

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА**

**ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ,
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

**ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ІНТЕНЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ
ФРАЗЕОЛОГІЇ (НА МАТЕРІАЛІ МАСМЕДІЙНОГО ТА
ІНТЕРНЕТНОГО ДИСКУРСІВ)**

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Мегедь Марини Євгенівни

спеціальність *035 Філологія*

освітня програма *035.01.01 Українська мова і література*

Науковий керівник:
доктор філологічних наук,
професор кафедри
української мови

Стишов О. А.

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри української мови

Протокол засідання кафедри

«_____» _____ 20__ р.

Київ – 2025..

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ	
СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
ФРАЗЕОЛОГІЇ.....	9
1.1. Фразема як об'єкт лінгвістичного студіювання.....	9
1.2. Проблеми класифікації фразеологізмів у мовознавчій	
науці.....	11
1.3. Динаміка і статика в фразеології.....	19
1.4. Основні тенденції в фразеології української мови ХХІ	
сторіччя.....	22
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИЯВИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ	
ФРАЗЕОЛОГІЇ.....	32
2.1. Вплив глобалізації на розвиток сучасних мов.....	32
2.2. Англійська фразеологія як головний глобалізаційний	
чинник	38
2.3. Фраземи-інтернаціоналізми з інших лінгвальних систем.....	47
2.4. Модифікації фразем-глобалізмів	45
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНА ПАРАДИГМА	
ФРАЗЕМ.....	57
3.1. Стилiстичні i функційні особливості фразеологічних	
одиниць у сучасних масмедіа	57
3.2. Стилiстичні i функційні особливості фразеологічних	
одиниць у сучасному інтернет-дискурсі.....	64
Висновки до розділу 3.....	70
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	79
ДОДАТОК А (Загальні терміни).....	89

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ГІ – глобалізаційні інтенції.

ЗМІ – засоби масової інформації.

ІД – інтернет дискурс.

МД – масмедійний, масмедіа дискурс.

СФ – сучасна фразеологія.

УФ – українська фразеологія.

ФО – фразеологічна одиниця.

ВСТУП

У сучасному світі, який вступив в інформаційну добу, де кордони між країнами поступово стираються завдяки глобалізації, мова стає одним із найважливіших інструментів міжкультурного обміну. Українська мова, як і будь-яка інша, не залишається осторонь цих процесів. Особливо відчутним є вплив глобалізації на такий важливий і виразний пласт мови, як фразеологія.

Сьогодні все частіше стикаємося із ситуаціями, коли в нашу мову органічно вплітаються фразеологізми, запозичені з інших лінгвальних систем, або ж уже відомі стійкі словосполучення й вирази набувають нових, глобалізованих значень.

Сучасна мовна картина характеризується значною динамікою, зумовленою, зокрема, процесами глобалізації та розвитком інформаційних технологій. Фразеологія, як один із найвиразніших пластів мови, не залишається осторонь цих змін. Поява нових соціокультурних реалій і понять, активний культурний обмін, а також вплив іноземних мов сприяють активному процесові формування нових фразеологізмів, трансформації значень традиційних та адаптації запозичень з інших мов.

Актуальність теми дослідження полягає у вивченні глобалізаційних процесів, які впливають на сучасну українську фразеологію, зокрема, на матеріалі масмедійного та інтернетного дискурсів. Прагнемо проаналізувати, які нові фразеологізми з'являються в українській мові під впливом глобалізації, як актуалізуються й модифікуються традиційні запозичені фразеологізми, виявити стилістичні особливості названих ФО, та які основні функції вони виконують у зазначених вище дискурсах.

Мета магістерської роботи – виявити й проаналізувати глобалізаційні інтенції в сучасній українській фразеології.

Для реалізації мети визначено такі **завдання**:

- узагальнити теоретико-методологічні положення дослідження фразеологізмів в українському мовознавстві;
- висвітлити питання динаміки й статичності в фразеології;

- виявити й описати головні тенденції в розвитку фразеології української мови ХХІ сторіччя;
- проаналізувати глобалізаційні вияви в сучасній українській фразеології;
- розглянути види модифікацій запозичених фразем;
- проаналізувати семантичні зміни ФО під впливом глобалізації;
- виявити нові семантичні відтінки та конотації у фразеологічних зворотах, зумовлені їх використанням у масмедіа та інтернет-дискурсі;
- визначити й описати стилістичні особливості та головні функції фразеологізмів у різних типах текстів (новини, блоги, соціальні мережі тощо).

Матеріалом дослідження слугує корпус фразеологізмів, зібраний шляхом суцільної вибірки з різноманітних джерел сучасного українськомовного масмедійного й інтернетного дискурсу. До дослідження залучено новозапозичені, книжні, розмовні некодифіковані та актуалізовані фразеологічні й модифіковані одиниці, що дозволило проаналізувати динамічні процеси в сучасній українській фразеології під впливом глобалізації.

Джерельною базою роботи слугував корпус некодифікованих фразеологізмів (понад 800 одиниць) з різних джерел сучасного українськомовного масмедійного й інтернетного дискурсу. Додатково було залучено матеріали фразеологічних словників і наукові праці, що дозволило проаналізувати вплив глобалізаційних процесів на розвиток сучасної української фразеології та порівняти новітні тенденції з історичними даними.

Науково-теоретичною основою дослідження слугували праці українських (О.Потебні, Л.Булаховського, М.Жовтобрюха, Г.Їжакевича, Д.Баранника, Л.Авксентьева, М.Демського, Л. Скрипника, В. Ужченка, Д.Ужченка, М. Коломійця, О. Стишова, О.Селіванової, Ю.Прадїда, О. Левченко, С.Швачко, В. Чабаненка, А.Архангельської, Н.Венжинович, О.Сербенської, Ж.Краснобаєвої-Чорної,

Н. Коваленко, Д.Сизонова, А.Смерчка, Н.Скиби, О.Андрейченко, Л.Пашинської, Н. Третяк та ін.) та зарубіжних (Ш.Баллі, Г.Бюргера, Х.Вальтера, В.Хлебди, Р.Філіпович, А.Націсьоне та ін.) науковців.

Об'єктом дослідження є сучасна українська фразеологічна система, яка відображає глобалізаційні процеси в суспільстві. У пропонованій роботі об'єкт вивчення фразеології розуміємо в широкому плані – до її складу включаємо, крім ідіом, будь-які фразеологізми, а також прислів'я, приказки, крилаті вислови, афоризми, сентенції, усталені перифрази, образні народні порівняння, усталені вислови з анекдотів і жартів, стійкі термінологічні сполучення та ін.

Предмет дослідження – корпус фразеологічних одиниць, що функціонують у сучасних масмедійних та інтернетних дискурсах, із акцентом на новоутворенні, запозиченні, актуалізації, трансформації традиційних фразеологізмів, які відображають глобалізаційні процеси в українській мові та її взаємодію з іншими мовами й культурами.

