Ч. Палм та інші. Спочатку німецькі учені зосереджували увагу на аналізі прислів'їв та приказок, а їхні перші роботи в галузі фразеології мали синтаксичний акцент. Сьогодні актуальним є дослідження національно-культурних аспектів німецьких фразеологізмів (Г. Серженко, І. Гаврилова), а також їх структурно-семантичної характеристики та специфіки перекладу. Особливо слід відзначити низку вітчизняних науковців, чії праці присвячені сучасному стану німецької фразеології. Серед них: Я. Баран, О. Білоус, М. Зимомря, І. Зимомря, В. Гаврись, О. Пророченко, Н. Лалаян, К. Надточій та інші. Деяких аспектів вивчення та вживання фразеологізмів сучасної німецької мови торкалися автори пропонованої статті у попередніх публікаціях [20; 21].

Постановка завдання. Запропоноване дослідження має на меті комплексно проаналізувати фразеологічні одиниці у діяхронічному контексті, що дозволить виокремити стійкі словесні комплекси, характерні для класичної літератури, а також прослідкувати їх еволюцію в сучасному медіадискурсі. Саме так сформується цілесна картина досліджуваного явища. Для повного розкриття теми та аналізу фразеологічного змісту текстів у роботі застосовуються такі методи:

лінгвістичний опис, структурно-семантичний та трансформаційний аналіз, порівняльний метод, а також метод компонентного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Українські дослідниці І. Ісаєва та Н. Сабанська, переконують, що «зміст фразеологізмів кожної мови залежить від історії, культури, літератури та традицій певного народу як жоден інший компонент її лексичного складу» [8, с. 149]. Тому необхідною є класифікація фразеологізмів за джерелом походження, яких О. Кудіна та Г. Штарке виділяють п'ять:

1. Антична міфологія (*Fische zum Hellespont bringen* – марна робота).
2. Біблійна або євангелічна міфологія (*babylonische Sprachverwirrung* – безлад).
3. Легенди, казки, фольклор (*jemanden auf den Blocksberg wünschen* – послати до біса).
4. Художня література (*Eulenspiegel machen* – пусувати).
5. Історичні події, з якими пов'язана якась особа чи географічний об'єкт, що мають певні характерні ознаки (*den Rubikon überschreiten* – перейти Рубікон, зробити вирішальний крок) [22, с. 14].

Завдяки такому розподілу фразеологічних одиниць їх діахронічний розвиток, а отже, й еволюція, стає більш очевидною та наочнішою. Наявність фразеологізмів в художній літературі, які позначають найрізноманітніші людські емоції (гнів, радість, огиду, здивування, жах, смуток, любов, сором, страх, цікавість, жалість) дозволяє посилити емотивний зміст тексту, з новою силою розкрити емоційний сюжет і зробити кульмінацію набагато яскравішою. Наприклад, *das Leben ist kein Ponyhof* – не завжди можна отримати те, що хочеться. На жаль; *klappe zu, Affe tot* – ось кінець історії; *was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß* – це мене не турбує; *was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr* – чого Івась не навчився, того й Іван не знатиме; *wo sich Fuchs und Hase gute Nacht sagen* – у чорта на болоті; *des Teufels liebste Möbelstück ist die lange Bank* – не відкладайте в дальній ящик; *erst denken, dann handeln* – сім разів відміряй, один – відріж; *der Hunger kommt beim Essen* – апетит приходить під час їди; *am Ball bleiben* – тримати руку на пульсі, не припиняти щось робити, бути в курсі справ [11] тощо. Фразеологізми надають мови виразності, прикрашають і збагачують її, дозволяючи вільно поєднувати мовні форми та передавати досвід людства через гру слів.

