

Остапович О. Я., Менів І. В.,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

## ЕКСПРЕСИВНО-МОДАЛЬНІ ФРАЗИ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

*У статті розглянуто проблему текстового функціонування експресивно-модальних фраз у актах віртуальної комунікації німецькомовного інтернету. На матеріалі форумів, чатів та інформативних вебсайтів досліджено прагматичні ілокутивні функції даного розряду фразеологізмів, їх емотивні, фатичні та оцінкові потенції. Серед мовних засобів, якими досягається бажаний комунікативний ефект, виділено структурні трансформації, тавтологію, оксюморон, клімакс, актуалізацію дослівного прочитання ідіоми, поняттєвого сигніфікату та фреймово-сценарної семантики.*

**Ключові слова:** експресивно-модальні фрази, віртуальна інтернет-комунікація, фразеологічний сигніфікат, подвійна актуалізація, сценарний фрейм.

*В статье рассмотрена проблема текстового функционирования экспрессивно-модальных фраз в актах виртуальной коммуникации немецкоязычного интернета. На материале форумов, чатов и информативных вебсайтов исследованы прагматические иллокутивные функции данного разряда фразеологизмов, их эмотивные, фатические и оценочные потенции. Среди языковых средств, которыми достигается желаемый коммуникативный эффект, выделены структурные трансформации, тавтология, оксюморон, климакс, актуализация дословного прочтения идиомы, понятийного сигнификата и фреймово-сценарной семантики.*

**Ключевые слова:** экспрессивно-модальные фразы, виртуальная интернет-коммуникация, фразеологический сигнификат, двойная актуализация, сценарный фрейм.

*The article deals with the problem of the text functions of expressive modal phrases in the virtual communicative acts of the German internet. Based on materials of the forum chats and informative websites, the pragmatic illocutive functions as well as emotional, phatic and evaluating potential of the given idiom class are studied. Among the lingual means, that enable the expected communicative effect, the structural transformations, tautology, oxymoron, climax, actualization of literal meaning, conceptual significate, scenes and frames semantics are defined.*

**Key-words:** expressive modal phrases, virtual internet communication, phraseological significate, double actualization, scenes, frames.

В наш час актуальне значення мають дослідження лінгвокомунікативних можливостей глобальної мережі Інтернет, зокрема форумів, чатів та інформаційних сайтів, які в ХХІ столітті стали потужним джерелом поширення та обміну інформацією, а також популярним простором для комунікативної діяльності [1]. Це стосується й німецьких сайтів, які є важливим мовотворчим фактором і чинником національного спілкування. З цієї точки зору вивчення фразеології в Інтернет-просторі є актуальним аспектом мовознавства.

Матеріалом для нашого дослідження стали німецькі чати, форуми та інформаційні сайти в глобальній мережі Інтернет. Дослідження мови цих ресурсів дає достатнє уявлення про вигуково-модальні фрази в засобах масової комунікації. Воно зумовлене насамперед значенням Інтернет-ресурсів для формування і збагачення фразеологічного складу німецької мови, а також недостатньою розробленістю цієї проблеми, відсутністю спеціальних робіт, присвячених дослідженню мови німецьких сайтів в мережі Інтернет на фразеологічному рівні та посиленням уваги сучасних лінгвістів до вивчення проблеми емотивності.

Метою роботи є виділення вигуково-модальних фраз як особливого структурного типу фразеологізмів, дослідження прагматичних комунікативних інтенцій таких фраз в глобальній мережі Інтернет та виявлення їх комунікативної специфіки.

Об'єктом дослідження є вигуково-модальні фрази у мові німецьких сайтів в мережі Інтернет, які вибрані методом суцільної вибірки з лексикографічних [7; 9; 10] та текстових електронних джерел. У процесі дослідження було виявлено та проаналізовано 200 німецьких вигуково-модальних фраз.

Предметом дослідження є комунікативно-прагматичні особливості німецьких вигуково-модальних фраз в актах віртуальної комунікації.