Методи та прийоми роботи. Для проведення дослідження було використано комплекс загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних методів.

Системний підхід дозволив розглядати фразеологічні одиниці в єдності екстра- й інтралінгвальних чинників. Зокрема, для виявлення та класифікації фразеологізмів було застосовано *методи спостереження, суцільної вибірки та описовий метод*. *Функціональний аналіз* дав змогу розкрити головні функції відповідних фразеологізмів у масмедійному й інтернетному дискурсах, їх роль у формуванні змісту повідомлення та вплив на емоційне забарвлення мовлення.

Компонентний і трансформаційний аналізи дозволили дослідити внутрішню структуру фразеологізмів і їх семантику. *Контекстуальний аналіз* дав змогу виявити стилістичні особливості використання фразеологізмів і їх доречність у різних комунікативних ситуаціях. Частково також було використано кількісний аналіз для з'ясування квантитативних параметрів відповідних ФО.

Наукова новизна дослідження полягає у вперше проведеному комплексному аналізі динамічних процесів у сучасній українській фразеології, зумовлених впливом глобалізаційних інтенцій і розвитком інформаційних технологій. На матеріалі

масмедійного та інтернет-дискурсів виявлено значний обсяг некодифікованих фразеологізмів, проаналізовано їх структурні, семантичні, стилістичні та функціональні особливості. Отримані результати розширюють уявлення про сучасну українську фразеологію та сприяють подальшим дослідженням у цій галузі.

Теоретичне значення магістерської роботи полягає в тому, що вона є певним внеском у розвиток сучасної української фразеології: розширює уявлення про функціонування фразеологізмів у сучасній мові, сприяє кращому розумінню механізмів їх трансформації та формування нових одиниць. Крім того, виконане дослідження має важливе значення для розвитку теорії номінації у зв'язку із глобалізаційними процесами.

Практична цінність результатів магістерського дослідження полягає в тому, що воно має широкий спектр застосування. Зібрані та проаналізовані фразеологізми можуть бути використані в лексикографії, лінгводидактиці, медіа- й нетлінгвістиці, журналістиці, а також у перекладацькій діяльності. Результати дослідження сприятимуть збагаченню наукового знання про сучасну українську мову та її розвиток під впливом глобалізаційних процесів.

Апробація праці. Результати дослідження обговорено на:

1) X-ій Міжнародній науковій конференції «СТРАТЕГІЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МОВНІЙ ОСВІТІ СУЧАСНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ» (25 квітня 2024 р., м. Київ (КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА), онлайнова сесія) (виступ на тему «Польські фразеологізми із зоонімним компонентом»).

2) IX-ій Всеукраїнській науково-практичній конференції «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА І МОВОЗНАВСТВА» (8 листопада 2024 р., м. Київ (КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені БОРИСА ГРІНЧЕНКА), онлайнова сесія) (виступ на тему «Функційні особливості фразем в українськомовних масмедіа першої чверті XXI століття»).

3) XI-ій Міжнародній науковій конференції «СТРАТЕГІЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МОВНІЙ ОСВІТІ СУЧАСНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ» (24 квітня 2025 р., м. Київ (КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ

УНІВЕРСИТЕТ імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА), онлайнова сесія) (виступ на тему «Неофраземи-глобалізми в масмедійному й інтернетному дискурсах початку ХХІ сторіччя»).

Структура роботи. Магістерська робота вміщує в собі вступ, три розділи, висновки до них, загальні висновки, список використаних джерел (112 позицій), Додаток А (Загальні терміни), Додаток Б (Словничок використаних фразеологізмів). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 82 сторінки, основна частина – 71 сторінка.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

1.1. Фразема як об'єкт лінгвістичного студіювання

Сучасні лінгвісти, які студіюють фразеологічні одиниці, зазначають, що фразеологія як підрозділ мовознавства вивчає фразеологічну систему в її синхронійному та діяхронійному аспектах. Основний об'єкт цього дослідження — фразеологічні одиниці (фраземи, усталені словосполучення та речення, стійкі мовні конструкції), які можуть бути як давніми, так і новоствореними. Лінгвісти зосереджені на вивченні цих одиниць, оскільки їхні результати дозволяють розкрити ключові характеристики фразем, дослідити функціональні аспекти та визначити їх роль у структурі української мови. Попри значний масив наукових праць у цій галузі, фразеологія залишається динамічним полем дослідження з низкою актуальних питань.

Термін «фразеологія» походить з грецької мови й у буквальному значенні означає «вчення про вислів». Фраземи, тобто стійкі поєднання слів чи фразеологічні одиниці, мають особливе, переважно марковане значення, яке може бути позитивно або негативно забарвленим і передавати характеристики осіб, дій, явищ тощо. Такі усталені словосполучення та вирази не лише збагачують мовлення, але й надають йому експресивно-емоційного відтінку, що робить фраземи важливими для лінгвістичного аналізу.

Фразеологія набула статусу самостійної мовознавчої дисципліни у 40-х роках минулого сторіччя. Основи фразеології як науки заклали такі вчені, як О.Потебня, Ш.Баллі, Л.Булаховський, Л.Скрипник та інші, які детально досліджували фраземи та висвітлювали свої спостереження у наукових працях, заклавши підґрунтя для подальшого вивчення фразем як окремого об'єкта мовознавчого дослідження.

У сучасних словниках, наукових працях та інших джерелах подано чимало визначень терміна «фразеологізм». Більшість дослідників сходяться на думці, що фразеологічні одиниці — це стійкі поєднання лексем, значення яких повністю або частково переосмислене.

«Словник лінгвістичних термінів» в авторстві І. Олійника та Д. Ганича подає таке трактування дефініції: «фразеологічна одиниця (фразеологізм) — лексико-граматична єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю сполучення чи речення, але неподільна лексично, стійка у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові» [22, с. 58].

Фразеологічною одиницею А. Грищенко вважає «семантично пов'язане сполучення слів, яке, на відміну від подібних до нього за формою синтаксичних структур, не утворюється в процесі мовлення відповідно до загальних граматичних і значеннєвих закономірностей поєднання слів, а відтворюється у вигляді фіксованої конструкції з властивим їй лексичним складом і значенням» [23, с. 40].

Загальновизнаним є той факт, що лексична система — найбільш розвинений рівень мови. Переважна більшість фразеологізмів з'явилася в процесі спостереження за природою, в якій формувався той чи інший народ, — історичною, суспільними процесами, виробничою діяльністю й побутом, морально-етичними нормами і родинними стосунками, природним середовищем, тваринним та рослинним світом [24, с. 184-185].