Німецька класична література досить плідно використовує фразеологізми в усіх її жанрах: оповіданнях, романах, віршах, п'єсах, створюю-

ючи яскраві образи і передаючи складні ідеї чи емоції. Творчість Й. В. фон Гете, Ф. Шіллера та Г. Гейне яскравий тому доказ. Н. Бойко в навчальному посібнику «*Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten*» переконує, що «в німецькій мові ряд прислів'їв створено було Й.В. фон Гете, Ф. Шіллером та іншими відомими німецькими письменниками та поетами, наприклад: а) *Früh übt sich, was ein Meister werden will* (Шіллер). – Хто змалку вчиться, добрим майстром стане. б) *Freud' muß Leid, Leid muß Freude haben* (Гете). – В радощах горе і радість в горі [3, с. 8].

Скруппульозне прочитання творчого доробку Ф. Шіллера, особливо його так званого зрілого періоду, дозволяє зробити висновок, що письменник істотно збагатив фразеологічний фонд німецької літературної мови власне авторськими виразами і словосполученнями. У п'єсі «Вільгельм Телль» [27], максимально наближений до народної творчості, що розповідає про легендарного лучника зі Швейцарії, який бореться за незалежність своєї країни від імперії Габсбургів, знаходимо надзвичайно багато таких прикладів: *dem Mutigen hilft Gott* – сміливим Бог допомагає; *der kluge Mann baut vor* – мудрий чоловік готується заздалегідь; *der brave Mann denkt an sich selbst zuletzt* – благородна людина думає про себе в останню чергу; *der Starke ist am mächtigsten allein* – сильний – наймогутніший на самоті; *früh übt sich, was ein Meister werden will* – майстром стає той, хто змалку вчиться; *verbunden werden auch die Schwachen mächtig* – в єдності й слабкі стають сильними; *die Axt im Haus erspart den Zimmermann* – якщо в хаті є сокира, то тесляр ні до чого тощо.

У найкоротшій частині трилогії «Валленштейн», «Таборі Валленштейна» [26], знаходимо досить популярний в розмовному мовленні фразеологізм *Was nicht verboten ist, ist erlaubt* – що не заборонено, то дозволено. А в поезії «Юнак біля струмка» [25] натрапляємо на вираз, що й для української мови став знаковим і часто вживаним: *Raum ist in der kleinsten Hütte für ein glücklich liebend Paar* – хоч у курені, аби до серця мені / хоч хліб з водою, аби милий з тобою.

Не менш вправним майстром у побудові стійких сполучень є Й. В. фон Гете. Скажімо, в його філософській трагедії «Фауст» [18], над якою автор працював 60 років, знаходимо різноманітні варіанти фразеологізмів: *es irrt der Mensch solange er strebt* – хто йде вперед, той завше блудить; *der Äolsharfe gleich* – як звуки еолової арфи; *in jeden Quark begräbt er seine Nase* – скрізь пхати свого носа; *mit sieben Siegeln* – за сімома замками; *allein*

der Vortrag macht des Redners Glück – тільки виступ робить оратора щасливим.

У вправності говорити влучно про головне вирізнявся і Г. Гейне [19]: *ein Kluger bemerkt alles, ein Dummer macht über alles eine Bemerkung* – мудрий помічає все, а дурний про все робить зауваження; *dort wo man Bücher verbrennt, verbrennt man am Ende auch Menschen* – там, де спалюють книги, зрештою спалюють і людей; *von allen Welten, die der Mensch erschaffen hat, ist die der Bücher die Gewaltigste* – з усіх світів, створених людиною, світ книг – наймогутніший; *Weise erdenken neue Gedanken, und Narren verbreiten sie* – мудреці вигадують нові думки, а дурні їх поширюють; *es gibt nichts Stilleres als eine geladene Kanone* – немає нічого тихішого за заряджену гармату.

Звертаємо увагу, що ідентифікація перелічених вище фразеологічних одиниць ні у кого не викликає труднощів, однак в літературі все ж трапляються такі, що потребують істотного тлумачення. До прикладу, *eine Milchmädchenrechnung* (розрахунок молочарки), але в німецькій мові це сталий вираз, що означає «наївний, занадто оптимістичний або нереалістичний розрахунок, який не враховує можливих ризиків і труднощів». Йдеться про байку Жана де ла Фонтена, в якій молочарка, ще несучи молоко на продажу, в уяві вже рахувала зароблені гроші. Втративши пильність, героїня випустила відро з рук і зруйнувала мрію про краще життя.