У даній роботі ми розглянули саме вигуково-модальні фразеологізми, яким притаманна велика образність, емоційність, оцінність та стилістична забарвленість; вони утворюють самобутність будь-якої мови: відображають специфіку мови, стратегії спілкування між людьми, рівень емоційності носіїв тієї чи іншої мови. Крім того, в сучасній мові існує тенденція до збільшення кількості вигуково-модальних фраз, що пояснюється такими характерними якостями, як економність, емоційність і високий рівень експресивності.

Вигукові фразеологічні одиниці неодноразово привертала увагу лінгвістів [3; 4; 5; 6; 8]. Особливо цінною для нас є робота О. Д. Райхштейна "Немецкие устойчивые фразы" [2]. В ній автор виділяє приказки як літературно-розмовні, побутово-розмовні і стійкі фрази. Вони не узагальнюють закономірні зв'язки з дійсністю, тому можуть застосовуватись лише в конкретних ситуаціях. Щоправда, ці ситуації настільки типові, що кожна приказка може без змін вживатися багатьма людьми в схожих ситуаціях безліч разів. За своєю структурою О. Д. Райхштейн виділяє наступні типи приказок: розповідні, питальні, спонукальні та емотивно-модальні. Всім їм притаманна оцінність, чітко виражене емоційне забарвлення, мотиваційність, відносна незмінність компонентного складу. Такі ж самі риси характерні і для вигуково-модальних фраз. А це дає нам змогу розглядати приказки саме як вигуково-модальні фрази, основною рисою яких є емотивність.

Емотивний тон вляє собою вираження різноманітних переживань людини, у яких відображається перебіг її взаємовідносин із зовнішнім світом та з іншими людьми. Фразеологізм виражає, як правило, не емоцію взагалі, а певне переживання чи комплекс переживань, що якісно відрізняються від інших, напр.: *j-m steht das Herz still* –

радість; *j-m geht das Herz hoch* – гнів; *Pfui Spinne!* – відразу. Фразеологічна система являє собою більшу градацію вираження емотивності порівняно з лексикою. Таким чином, фразеологізми здатні точніше ніж слова передавати шкалу почуттів людини.

Розглянемо контексти різнопланової тематики, взяті з глобальної мережі Інтернет та охарактеризуємо особливості вживання в них вигуків-модальних фраз для емоційного підсилення. Чим вищий рівень експресивності й емоційності фразеологізму, тим сильнішим є вплив на адресата комунікативного акту. Наприклад, за допомогою фразеологізмів можна створити іронічність або сатиричне забарвлення повідомлення. Так вигуків-модальна фраза *daskannjaheiterwerden!* має іронічний характер і тому автор повідомлення використовує її для емоційного підсилення: *O je! Das kann ja heiter werden! Montagmorgenstress ... Bibi und Boris müssen aus den Federn. Für Boris kein Problem, aber für unseren Morgenmuffel Bibi ... das kann ja heiter werden!*

Якщо автор хоче виразити огиду, він послуговується фразеологізмом *Pfui Spinne!* Наприклад, для позначення відрази, інтернет-користувач на форумі, присвяченому домашнім улюбленицям пише: *Pfui Spinne – Myrtheöl!!! Wer is denn auf die Idee gekommen, Myrtheöl gegen Pinkelgeruch als Tip zu geben?*

Деякі ж фразеологізми мають певним чином виражену негативну направленість, що свідчить про експресивну функцію таких фраз у мові. Вони можуть виражати погрозу (*das könnte dir so passen!*), обурення (*das kannst du deiner Großmutter erzählen!*) чи грізну вимогу (*rutsch mir den Buckel runter!*). Так, наприклад, в повідомленні *He da, wer behauptet, dass dieser Zauber nicht funktioniert???* *Der Scharlatan möge bei mir vorstellig werden!* *Ich werde Ihm zeigen was eine Harke ist!* автор має на меті створити погрозову атмосферу і чим вищий рівень експресивності й емоційності фразеологізму, тим сильнішим є вплив на адресата комунікативного акту.