На роль фразеологізмів як складника етнокультурного простору вказують у своїх працях такі науковці, як Т. Черторизька, Л. Пустовіт, Н. Венжинович, О. Скопненко, Г. Сюта, Т. Цимбалюк, Г. Доброльожа, які вважають, що фразеологічні одиниці, поряд з лексемами, є складовою частиною лексичної системи будь-якої мови [24, с. 185].

Одним із перших дослідників, які створили семантичну класифікацію фразеологічних одиниць, був Шарль Баллі. Він наголошував на важливості детального вивчення фразеологічних одиниць і зазначав, що коли одна з частин фразеологічного виразу втрачає своє значення при відокремленні, це є ознакою фразеологічної одиниці. Ш. Баллі запропонував типологію фразеологізмів, яка охоплює декілька категорій:

До вільних словосполучень зараховують фразеологічні вирази з відносно сталим зв'язком між компонентами.

Звичні сполучення — це фразеологічні вирази, де зв'язок між компонентами вже усталений.

Фразеологічні ряди об'єднують групи слів, де два поруч розташованих поняття майже зливаються в одне ціле.

Фразеологічні єдності утворюються зі словосполучень, де окремі слова втрачають своє первісне значення і формують нове нерозкладне поняття.

Отже, Шарль Баллі, одним із перших серед інших науковців, визначив риси фразеологічних одиниць за їх внутрішньою та зовнішньою ознаками, а саме семантикою та структурою фразем [10, с. 16-18, 28].

Фразеологічні одиниці збагатили мову емоційно-експресивними елементами. Розглянуті окремо, лексеми мають різноманітні семантичні значення, що виражають дії, стани, властивості, якості предметів чи осіб, а також емоції та почуття. Як і окремі лексичні одиниці, фразеологізми є стійкими, нерозкладними на компоненти, повторюваними та цілісними за значенням і структурою.

Фраземи відрізняються своєю стійкістю та семантичною єдністю. Повторюваність вказує на регулярне вживання фразеологізмів у мові. Відкритість структури фраземи підтверджує її сталу цілісність. Хоча семантичне злиття фразеологізмів може зазнавати змін, вони залишаються сталими виразами.

Отже, фразема — це сукупність семантично пов'язаних слів, які функціонують у синтаксичній структурі речень або словосполучень, але існують як вираз, що зберігає свою сталість незалежно від контексту.

1.2. Проблеми класифікації фразеологізмів у мовознавчій науці

Фразеологія, як галузь лінгвістичної науки, давно привертає увагу дослідників завдяки багатьом суперечливим поглядам на її різноманітні аспекти. Серед основних проблем, що виникають, є визначення обсягу, структури та семантики фразеологічних одиниць. Фразеологія є невичерпним, багатогранним і складним явищем, з існуванням різних напрямків її дослідження.

Вагомий внесок у розвиток фразеології зробили такі мовознавці, як О. Потебня, Ш. Баллі, Г.Бюргер, Х.Вальтер, В.Хлебда, Л. Булаховський, М.Жовтобрюх, Г.Їжакевич, Д.Баранник, Л.Авксентьєв, Л. Скрипник, М.Демський, В.Ужченко, Ю.Прадід, О.Левченко, В.Чабаненко, А.Архангельська, Н.Венжинович, Ж.Краснобаєва-Чорна, Н.Коваленко, Д.Сизонов, А.Смерчко, Н.Скиба та багато інших. У своїх роботах вони досліджували семантичні та граматичні особливості стійких словосполучень, а також висловлювали свої погляди на природу їх стійкості та відтворюваності.

Швейцарський лінгвіст Шарль де Баллі створив першу семантичну класифікацію фразеологізмів, що вивчаються у мовознавчій науці.

Учений вказує на те, що «...якщо в певному словосполученні кожне слово втрачає своє значення частково або повністю, і тільки сполучення в цілому має чіткий смисл, то це можна вважати фразеологічним виразом». У своїй праці

Ш. де Баллі виділив чотири типи словосполучень:

- 1) вільні словосполучення;
- 2) звичні сполучення з відносно вільним зв'язком компонентів;
- 3) фразеологічні ряди, де два поряд розташованих поняття майже злиті в одне;
- 4) фразеологічні єдності, де слова втратили своє значення й виражають нерозкладне поняття.

Саме Шарль де Баллі вперше визначив зовнішні та внутрішні ознаки фразеологізмів, тобто їх структурні й семантичні характеристики [10, с. 86].

Однією з найвідоміших класифікацій фразеологічних одиниць в українському мовознавстві є та, що вивчена на різних ступенях зміни значення слів у синтаксичних та стилістичних контекстах.

Фразеологічні одиниці, хоча й мають єдине цілісне значення, поєднано взаємозв'язком семантики всього виразу зі значенням його окремих компонентів. У фразеології традиційно виділяють чотири групи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення та фразеологічні вирази.

Загальновизнано, що фразеологічні зрощення є абсолютно неподільними та немотивованими фразеологічними одиницями, в яких немає жодного зв'язку зі значенням компонентів.

Нерозкладність цих одиниць зумовлена наявністю в складі незрозумілих або архаїчних слів, які не пов'язані зі значенням всього виразу, але додають йому індивідуальності.

Фразеологічні єдності є семантично неподільними одиницями, чиє цілісне значення певною мірою мотивоване значенням компонентів. Значення цих одиниць пов'язане з розумінням внутрішнього образного ядра фрази та потенційного смислу слів.

Фразеологічні сполучення — це стійкі мовні одиниці, де один компонент є змінним, тоді як інший — фразеологічно фіксований і може бути замінено синонімом.

Такий поділ фразеологізмів, порівняно з класифікацією Ш. Баллі, точніше відображає типи фразеологізмів, але також не має єдиного принципу побудови. Три основні групи, виокремлені на початку, показують різницю між фразеологічними зрощеннями та єдностями, із одного боку, і фразеологічними сполученнями, з іншого, завдяки різному характеру їх стійкості. Фразеологічні одиниці зрощень і єдностей схарактеризовано ступенем мотивованості, тоді як третя група має структурну ознаку. Така класифікація відіграє важливу роль у дослідженні фразеології та часто використана без змін для вивчення сталих сполучень і речень у багатьох мовах.

Т. Алексахіна, звернула увагу на «...відсутність єдиного принципу в класифікації В. Виноградова. Фразеологічні зрощення та єдності розрізняються за ступенем вмотивованості, тобто можливістю або неможливістю вивести значення фразеологізму зі значень їхніх компонентів, а фразеологічні сполучення — за ступенем обмеженої сполучуваності фіксованого компонента у певному значенні. Перші два типи характеризуються фіксованим складом компонентів, а третій — обмеженою їх сполучуваністю» [3, с. 84].