Ще один приклад запозичимо в Й.В. фон Гете – *einen Eiertanz aufführen* [17]. Українські відповідники: «танцювати на тонкому льоду», «водити хороводи», «ходити, як по мінному полю». Начебто під час прогулянки письменник побачив дівчину, яка із зав'язаними очима танцювала поміж розкладених на землі яєць, жодного не зачепивши. Схожий епізод Й.В. фон Гете використав у «Фаусті», де крилатий вираз отримав значення «уникнути неприємностей або загрози, діючи надзвичайно обережно», або «зважувати кожен свій крок».

Ці фразеологізми показують, як час безжально змінює поняття, які передують їх виникненню. У сучасному інформаційному світі література, особливо класична, не встигає за можливостями «нових медіа». Саме тому роль «законодавця» нормативного слововживання тепер належить їм. Проте фразеологізми, так широко представлені в художніх творах, також знайшли своє місце й тут і продовжують цікавити дослідників, особливо в контексті їх трансформацій.

Медійні тексти, спрямовані на комунікацію з різномірною аудиторією, інтерпретуються

в доступній формі і, зазвичай, використовують готові мовленнєві стандарти, штампи і фразеологічні вирази, відомі усім носіям мови. Наприклад, на онлайн сторінці німецького мисливського товариства «Die Jägersprache» [16] з нагоди дня мови було опубліковано цілу добірку єгерських фразеологізмів, які давно вже вживаються мовцями поза своїм безпосереднім контекстом: *jemanden aufs Korn nehmen* – брати на мушку кого-н., що-н., *einen Haken schlagen* – петляти (заплутувати свої сліди), *von etwas Wind bekommen* – пронюхати, довідатися про що-н., *die Rede vom alten Hasen* – досвідчений, бувалий, *wissen wie der Hase läuft* – розумітися/знатися на чому-н.; знати, як взятися до справи; бути добре обізнаним з чим-н., *die Lunte riechen* – відчути загрозу, запідозрити щось, *durch die Lappen gehen* – вислизнути, утекти (від кого-н.), *am Drücker sein* – орудувати всіма справами, верховодити та багато інших.

ЗМІ, з одного боку, прагнуть стабільності, тому не надто перевантажують свої матеріали зайвими змістовими шарами. Для прикладу, можна назвати фразеологізм із щотижневої німецькомовної газети «Deutsche Tageszeitung» [15] *auf dem Spiel stehen* – поставити на карту: *Wir können uns keine Schwäche leisten – unser Land und unsere Freiheit stehen auf dem Spiel*.

З іншого – авторські медійні тексти вважають експресію головним інструментом впливу на читача, тому часто використовують фразеологізми-жаргони: *übers Ohr hauen* – брати на понт, *einen Bock haben* – мати бажання або інтерес до чогось, бути зацікавленим, *das wissen alle Frösche im Teich* – про це кожна жаба на болоті скрекоче (це всім відомо) тощо.

Попри все, медійні фразеологізми зберігають культурні та країнознавчі особливості. Це стосується характерних рис історичного процесу та природно-географічного середовища Німеччини, а також власних імен, назв продуктів харчування та напоїв, традицій та звичаїв. Часто виникнення сучасних фразеологізмів спричиняється «ефектом невинного очікування» або оксюморонним ефектом, наприклад: *Gefrierbrand*, *Regelausnahme*, *Mädchenmannschaft*, *Flüssiggas*. Проте їх поява зумовлена процесами модифікації традиційних стійких фразеологізмів у новій формі. Еволюція фразеологізмів відбувається через їх трансформацію. Вона може проявлятися, скажімо, збільшенням кількості слів у вже відомій фразі. Наприклад, модальне слово або частку, що посилює емоційно-експресивний вплив на адресата, як-от у випадку з відомим прислів'ям *Morgenstunde hat Gold im*

Munde – година вранці варта двох увечері, до якого можна додати слово *zwar* «хоча», щоб відтінок значення помінявся: *Morgenstunde hat zwar Gold im Munde, aber wenn du jetzt zu mir kommst, versilbere ich dir den Tag*.