Вигуків-модальні фрази мають здатність надавати повідомленню певного оцінного забарвлення. **В інтерв'ю з організатором кінофестивалю Роландом Рустом читаємо:** *Wir sind alle sehr glücklich, denn ich glaube, es war das beste Festival, das wir je hatten. Und das will etwas heißen: Immerhin waren wir auch vorherschon nicht schlecht.* За допомогою фразеологізму *das will etwas heißen* він підводить підсумки сказаного та дає емотивну оцінку ситуації "А це щось-таки означає!".

Під час дослідження комунікативних функцій вигуків-модальних фраз на Інтернет-просторах були виявлені також і різноманітні трансформації фразеологізмів.

**Наприклад, виявлено випадки розширення компонентного складу фразеологізму *eins zu Null für Dich*. В даному випадку допускається підстановка актантів якв заголовку повідомлення: "Null punkt. *Eins zu Null für Null*" *Noch eine Krise kann wirklich niemand gebrauchen.* Для привернення уваги автор використовує тавтологічно-оксюморонну груслів "1:0 на користь нуля", за допомогою якої дає також оцінку ситуації, що склалась у зв'язку з кризою.**

Привернуло нашу увагу і новоутворення *L.M.A.A.*, яким часто послуговуються у комунікативних повідомленнях Інтернет-простору. В початковому вигляді ця фраза має форму *Leck mich am Arsch!* і є емоційно забарвленою та стилістично зниженою. *L.M.A.A.* не має настільки різкого стилістичного забарвлення і вживається в повсякденних розмовах, піснях та навіть як нік: *L.M.A.A.ist kein Mitglied einer öffentlichen Benutzergruppe.*

**Для привернення уваги та економії часу вживаються авторські новоутворення (адже це допомагає автору ліквідувати синтаксичне розчленування, громіздкість описових формулювань з метою точного визначення сутності того чи іншого явища).** Авторські новоутворення мають сталий характер лише в межах контексту, частиною якого вони є:

*Bierofka und das "Leck-mich-am-Arsch-Gefühl". "Nach dem 0:2", berichtete Bierofka, "da waren wir praktisch schon tot. Aber dann war da diesesLeck-mich-am-Arsch-Gefühl."*

Заголовки – це спеціальні засоби, які являють собою опорні точки, що показують найбільш важливу текстову інформацію. Саме ці "висунуті" елементи тексту служать опорою для читача в зрозумінні змісту. Назви різних типів і врзи передають зміст тексту в сконденсованій, стислій формі. Виконуючи інформаційно-орієнтовну роль, вони є опорними пунктами, що виявляють зміст викладений в повідомленні. Отже, заголовки виступають результатом компресії і дають емоційну оцінку цілому тексту. Наприклад, вираз *wodenkstduhin?* виражає здивування, несхвалення, заперечення. В даному випадку його використали як емоційне узагальнення всієї ситуації:

*Wo denkst du hin?*

*Oh nein, mein Mädchen, mach dir keine Sorgen.Das Götz-Zitat? Das wär ja fürchterlich...Jetzt weißt du es und mußt dich nicht mehr sorgen.Kein Götz-Zitat– und gar nicht fürchterlich.*

**Варто зазначити, що в періодичних інтернет виданнях фразеологізм*das lässt tief blicken!* часто вживається в прямому сигніфікативному ідіоматичному значенні. А в таких заголовках зі змінним компонентом на першому місці як: *Frau Fischer lässt tief blicken, Googlelässt tief blicken, Pelloni lässt tief blicken, Microsoft lässt tief blicken* чітко виражене ще й дослівне обігрування семантики. Це дає нам змогу робити висновки, що фразеологізм *etw. lässt tief blicken* є продуктивним образом для дослівного прочитання. В деяких контекстах його вживають для підсилення іронічного ефекту і навіть зневажливої оцінки, наприклад: *Lady Gaga lässt tief blicken... und enthüllt dabei fast eines ihrer beiden besten Stücke. Aber muss man denn die "Bommeln" wirklich fast rausfallen lassen ...***

Емоційна оцінка заголовку*das ist ja die HÖHE!* є і в повідомленні: *Diese Konzerne werden für hohe Preise und Gewinne belohnt und gelobt. Als die Produktpreise der landwirtschaftlichen Erzeugnisse im Vorjahr etwas gestiegen sind gab es sofort einen Aufschrei! Es wird eine Überprüfung gefordert ob diese Erhöhung gerechtfertigt ist und wer daran verdient ... Das nenne ich Gerechtigkeit!!!* Слова *gestiegen* та *Erhöhung* вживаються тут як гра слів навколо іменника "Höhe".