У процесі вивчення фразеології на матеріалі інших мов науковці використовували принципи класифікації, відмінні від запропонованих раніше. О.Андрейченко відкрито заперечила ці принципи, маючи свою оригінальну

концепцію. Вона розглядала фразеологію як «...лінгвістичну дисципліну, що вивчає сполучуваність слів, в контрасті до синтаксису, що вивчає сполучуваність слівформ. І. Анічков вважав будь-які словосполучення, починаючи від вільних і закінчуючи прислів'ями та ідіомами» [4, с. 200].

С. Швачко спробувала вдосконалити класифікацію. Вона запропонувала додати четвертий тип — фразеологічні вирази. За С.Швачко, ці вирази є «...стійкі словосполучення, які не тільки мають семантичну цілісність, але й повністю складаються зі слів із вільним значенням» [53, с. 35].

Фразеологічні вирази розділяються на дві групи: «...комунікативного характеру, які функціонують як предикативні словосполучення та еквівалентні реченню, і номінативного характеру, що є сполученням слів, ідентичними лише окремим частинам речення, вони виконують номінативну функцію» [53, с. 35]. У зв'язку з «...нечітким розмежуванням фразеологічних зрощень і єдностей, які мають семантичну взаємопов'язаність зі словом, виникла думка про об'єднання цих двох типів фразеологічних одиниць в одну категорію». С.Швачко не заперечує проти такого об'єднання і вказує: «Фразеологічні зрощення і фразеологічні єдності, які є еквівалентами слів, часто об'єднуються в одну групу. У таких випадках їх зазвичай називають ідіомами або ідіоматичними висловами» [53, с. 35].

Л. Булаховський, знаменитий український мовознавець, проводячи класифікацію сталих словосполучень з позиції семантики, виділяв дві категорії: «...ідіоми і фразеологічні одиниці. За його словами, ідіоми є особливими виразами в певних мовах, які є цілісними в своєму вживанні та змісті і зазвичай не можуть бути точно передані іншими мовами. При перекладі ідіом вимагається підбір відповідника зі схожим стилістичним відтінком». Друга група — «...фразеологічні одиниці — це звичайні словосполучення, які можуть бути розкладними за змістом, але є сталою частиною мови завдяки широкому використанню в цитатах (прислів'я, приказки, вдалі вислови письменників, що стали «крилатими»))» [17, с. 56].

Л. Скрипник, дослідниця української фразеології, поділила всі фразеологічні одиниці на два граматико-структурні класи: «...сталі сполучення, організовані за моделлю словосполучення (співвіднесеність з окремим словом і виконання ролі в

реченні), та стійкі фрази, які мають структуру простого або складного речення» [40, с. 34].

Вона також виділяє «...особливий тип фразеологічних одиниць — стійкі одиниці мови, які мають цілісне значення і складаються з одного повнозначного слова та одного або кількох службових слів» [40, с. 34]. Це твердження має своїх прихильників і критиків. Деякі дослідники «...не включають такі утворення до складу фразеологічних одиниць, оскільки вони мають лише один фразовий компонент і не є словосполученнями». [40, с. 34].

У структурно-семантичній класифікації фразеологічних одиниць О.Селіванова виділяє структурно-семантичні типи:

«...одновершинні звороти, що складаються з одного повнозначного слова та одного службового слова, або повнозначного слова та двох або трьох службових слів»;

«...фразеологічні одиниці, побудовані за моделлю підрядного або сурядного словосполучення; стійкі фрази з частковопрдикативною структурою (лексема + підрядне речення)»;

«...фразеологічні одиниці, що мають структуру, співвідносну з підрядним реченням»;

«...номінативно-комунікативні фразеологізми, які представляють собою дієслівні звороти зі структурою словосполучення з інфінітивом та речення з дієсловом у пасивному стані; фразеологічні одиниці зі структурою простого або складного речення; еквіваленти речення, які включають деякі структурні типи вигуків зворотів, що мають власну силу висловлювання та характеризуються самостійною інтонацією» [38, с. 34].

Фразеологізми є важливими і ключовими для розвитку будь-якої мови. Подібно до окремих слів, використовують для вираження дій і станів (як «хворіти душею», «ламати голову»), властивостей особи чи предмета (наприклад, «не з боязкого десятка», «ні риба ні м'ясо»), почуттів і емоцій (пор.: як «як у воду опущений», «співати дифірамби») та інших концепцій.

Фразеологізми мають ключові характеристики, а саме: стійкість, відтворюваність, цілісність значення, розчленованість і відкритість структури.

Стійкість визначено як ступінь нерозривності семантичних компонентів фразеологізму. Чим більш усталений фразеологізм, тим переважна більшість компонентів втрачають свої індивідуальні значення. Наприклад, у фразеологізмі «міряти воду решетом» втрачено лексичне значення та семантику ФО.

Відтворюваність означає регулярну повторюваність фразеологічних зворотів у мові. Наприклад, фразеологізми, на зразок: як «не за горами», «руки не доходять», «чесати язиком» є відтворюваними. Фразеологічні одиниці майже не перекладено на інші мови, оскільки вони мають цілісну складову, а компоненти втрачають свої індивідуальні значення («байдики бити», «на руку ковінька, «впадати в око»).

За словами Т.Левченко, відтворюваність є «...головною характеристикою, яка об'єднує фразеологічні звороти зі словами та відрізняє їх від вільних поєднань слів». [29, с. 134]. Також вона вважає відтворюваність основною ознакою стійких комплексів. Т.Левченко у визначенні фразеологізму надає пріоритет відтворюваності, стверджуючи, що це є «...сполучення, яке може бути відтворене у готовому вигляді» [29, с. 134].

М. Алефіренко також акцентує увагу на цій характеристиці, зазначаючи, що «...основною відмінністю фразеологічних виразів від вільних поєднань слів є їх готовий стан з постійним складом та значенням» [5, с. 34].

Однак А. Денисова виступає проти погляду вчених і не вважає відтворюваність основною ознакою фразеологізмів, аргументуючи тим, що «...ця характеристика може бути притаманною і не фразеологічним словосполученням. Проте більшість дослідників підтримує думку про відтворюваність як одну з основних властивостей фразеологізмів» [25, с. 14].

Наприклад, Л. Скрипник сказала, що фразеологізми «відтворюються як готові значеннєві одиниці за традицією, автоматично» [42, с. 37]. Фразеологізми мають відкриту структуру «...вони функціонують в мові як єдина цілісна одиниця» [42, с. 37].

Семантична єдність фразеологізмів може варіюватися в широких межах: «...від неможливості вивести значення фразеологізму зі слів, що його складають у ідіоматичних виразах (фразеологічних зрощеннях), до фразеологічних сполучень, де сенс впливає зі значень, що входять до єдності» [42, с. 38].

Фразеологізми можуть належати до різних частин мови, залежно від граматичного компонента і синтаксичної ролі звороту в реченні. Класифікують такі лексико-граматичні категорії фразеологізмів: дієслівні, іменникові, прикметникові, прислівникові, модальні, вигуківі та зв'язкові.