Усталена фраза *Es ist nicht alles Gold, was glänzt* – не все те золото, що блищить, значно розширилася за допомогою цілої синтаксичної структури *es könnte auch bloß ein frischer, in der Sonne funkelnder Hundehaufen sein*, яка є досить колоритним і влучним виразом у німецькій мові, що підкреслює іронічність або зневагу до чогось, що виглядає багатообіцяючим чи важливим, але насправді не є таким.

У німецькомовних медіа фразеологічні трансформації, які О. Пономарів називає видозмінами «фразеологічних одиниць з певною стилістичною настановою» [13, с. 125], використовуються надзвичайно плідно. Вони, на думку дослідника, одночасно дозволяють і зберегти їх внутрішню форму, і «відсвіжувати більш чи менш стертий унаслідок багаторазового вживання фразеологічний образ» [13, с. 126], що став таким унаслідок багаторазового використання в мовленні. Серед найпоширеніших трансформацій дослідник виділяє наступні:

1. Часткова видозміна семантики фразеологізму, коли «залежно від контексту на перший план виступає пряме або фразеологічне значення» [13, с. 127], наприклад: *Archive brennen nicht* – «архіви не горять» замість загальновідомого – *Manuskripte brennen nicht* – «рукописи не горять». Або видозміна крилатої фрази з «Гамлета» Вільяма Шекспіра: *Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage* – «бути чи не бути – ось в чому питання», яку медійна молодіжна субкультура перетворила на *Canceln oder gecanceln werden, das ist hier die Frage* – «скасовувати щось або стати жертвою скасування».

2. Повна видозміна семантики фразеологізму – «створення фразеологічного каламбуру за допомогою паралельного вживання фразеологізму і вільного словосполучення» [13, с. 126]. У прислів'ї *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold* – «Слово – срібло, мовчання – золото» зустрічається заміна ключових компонентів на зразок *Reden ist Schweigen und Silber ist Gold*. Або: *Der Hund liegt da im Pfeffer, wo der Hase begraben ist* замість традиційного *Da liegt der Hund begraben* і *Da liegt der Hase im Pfeffer* – ось де собака зарита. Чи трансформація відомого фразеологізму *Fleisch ist Mord* на *Kapitalismus ist Kannibalismus*, Розуміємо, що обидва фразеологізми спільно підкреслюють ідею

про «експлуатацію» чи «поглинання» в соціальному або економічному контексті.

3. Створення okazionalного значення і розкриття його читачеві. «Спеціально створений контекст не тільки сприяє відновленню фразеологічного образу, а й посилює стерту метафоричність та емоційність» [13, с. 127]. Такий видозмінений фразеологізм М. Гавриш віднайшов у романі Б. Апітца «*Nackt unter Wölfen*» («Голий серед вовків») – *aalglatte Hund*. Його поява пов'язана з контамінацією фразеологічної одиниці *glatt wie ein Aal* – слизький як вугор та *blöder/elender Hund* – дурний/нешасний пес [4, с. 63].

4. Пристосування фразеологізму до конкретної ситуації. Найчастіше ЗМІ використовують фразеологічну одиницю у заголовку, а потім розкривають суть ситуації. Можемо довільно сформулювати умовну назву публікації, використовуючи, скажімо, фразеологізм *den alten Kohl aufwärmen* – порушити старе; «пережовувати» стару тему; повертатися до минулого питання: *Den alten Kohl aufwärmen Bundestag beschließt Wahlrechtsreform mit Mehrheit*. Так буває тоді, коли автор не має власного «ресурсу» для того, щоб створити новий фразеологізм, але успішно послуговується вже існуючим, який у всіх на слуху.