Для того, щоб підкреслити саме емотивну функцію фразеологізму, він часто вживається як оксюморон. Наприклад, комічний ефект проявляється уже в самому заголовку книги Ахіма Штосера, який є оксюморonom "Halt den Mund, und iss weiter".

В заголовках часто трапляються вигуково-модальні фрази з чітко вираженим **емоційно-експресивним характером**, що служить, як правило, для відображення позитивних чи негативних емоцій, оцінок. Так, наприклад, вигук *alles Scheisse!* відзначається грубим, емоційно забарвленим стилістично зниженим вживанням. У повідомленнях на форумі такий заголовок часто поєднується зі сленговими лексичними (американізмами), граматичними і навіть орфографічними елементами та іншими емоційно-модальними фразами того ж стильового реєстру: *Alles Scheisse!!!! Wahn los Alter, jetzt biste schon am Tage stoned oder high on "huntmaster"? Oder isses einfach mal wieder soweit? Grüße mir die FilosoFie.*

А повідомлення з заголовком *Halt die Klappe, Affe!* і текстом: *Scheisse! Ze comments on my latest article are quite extreme, Gottverdamm. I have been compared to a concentration camp guard, merely for saying that glorifying drug-related deaths is irresponsible...* написано англійською мовою і лише грубі, емоційно забарвлені стилістично знижені вирази *Halt die Klappe, Affe!*; *Scheisse!* та *Gottverdamm!* написані німецькою.

Для привертання уваги і яскравого емоційного забарвлення з елементом погрози, застосовується клімакс: *Drei Jugendliche zeigen euch wo der Hammer hängt, was 'ne Harkeist und werden rücksichtslos über den Tisch gezogen.* В заголовку до відео автор "конденсує" кілька фразеологічних одиниць для ще більшого емотивного навантаження, зацікавлення та короткого опису, про що йдеться в ролик.

Досліджуючи контексти, в яких фігурують фразеологізми ми помітили, що досить часто вигуково-модальні фрази вживаються в подвійному значенні, тобто людина, яка вживає цей фразеологізм, обігрує також його дослівне, буквально значення. "Буквалізація" фразеологічного значення або "подвійна актуалізація" базується на подвійному сприйнятті: на обіграванні значення фразеологізму та буквального значення його змінного прототипу.

Можливість подвійної актуалізації закладена в самій природі фразеологізмів. Особливістю цих одиниць мови є їх семантична двоплановість. Компоненти більшості стійких виразів вживалися раніше як вільні словосполучення, тобто у своєму прямому значенні, потім вони метафоризувалися і згодом почали використовуватися з переносним (фразеологічним) значенням. Ця особливість фразеологізмів дозволяє користувачам чи автору статті на Інтернет-просторах з певною метою зводити і поєднувати в одному виразі як пряме, так і переносне значення.

Так обігравання дослівної семантики можна побачити у наступному прикладі:

*Du kriegst die Tür nicht zu?! (Kühl-Gefrierkombi) Habe probleme mit meiner Liebherr Kühl-Gefrierkombi. KD3184. Die Tür hat beim Schließen seit neuestem im halb geschlossenem Zustand einen richtig starken Widerstand im Scharnier. Man getraut sich erst einmal nicht die Tür zu schließen.*

Тут фразеологізм *du kriegst die Tür nicht zu!* служить заголовком повідомлення і виражає неприємне здивування, навіть обурення. Але в тексті повідомлення йдеться про поламку дверцят холодильника, слово "Tür" вживається в прямому, а не переносному значенні, як у фразеологізмі. Ми бачимо, як переносне значення в вигуково-модальній фразі набуває ще й дослівного значення, коли читаємо весь текст повідомлення.