Іменникові фразеологізми вказують особу, предмет або явище, підпадаючи під граматичні категорії роду, числа та відмінка. Відмінюваність залежить від синтаксичної ролі звороту. Фразеологізми, що виконують роль підмета, змінюються за відмінками, наприклад: «бабине літо», «Хома невірний». Усталені одиниці, що функціонують як іменний присудок, частково або повністю позбавлені відмінюваності, наприклад: «ні риба ні м'ясо», «палиця на два кінці».

Фразеологізми з дієслівним компонентом передають дії чи стани як процеси, наприклад: «протягнути руку допомоги», «зібратися з думками», «увійти в колію». Для цих ФО характерні граматичні категорії особи, виду, часу, способу, числа, роду й стану. Дієслівна частина фразеологізму вказує на граматичні форми цієї одиниці. Більшість фразеологізмів обмежені у варіації граматичних форм. Наприклад, фразеологізм *води в рот набрав* є лише у формі доконаного виду, тоді як дієслово *набрати* у вільному словосполученні може мати форми доконаного і недоконаного виду: *набрати* і *набирати*. Обмеження у виборі форм обумовлено семантикою дієслівного фразеологізму. Видова та часова форма фразеологічних одиниць зазвичай визначають його оцінні характеристики. Збільшення маркованої семантики послаблює значення виду та часу, необхідні для розуміння дієслівності. Дослідження та словники підтверджують, що більшість дієслівних фразеологізмів мають форми обох видів, наприклад: *давати жару* — *дати жару*. Деякі дієслівні фразеологізми є лише у формі недоконаного виду, наприклад: *брати на буксир*, *змотувати вудки*, *носа не показувати*.

Прикметникові фразеологізми передають якість, властивість або ознаку особи, предмета чи явища. Вони зазвичай мають прикметник як ключовий компонент, наприклад: «легкий на підйом», «не близький світ», «гаряча голова». Група

ад`єктивних зворотів поступово розширюється, включаючи фразеологізми іншої структури, наприклад: *у чому мати народила* — «голий», *кров із молоком* — «здоровий, рожевовидий, рум'яний (про людину та її обличчя)». Прикметникові фразеологізми мають здатність змінюватись за родами та числами, наприклад: *тугий/туга на вухо*. Деякі з них можуть існувати тільки у формі однини або множини, наприклад: голий як бубон, одним миром мазані.

Прислівникові фразеологізми виражають властивості, якості або ознаки дії. Наприклад: *наліво й направо, не на жарт, по лезу ножа*. Прислівникові фразеологізми можуть бути класифіковані за категоріями: часу («без ночі не тутешній», «як оком змигнути»), причини та мети («про людське око», «з доброго дива»), місця («за дев'ятьма морями», «на кожному кроці»), способу дії («не покладаючи рук»). Фразеологізми, які мають семантичну співвіднесеність з обставинними прислівниками, можуть поєднуватися з різними дієсловами, як можуть вільно вживатися. Наприклад: «на галай-балай» (необдуманно) може вживатися з дієсловами, як говорити, робити, писати, читати тощо. З іншого боку, прислівникові звороти, що виражають міру та ступінь («душа в душу», «ні в зуб ногою»), поєднуються з обмеженим колом дієслів. Наприклад, «жити душа в душу» означає «дуже дружно», а «кричати на всю горлянку» означає «дуже голосно».

Модальні фразеологізми виражають ставлення мовця до дійсності, наприклад: «таким чином», «як ніяк», «на худий кінець».

Вигуківі фразеологічні звороти передають почуття та емоції, наприклад: «Боже мій!», «Ось це так!», «Ось тобі і на!», «Отака ловись!».

Зв'язкові фразеологічні одиниці використовують для зв'язку окремих частин або цілих речень у структурі речення або зв'язного тексту. Наприклад: «тоді як», «тим самим», «не дивлячись на те що», «тим не менш». Прислівникові, модальні, вигуківі та зв'язкові фразеологізми не змінено за граматичними формами.

Отже, фразеологізми, фраземи та фразеологічні одиниці — це загальна назва для семантично пов'язаних поєднань слів, які вжито як усталені, цілісні та неподільні конструкції, не виникаючи у процесі мовлення, на відміну від синтаксичних структур, подібних за формою, як словосполучення або речення.

1.3. Динаміка і статика в фразеології

Фразеологічні одиниці схарактеризовано як статичні, так і динамічні аспекти: їх структура, значення та вживання можуть бути як стабільними, так і змінними.

Статика у фразеології вказує на незмінність і стабільність фразеологізмів у мові. Це означає, що їх структура, сполучення складників і значення залишаються незмінними протягом тривалого часу. Фразеологізми діють як стійкі мовні конструкції, які передають усталену семантику та використовуються мовцями відповідно до певних правил.

Динаміка фразеології є невід'ємною частиною загальної мовної еволюції. Зміни у фразеологічних одиницях відображають більш загальні тенденції розвитку мови, такі як зміни в лексиці, граматиці, фонетиці та семантиці.

Фразеологізми, як і інші мовні одиниці, адаптуються до змін у мовленнєвій практиці та до потреб спілкування. Фразеологічні одиниці, як і будь-який мовний елемент, піддаються різним трансформаціям.

Зміни можуть стосуватися як їхньої внутрішньої структури (компонентного складу, граматичних форм), так і зовнішніх характеристик (значення, особливості вживання). Ці процеси є невід'ємною частиною мовної еволюції та зумовлені комплексом чинників, серед яких соціальні, культурні й технологічні перетворення відіграють ключову роль.

Під впливом цих факторів фразеологізми можуть набувати нових значень, модифікуватися структурно або навіть виходити з ужитку, що відображає постійну адаптацію мови до мінливих реалій світу.

Незважаючи на загальноприйняте уявлення про фразеологізми як про стійкі мовні одиниці, численні дослідження доводять, що їх структура й значення можуть змінюватися з часом. Відомі українські науковці, зокрема Надія Бабиш, Лариса Скрипник, Віктор Ужченко, Микола Коломієць та інші, детально вивчали процеси

семантичної трансформації, модифікації складу і формування синонімічних рядів фразеологізмів. Їхні праці та дослідження інших лінгвістів підтверджують, що поняття «стійкість» фразеологічної одиниці є відносним і не може бути універсальною характеристикою для всіх випадків.

Важливим джерелом для формування неофразеологізмів є спеціальні термінологічні системи. Так, відомо, що медицина, спорт, економіка, математика, географія та інші галузі знань постійно поповнюють мову новими термінологічними словосполученнями й реченнями, які, які, підхоплені широким колом мовців, поступово можуть набувати стійкого характеру і перетворюватися на фразеологізми. За словами М. Кочергана і Г. Мінчак, «...нові фразеологізми виникають шляхом екстраполяції виразів з однієї сфери до іншої» [29, с. 38].