5. Додавання другої частини, «що являє собою іронічний авторський коментар до відомого фразеологізму» [13, с. 127]. Наприклад: *zu den ägyptischen Zwiebeln zurückwollen, sondern in einer neuen Uhr zu leben* – сумувати за старими добрими часами, але жити в нових.

Як бачимо, трансформовані фразеологізми утворюють нові стійкі вирази за аналогією, маючи перед собою певний шаблон і наповнюючи його іншим змістом. Вони мають стабільну структуру та експресивно-оціночний характер. В їх основі дуже часто лежить порівняння, виражене за допомогою конструкції *lieber ... als* [11], наприклад: *Lieber heute ein Ei, als morgen ihrer drei*. – Краще синиця в руках, ніж журавель в небі.

Описані трансформації фразеологізмів у сучасному медіапросторі, які базуються на змінених формах і змісті традиційних виразів, мають на меті посилити емоційний вплив на реципієнтів. Вони часто нелогічні або абсурдні, але саме через цей «нелогічний» вигляд вони привертають увагу, миттєво передають емоції та створюють необхідну атмосферу і тон.

Висновки. Отже, фразеологія залишається актуальним і перспективним напрямом лінгвістичних досліджень. Кожна одиниця має свою історію, що відображає життя, культуру, побут

і звичай певної країни. Еволюція фразеологізмів німецької мови демонструє їх багатий емоційно-інформаційний зміст. Це яскраві експресивні вирази, які завдяки закладених у них інтенціях є ефективними засобами впливу на реципієнтів. Діахронічні зміни в їх лексико-семантичному складі (часткова або повна зміна семантики, створення оказіональних значень, адаптація до конкретної ситуації, додавання нової частини)

можуть значно збагачувати сучасне медійне мовлення, «накладаючи» нову інформацію на опис об'єкта.

Це дослідження відкриває широкі можливості для подальших наукових пошуків, зокрема дозволяє розширити фразеологічний аналіз конкретних медійних жанрів у культурному контексті Німеччини, що дає можливість глибше зрозуміти мовну, соціальну та культурну взаємодію.

Список літератури:

1. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології : навчальний посібник. Ужгород : Ужгородський державний університет, 1999. 176 с.
2. Баран Я. А., Зимомря М. І., Білоус О. М., Зимомря І. М. Фразеологія : знакові величини. Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов. Вінниця : Нова книга, 2008. 255 с.
3. Бойко Н. Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten. Кам'янець-Подільський : Д. Зволейко, 2008. 304 с.
4. Гавриш М. Лексико-граматичні трансформації базових фразеологізмів в актах їх контамінації (спроба формальної класифікації). *Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. Вип. 95(2). С. 61–64.
5. Гордій О. М. Фразеологічні експресиви і комунікативи сучасної німецької мови в інтернет-текстах: автореф. дис. ...кандидата філологічних наук: 10.02.04. Львів, 2016. 21 с.
6. Грималюк А. М., Малашевська І. Я. Актуальність вживання фразеологізмів німецької мови з рослинними та тваринними культурними символами у публіцистичних текстах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2022. № 58. С. 45–50.
7. Дерев'янка В. Індивідуально-авторські фразеологічні новоутворення. *Вісник Львівського університету. Серія : Філологія*. 2012. Випуск 56. Частина 1. С. 204–211.
8. Ісасва І. Ф., Сабанська Н. М. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові та їх переклад на українську мову. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологічна. 2016. Випуск 60. С. 149–152.
9. Красуцький О. М. Особливості творення і функціонування фразеологізмів у офіційно-діловому та професійному мовленні. *Професійно-прикладні дидактики. Міжнародний науковий журнал*. 2017. Випуск 3. С. 136–141.
10. Морозюк В. М. Джерела української фразеології. Роль фразеологізмів у мовленні. *Вивчаємо українську мову та літературу*. 2010. № 33. С. 15–18.
11. Назаренко О. 57 цікавих ідіом і приказок в німецькій мові <https://surl.li/vlptmd>
12. Пац Л. Трансформація фразеологічних одиниць як засіб підвищення інформативності та образності художнього тексту. *Лінгвістичні студії : збірник наукових праць*. Донецьк : ДонНУ, 2010. С. 140–145.
13. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : Підручник. 3-тє вид., перероб. і доповн. Тернопіль : Навчальна книга Богдан, 2000. 248 с.
14. Шевченко Л.І. Інтертекстуальність у медіа: дослідницький ресурс категорії. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2014. Вип. 29. С. 79–86.
15. Deutsche Tageszeitung. Ukraine: Schwäche ist keine Option! <https://surl.li/eoiyrg>
16. Die Jägersprache: Bildreiche Redewendungen im Alltag <https://surl.li/ukchun>
17. Einen Eiertanz aufführen <https://surl.li/utsmcz>
18. Goethe J. W. Faust Der Tragödie Erster Teil <https://surl.li/pqgjsq>
19. Heinrich Heine Zitate <https://zitate.net/heinrich-heine-zitate>
20. Hvozdyak O., Svyda-Susidenko T. Deutsche Phraseologismen, die das Singleleben bezeichnen. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2020. Випуск 18. С. 18–26.
21. Hvozdyak O., Svyda-Susidenko T. Wortschatzerweiterung durch Phraseologismen im DaF-Unterricht. *Germanistik in der Ukraine*. 2020. Jahresheft 15. S. 159–166.
22. Kudina E., Starke G. Untersuchungen zu Fraseologismen mit Eigennamen im Deutschen im Vergleich mit dem Ukrainischen. *Wissenschaftliche Zeitschrift der Pädagogischen Karl Libknecht – Hochschule*. Potsdam, 1978. S. 187–192.
23. Milchmädchenrechnung <https://surl.li/ycnbmr>
24. Oxymoron – 43 faszinierende selbst widersprechende Wörter Sternenvogelreisen <https://surl.li/bnlect>
25. Schiller F. Der Jüngling am Bache <https://surl.li/oggkym>

26. Schiller F. Wallensteins Lager. Die Piccolomini. Wallenstein's Tod <https://surl.gd/cpqvtk>
27. Schiller F. Wilhelm Tell <https://surl.li/supexx>

Hvozdyak O. M., Kurakh N. P., Svyda-Susidenko T. V. THE EVOLUTION OF GERMAN PHRASEOLOGY: FROM CLASSICAL LITERATURE TO MODERN MEDIA

The proposed study is devoted to the analysis of evolutionary changes in German phraseology, which have come a long way and have manifested themselves most clearly in the modern media space. Attention is drawn to the characteristic of a phraseological unit as a 'living organism', which is associated with the processes of dying off and the birth of a new one. Therefore, evolutionary changes in German phraseological units are associated with the gradual withdrawal of their outdated forms from use, which leads to the loss or destruction of their internal form. The features of the functioning of phraseological units in the literary texts of the classics of German literature are considered. It is found that they emphasise the emotional content, can develop the plot and make the culmination brighter and more expressive, because they accumulate a variety of human emotions: anger, joy, disgust, surprise, horror, sadness, love, shame, fear, curiosity, pity, excitement. They also allow you to freely combine speech forms and reflect the experience of mankind through wordplay.

It is stated that in the XXI century, in the time of technological progress, modern media have taken over the leading role in the information space of mankind, possess a powerful factor of influence on recipients and are a component of the mass communication of a constantly developing society. Phraseological units play a special role in this process. They have evolved through transformations, among which there are several main types: partial or complete modification of the semantics of a phraseology, creation of an occasional meaning and its disclosure to the reader; adaptation of a phraseology to a specific situation, adding an additional part to it, etc. Updated phraseology enlivens linguistic presentation, sharpens the reader's mind on the necessary aspects, and charges media materials with emotions. Certain phraseological units endowed with a symbolic character increase their cultural significance, reflect the mental essence of native speakers, and therefore always remain relevant for research.

Key words: *evolution, phraseological unit, phraseological transformation, media language, classical literature, «new media».*