**Для того, щоб підкреслити саме емотивну функцію фразеологізму, він часто вживається як оксюморонне обігравання дослівного значення.** Наприклад, *15-Zentimeter-Stiletto's? Das ist ja wohl die Höhe! Stimmt.*

Слово "Höhe" як компонент фрази *das ist ja wohl die Höhe!* вживається у фразеологізмі не тільки в переносному значенні, передаючи здивування, але і в дослівному значенні, вказуючи на 15-ти сантиметрову висоту підборів.

Досліджуючи вживання вигуково-модальної фрази *pfui, Spinne!* ми помітили, що подальший контекст в більшості випадків пов'язаний із павуками, тобто тут також обігрується дослівне значення одного з компонентів – слова "Spinne". А фразеологізм *pfui, Spinne!* використовується для позначення ставлення автора повідомлення до павуків, – в даних випадках це почуття відрази:

*Pfui, Spinne! Wie könnte ein Text über Spinnen anders heißen als "Pfui, Spinne! "? Die meisten Menschen ekeln sich vor Spinnen – "eigentlich" grundlos!..*

Аналізуючи контексти, в яких вживаються досліджені нами вигуково-модальні фрази, ми помітили, що автор повідомлення обігрує не тільки пряме значення фразеологізму, але й іноді його візуальний образ, тобто в людини, яка читає повідомлення можуть виникати образні асоціації, що пов'язані з зоровим сприйняттям об'єктів, тобто візуальним дослівним значенням компонентів фразеологізму.

Розглянемо такий приклад вживання вигуково-модальної фрази *du kriegst die Tür nicht zu!* в контексті :

*Bei gutem Benehmen stehen alle Türen offen!*

*Wer die richtige Form wählt und wahr, dem stehen alle Türen offen. Attraktive Jobs und Aufträge wollen natürlich alle, weshalb sich bei bestimmten Firmen die Bewerber die Türklinke in die Hand geben, so viele gehen da ein und aus. Und wenn es gar zu viele sind, werden manchen die Türen ingerannt. Wer's übertreibt, wird vor die Tür gesetzt, was aber auch demjenigen passieren kann, der seine Miete nicht bezahlt. Wenn ihr gewünschter Chef ihre Unterlagen liest und ausruft: "Ach, du kriegst die Tür nicht zu", dann sollten sie selbstbewusst den nächsten Satz abwarten.* В повідомленні спостерігаємо обігравання візуального образу з ключовим компонентом "Tür", що виступає в даному випадку цілісним сценарним динамічним фреймом. Можна припустити, що автор вживає фрейм для того, щоб зробити мовлення образним, використовує прийом візуалізації. Також автор дає нам зрозуміти, що він вживає фразеологізм *du kriegst die Tür nicht zu!* з різним емоційним навантаженням: фраза може виражати неприємний подив і означати "...das ist ja wohl das Allerletzte..." , або ж похвалу, одобрення, захоплення – "...beeindruckend, was Sie da zu bieten haben..."

В заголовку до газетної статті *Das bißchen Sympathie macht den Kohl auch nicht fett!* журналіст використовує гру слів. Проте ми розуміємо це тільки після прочитання перших рядків: "Im studentischen Streikdiskurs wird mit diesem Spruch die Reaktion der Studierenden auf die ihnen von den Politikern entgegengebrachte Sympathie und das geäußerte Verständnis für die Streikaktionen ausgedrückt". Гра слів ґрунтується на прізвищі Гельмута Коля, який є насправді товстим і огрядним. В такому випадку автор за допомогою фразеологізму обігрує візуальний образ канцлера Федеративної Республіки Німеччини та дає емоційну оцінку тексту.

На одному з німецьких форумів ми натрапили на фразу: *ist ne Giraffe siehdocheinBlinder mit der Harfe!!!!!!!* Автор обіграє в даному випадку візуальний образ сліпої людини (яка не бачить або не хоче бачити чогось явного), але щоб додати виразу експресивності та комічності, продовжує фразу словами *mit der Harfe* і тим самим створює абсурдний оксюморонний візуальний образ – "сліпець з арфою".