Крім того, неофразеологізми можуть виникати на основі анекдотів, жартів, іронічних висловлювань та інших неформальних форм мовлення. Напр.: балувана Галя; або хрест зніміть, або труси одягніть.

Неофразеологізми часто містять маркери новизни чи традиційності, такі як «новий» і «старий». Ці вирази часто запозичуються з політичного дискурсу, але в масмедіа, інтернет-дискурсі, красному письменстві можуть набувати нових значень та асоціацій. Така семантична трансформація дозволяє авторам створювати яскраві та виразні тексти, а також маніпулювати сприйняттям читачів.

Загальноновживані фразеологізми можуть зазнавати трансформацій, які виявляються в зміні їх лексичного складу або граматичної будови. Такі зміни призводять до появи нових варіантів фразеологізмів, що свідчить про їх динамічну природу. За словами О.Стишова, ці зміни залежать від того, наскільки тісно взаємопов'язані компоненти між собою [45, с. 21].

Фразеологізми виконують важливу стилістичну функцію в художніх текстах. Вони допомагають авторові створити певний образ, передати емоції, підкреслити індивідуальність стилю. Завдяки своїй виразності, фразеологізми здатні покращити текст, зробивши його більш емоційним, яскравим і запам'ятовуваним.

Динаміка фразеології є галуззю лінгвістики, яка зосереджена на вивченні змін, що відбуваються у фразеологічних зворотах. Вона дозволяє простежити, як фразеологізми виникають, розвиваються й трансформуються з часом.

Динаміка фразеології – це комплексний процес, який задіює різні рівні мовної системи. Ось кілька аспектів, які вона охоплює:

1. Етимологічний аспект. Фразеологічні одиниці можуть мати різноманітне походження: бути запозиченими з інших мов, виникнути на основі історичних подій, міфів, легенд або бути результатом метафоричних переосмислень. З часом їхнє первинне значення може змінюватися, уточнюватися або розширюватися, а етимологічні зв'язки – ускладнюватися або втрачатися. Запозичені фразеологізми зазнають адаптації до фонетичної, граматичної та лексичної системи приймаючої мови. Цей процес може супроводжуватися зміною їхнього значення та стилістичної забарвленості.

2. Семантичний аспект. Фразеологічні звороти мають денотативне значення тобто можуть звужуватися, розширюватися або повністю змінюватися. Наприклад, фразеологізм може втратити свою конкретність і набути абстрактного значення, або навпаки, стати більш конкретним і вузькоспеціалізованим. Конотативне значення фразеологізму (емоційне, оцінне, експресивне) також може змінюватися з часом. Нейтральні фразеологізми можуть набувати позитивного або негативного впливу забарвлення, а позитивні – ставати негативними. Фразеологізми можуть зазнавати процесів метафоризації та метонімізації, тобто переосмислення їхнього первинного значення на основі нових асоціацій.

3. Формальний аспект. Фразеологічні одиниці можуть змінювати свою структуру шляхом додавання або віднімання компонентів, заміни одного компонента іншим, зміни порядку слів. Граматична будова фразеологізмів може змінюватися в результаті змін у граматичній системі мови або під впливом аналогічних конструкцій. Фонетичні зміни у фразеологізмах можуть бути пов'язані з загальними фонетичними законами мови або з прагненням до спрощення вимови.

4. Спосіб вживання. Фразеологічні звороти проявляється у зміні їхньої ролі в мовленні. Фразеологізми можуть переходити з активного в пасивний запас мови,

стаючи архаїзмами або діалектизмами. З іншого боку, вони можуть набувати нової популярності, інтегруючись у різні функціональні стилі та соціальні діалекти.

Динаміка фразеології є прямим відображенням змін, що відбуваються в суспільстві та культурі. Фразеологізми, як своєрідні мовні «капсули часу», фіксують і передають культурні коди, цінності та уявлення різних епох. Поява нових технологій, соціальних рухів та ідей стимулює виникнення нових фразеологізмів, а зміна соціальних умов призводить до зміни значень та функцій існуючих.

Отже, динаміка фразеології тісно пов'язана з процесами, що відбуваються в мовному спілкуванні. Аналіз перетворень у фразеологічних одиницях дозволяє зрозуміти, як змінюються способи вираження думок, емоцій та оцінок у мові. Фразеологізми є важливим інструментом когнітивної лінгвістики, оскільки вони відображають особливості мислення і світогляду мовців.

1.4. Основні тенденції в фразеології української мови XXI сторіччя

Фразеологія української мови XXI сторіччя зазнала істотної динаміки, відображаючи соціальні, культурні та політичні процеси в суспільстві. Ці зміни зумовлені як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Важливим аспектом дослідження є вплив глобалізації на динаміку фразеологічної системи. Зокрема, як зазначає Маркітантов Ю.О., у сучасній фразеології зростає кількість запозичень із глобалізованих мов, серед яких домінує англійська. Такі процеси сприяють розширенню мовного фонду, але водночас викликають дискусії щодо збереження національної ідентичності мови. Основні тенденції включають активне використання нових фразеологічних одиниць у медіа, вплив глобалізації та війни, а також зростання популярності мемів.

Сучасні процеси глобалізації суттєво змінюють динаміку розвитку фразеології, зокрема через поширення іншомовних елементів. Як свідчить практика, особливе місце серед цих впливів займають запозичення з англійської мови, що є домінантною у багатьох сферах міжнародного спілкування. Такі явища збагачують українську мову новими виразами, проте піднімають питання збереження її унікальної ідентичності.

Відзначимо, що в кінці XX – на початку XXI ст. філологи почали активніше вивчати лінгвальні особливості різних мов не так у художньому (як це було в

попередні періоди), як у масмедійному дискурсі, який розвивається надзвичайно бурхливо та засвідчує нові й цікаві тенденції особливостей динаміки тієї чи тієї мови загалом [49, с. 66].

Однією з основних тенденцій є запозичення англійських фразеологізмів, які адаптуються до української мови. Наприклад, фраземи «to go viral» і «to think outside the box» отримали відповідники «стати вірусним» та «мислити нестандартно». Це свідчить про глобальний вплив цифрових і бізнесових дискурсів на українську фразеологію.

Значний вплив на сучасну фразеологію мають технологічні зміни. Наприклад, традиційні фраземи набувають нових значень у контексті цифрового середовища. Так, вираз «залишатися на хвилі» використовується для опису успіху у соціальних мережах. Як зазначає Сизонов Д.Ю., «медіа-дискурс стає платформою для актуалізації нових семантичних відтінків традиційних фразеологізмів» [34, с. 25].

Як зазначено у праці «Стилістичний потенціал сучасної фразеології», нові фразеологізми стають інструментом для відображення соціальних і культурних реалій.