Отже, з наведених вище контекстів можна зробити висновок, що автори зумисно вживають вигуково-модальні фразеологізми, які піддаються не лише переносному, але й візуальному прочитанню, іноді навіть комічному. Все це привертає увагу до повідомлення, надає йому експресивності та подвійного значення.

Отже, ми помітили, що дуже часто в інтернет-комунікації автори повідомлень для емоційності, "оживлення" тексту послуговуються саме вигуково-модальними фразами, які здатні яскраво, лаконічно та виразно передають емоції адресата, його бажання чи думки.

Опираючись на вищевказані дослідження можна виділити вигуково-модальні фрази, які мають пряме сигніфікативне ідіоматичне значення, дослівне значення, візуальне значення та ті, які виступають як емоційне підсилення сказаного. За нашими спостереженнями, вигуково-модальні фрази, які мають пряме сигніфікативне ідіоматичне значення трапляються найчастіше, тобто умовно можна назвати цю групу домінуючою. Таким чином, автор не обіграє подвійне значення фрази, але надає їй яскравого емотивного забарвлення, виражає свої емоції, ставлення, оцінку до певного явища чи предмета. Вигуково-модальні фрази з дослівним та візуальним значенням трапляються рідше. Адресат розпізнає та ідентифікує фразеологізм, сприймаючи спочатку буквальне значення, а потім відповідне конотативне значення і приєднує його до буквального, отримуючи в сумі фразеологічне значення мовної одиниці. Ця особливість фразеологізмів дозволяє користувачам чи автору статті на Інтернет-просторах з певною метою зводити і поєднувати в одному виразі як пряме, так і переносне значення.

Отже, ми визначили, що послуговуються вигуково-модальними фразами в мережі Інтернет досить часто і на основі наших досліджень можна вивести таке процентне співвідношення: вигуково-модальні фрази, які мають дослівне значення 19,5%; вигуково-модальні фрази, які мають візуальне значення 10%; вигуково-модальні фрази, які мають пряме сигніфікативне ідіоматичне значення 43%; вигуково-модальні фрази, які виступають в тексті як емоційне підсилення 27,5%.

За допомогою вигуково-модальних фраз можуть відтворюватися найрізноманітніші емоції людей, які перебувають на даний момент в акті віртуальної комунікації: радість, здивування (приємне чи неприємне), іронія, образа, вимога, обурення, відроза і т.д.

Розглянувши всі особливості можна констатувати, що мова на Інтернет-форумах та в чатах відрізняється від звичної для нас мови в реальному спілкуванні. Очевидним є те, що саме в глобальній мережі Інтернет розвиваються основні тенденції розвитку сучасної мови, основу якої складає специфічна лексика, в тому числі і вигуково-модальні фрази.

#### Література:

1. Пережогин Л. О. Интернет-аддикция в подростковой среде: <http://www.rusmedserv.com/psychsex/main003.htm>
  2. Райхштейн А. Д. Немецкие устойчивые фразы. – Л.: Просвещение. Ленингр. отд-ние, 1971. – 184 с.
  3. Степанова М. Д., Чернышева И. И. Лексикология современного немецкого языка. – М.: Высшая школа, 1986.
  4. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка. – Изд. "Высшая школа", М., 1970.
  5. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. – 2., durchges. und erg. Aufl. – Tübingen : Niemeyer, 1997.
  6. Palm C. Phraseologie : eine Einführung. – 2., durchges. Aufl. – Tübingen : Narr, 1997.
- Лексикографічна література:
7. Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь. Под ред. д-ра Малиге-Клаппенбах и К. Агрикола. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: "Русский язык", 1975.
  8. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990.
  9. Duden – Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten / Wörterbuch der deutschen Idiomatik / hrsg. u. bearb. von Günther Drosdowski und Werner Scholze–Stubenrecht. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 1992.
  10. Duden Zitate und Aussprüche: Herkunft und aktueller Gebrauch / bearb. von Werner Scholze–Stubenrecht. Unter Mitarb. von Maria Dose – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 1993.