Фразеологічні одиниці активно інтегруються у сучасні комунікативні середовища, зокрема в соціальні мережі та новинні платформи. Це забезпечує їх популярність і зумовлює широку аудиторію. Водночас, як стверджує Сизонов Д. Ю., медіадискурс стає джерелом для створення нових фразем і трансформації вже наявних.

ФО ХХІ століття демонструють зростання їх стилістичної ролі. У контексті глобалізації вони використані у контексті суспільно-культурних змін та динаміки мовного розвитку.

Дослідження Олександра Анатолійовича Стишова є одним із ключових джерел для аналізу сучасного стану фразеології української мови. У своїх працях О. Стишов звертає увагу на різноманітні процеси, що впливають на формування, оновлення та функціонування фразеологічних одиниць у ХХІ столітті.

Однією з основних тенденцій сучасної української фразеології, згідно з дослідженнями Стишова, є її динамізм [92, с. 33]. Фразеологія постійно оновлюється під впливом:

- 1) **Глобалізаційних процесів**, наприклад: запозичення з інших мов, особливо англійської, збагачують фразеологічний фонд новими одиницями суспільно-політичного характеру: *політичний розворот* (із англ. political reversal) ‘різка зміна політичних поглядів або курсу до навпаки’; *острівна ментальність* (із англ. island mentality) ‘почуття винятковості й зверхності окремих замкнених соціумів (переважно острівних)’; *дегуманізація ворога* (із англ. dehumanization of the enemy) ‘пропагандистська технологія, скерована на формування образу ворога як безжалісного агресора’; *нечестивий союз* (альянс) (із англ. unholy union (alliance)) ‘об’єднання країн, яка порушують узаконені міждержавні норми, морально-етичні настанови’ та ін. Пор. у контекстах: ***Політичний розворот:*** *президент Сербії пояснив, коли країна може підтримати санкції проти РФ... Нагадаємо, раніше президент Сербії заявив, що не підтримує запровадження санкцій проти РФ (ТСН, 13.08, 2022, 14:18); Будь-яка війна породжує сплеск пропаганди й дегуманізацію ворога (armyinform.com.ua> 2020/12/28>);*
Нечестивий альянс *між Росією, Іраном і Вірменією виник незважаючи на орієнтацію на західні цінності, проголошену прем’єр-міністром Вірменії Ніколом Пашиняном. Дії говорять більше, ніж слова: ряд фактів, які легко перевірити, однозначно свідчать, що Вірменія є основним центром постачання підсанкційних (включаючи військові) товарів, які підтримують російську агресію в Україні, і забезпечує пряме сполучення між Іраном і Росією. Іран визнає безпеку Вірменії своїм головним пріоритетом (https://uk.eureporter.co > ira...) [95, с.188].*
- 2) **Інтернет-комунікації**, до прикладу: цифрові технології породжують нові фразеологізми або змінюють значення існуючих (напр., у фразеологізм-

інновацію **чума XXI століття** в дискурсі сучасних масмедіа автори вкладають різну семантику.

По-перше, це «атипова пневмонія, або SARS» («22 % респондентів розцінюють SARS як чуму 21 століття, трохи менша кількість (21 %) респондентів обрали відповідь “поживемо — побачимо”» — docor.wpoonline.com),

По-друге, — нова хвороба, яку називають «**інтернет-залежність**» («Але останнім часом поширилася ще одна залежність від інтернету, або, як її ще називають, — чума XXI століття» — gboace.3dn.ru);

По-третє, майже невиліковна — «лихоманка Ебола» («Чума XXI століття: чи загрожує Ебола Україні та світу» (заголовок статті) — ua.korrespondent.net) [92, с.41].

- 3) **Потреби в нових і неординарних засобах створення емоційності й експресії.** Серед запозичених із російської мови фразеологізмів зафіксовано переважно стійкі одиниці розмовного характеру: *Мамо (мама) не горюй* (із рос. *мама не горюй*) — “вираз має емоційно-експресивний характер: служить для підкреслення будь-якого факту, посилюючи тим самим його зміст і акцентуючи на його неординарності, засвідчуючи успішну реалізацію певних планів, сильного потрясіння тощо”;

Скинути (кинути) бомжа (із рос. *сбросить (бросить) бомжа*) “надіслати кому-небудь безкоштовне СМС-повідомлення з проханням перетелефонувати”;

Водити хороводи (із рос. *водить хороводы*) “налагоджувати контакти, мати певні стосунки” та ін.

Картина маслом (із рос. *картина маслом*) “надто виразну, майже театральну сцену або ситуацію, часто з іронією чи сарказмом”.

Пор. в контекстах : *Бойовики таке витворяють, що мама не горюй!* (myslovo.com dictionary);

Відправити «бомжа»: так, у народі, така форма спроби зв'язатися з

потрібним абонентом, називається «**скинути бомжа**». Пов'язано це з відсутністю коштів на рахунку відправника (<https://tarifec.com/ua/vodafone-perezvoni-mne.html>);

Авторитетний англійський тижневик *The Economist*, аналізуючи нинішню ситуацію на Сході Європи, покепкував із Польщі карикатурою: біле орля (символом країни є білий орел) береться **водити хороводи** з російським ведмедем та німецьким чорним орлом. Це досить ризикована й непевна гра ... (ж-л «Укр. тиждень», No51 (164) 19.12, 2010, 00:00) [95, с.191].

Джерела нових фразеологізмів

Нові фразеологічні одиниці з'являються через:

1. **Суспільно-політичні зміни.** Події Революції Гідності, війни спочатку на Сході України, а нині повномасштабної, пандемії COVID-19 породили нові вирази, як-от: **чума XXI століття** 'Covid19'; **масковий режим** 'запровадження обов'язкового носіння масок або респіраторів для убезпечення від коронавірусу'. Пор.: *І попри те, що більшість випадків хвороби минає без ускладнень, а в інтернеті можна знайти всю необхідну інформацію про симптоми та способи зараження, для багатьох вірус COVID-19 досі оповитий містичним ореолом. То що це? Чума XXI століття, яка знаменує собою кінець людства чи чергове сезонне захворювання? (Суспільне / Новини › ✓ Медицина); Повернутися до маскового режиму через збільшення захворюваності на коронавірусну хворобу вирішили в Черкасах (www.ukrinform.ua)* [95, с.193].
2. **Медіа та реклама.** Вислови, які широко використовують у масовій культурі, переходять у фразеологічний обіг (напр., *працювати під чорним прапором* 1) нелегально; 2) отримувати зарплату в конверті, ухиляючись від оподаткування'; *бити по хвостах* 'відставати, запізнюватися з певними

рішеннями або діями'; з екскурсією 'дуже довго їхати, добиратися кудись із зупинками, затримками' та ін.

Пор.: *Копанки та нелегальні вугільні кар'єри, існуючі в Україні вже не одне десятиліття, виникли як стихійний народний бізнес, але з часом оформилися в самостійну галузь економіки. Сьогодні в них видобуваються мільйони тонн чорного золота. І якщо на початковому етапі розвитку нелегальної вугільної галузі весь видобуток йшов **під чорним прапором**, то з часом подібні фокуси стали неможливі* ([texty.org.ua > articles > Kopanky_ta_peresivny_Khto_i_jak_legalizuje-48634](http://texty.org.ua/articles/Kopanky_ta_peresivny_Khto_i_jak_legalizuje-48634));

*У шиномонтажній майстерні я нині **працюю під чорним прапором** (із розмовного мовлення); Менше проводити нарад, будувати оборону і поставляти у війська техніку. Це головне... І керівництво повинно бути на сторожі всіх моментів, детально вивчати розвідувальну обстановку, щоб ми могли працювати на перспективу, а не «**бити по хвостах**»...* ([https://fakty.com.ua > suspilstvo](https://fakty.com.ua/suspilstvo)) [95, с.194].

3. **Злодійське і в'язничне аргю.** Соціальні мережі стають джерелом нових іронічних фразеологізмів (напр., **знати (мести, нести) пургу** 'говорити, писати дурницю, нісенітницю, щось абсурдне'; **фільтрувати базар** 'думати, що говорити; контролювати своє мовлення'; **забити стрілку** 'призначити час і місце зустрічі, домовитися про зустріч (іноді для з'ясування стосунків, розборок)'; **помножити на нуль** 'убити, знищити кого-небудь' та ін.

Пор.: *Ще одним важливим здобутком останніх років стало те, що вороже налаштовані щодо статусу державної мови політики, блогери почали боятися народної реакції, почали все частіше, як то кажуть, «**фільтрувати базар**», стараються не демонструвати своєї зневаги відкрито, як було за часів Януковича (www.ukrinform.ua)* [95, с.195].

Вплив суспільно-культурних змін

Українська фразеологія ХХІ століття є відображенням глибоких суспільних трансформацій. Зокрема:

1. **Патріотичні мотиви.** Фразеологізми, пов'язані з національною ідентичністю, набувають нових відтінків значення напр., *іти (піти) за російським кораблем* '1) іти геть; 2) зазнавати поразки; бути знищеним, гинути'; *загальна могилізація* 'процес цілковитого знищення мобілізованих російських окупантів на теренах України'; *робити шашилик* з кого-небудь 'знищувати загарбників потужним вогнем' та ін.

Пор. у контекстах: ... *сьогодні жодна європейська країна не пускає до своїх портів російські кораблі – вони пішли слідом за воєнним російським кораблем.* (industry.segodnya.ua); ПТРК "Стугна": *вчимося робити шашилик окупанта* (<https://mil.in.ua> > ... > Блоги) [95, с.192].

Приклади мовних процесів у працях О. Стишова

У своїх роботах Олександр Стишов виділяє такі ключові мовні процеси:

1. **Калькування.** Активне створення фразеологізмів через калькування англomовних виразів (напр., (напр., *глобальне село* з англ. *global village*) «сучасне людство за умов надвисоких швидкостей та інформаційних технологій живе на планеті нібито без кордонів: увесь світ стає для індивідуума настільки близьким і доступним, наче рідне село»; *скелет у шафі* (з англ. *skeleton in the cupboard*) «сімейна таємниця», *пілотний проєкт* (з англ. *pilot project*) «те(той), що починає або втілює в експериментальному режимі ряд, серію, цикл (як правило, книг, фільмів, телепередач та ін.); пробне впровадження чогось нового» та ін. Пор. у контекстах із мовної практики ЗМІ: *Світ і глобалізується і стає більш вузьким і щільним. У дослідженнях науковців навіть з'явилося поняття «глобальне село», покликане продемонструвати, що на Землі все стає настільки взаємопов'язаним як у маленькому селі.* (www.narodna.in.ua);

*Штаб-квартира ФІФА випустила документ під назвою «Платіні: скелет у шафі», покликаний очорнити ім'я президента УЄФА * (газ. «Дзеркало тижня», 16.08.2015, с. 1); У рамках пілотного проєкту з проведення термосанації до кінця листопада-початку грудня запрацюють повністю утеплені 11 дитсадків.*

Очікувана економія на енергоресурсах складе близько 40-45% (espresso.tv/news) [93, с.122].

2. **Реконтекстуалізація.** Використання традиційних фразеологізмів у нових контекстах (напр., *італійський страйк* (із італ. *Sciopero italiano*) ‘протест, що полягає в пунктуальному виконанні працівниками своїх посадових інструкцій, аж до безглузвих параграфів і розпоряджень, що суттєво шкодить ефективності виконуваної роботи’. Напр.: *Уночі 29 вересня залізничники Криворізького локомотивного депо розпочали акцію протесту – так званий «італійський страйк», який передбачає ретельне й прискіпливе, до дрібниць, дотримання працівниками усіх посадових інструкцій. Залізничники не випускали з депо рухомий склад, заявляючи про його технічну несправність* («Радіо Свобода», 30.09. 2020, 17:02) [95, с.191-192].

Фразеологія української мови ХХІ століття є відображенням суспільних змін, технічного прогресу та глобалізації та ін. Праці Олександра Стишова допомагають краще зрозуміти ці процеси, підкреслюючи важливість фразеології як індикатора культурних і мовних трансформацій. Нові фразеологізми, що виникають у наш час, не лише збагачують мову, а й фіксують ключові аспекти сучасного життя, залишаючись свідками епохи.

Висновки до розділу 1

Дослідження, проведене у першому розділі, дозволило сформулювати комплексне уявлення про фразеологію як складний і багатогранний об’єкт мовознавчого аналізу. Зокрема, визначено, що фразеологічні одиниці, які є стійкими мовними конструкціями, виконують важливу роль у комунікативній, стилістичній і культурній функціях мови.

Фразеологізми – це не просто сукупність слів, а своєрідне вікно в глибини мови та культури народу. Аналізуючи їх походження, семантику та використання, лінгвісти отримують цінну інформацію про історичні корені мови, менталітет носіїв мови та особливості їхнього світосприйняття.

Проведений аналіз засвідчив, що фраземи відзначаються високою інформаційною насиченістю, що дозволяє їм слугувати засобами передачі складних концептів, оцінок і ставлень. Образність, експресивність і семантична цілісність роблять їх особливо важливими у вираженні національного колориту мови. У цьому контексті фразеологія виступає не лише лінгвістичною, а й культурологічною категорією.

Для створення адекватної класифікації фразеологічних одиниць варто враховувати різноманітні чинники: семантику, структуру, походження, функції, стилістичну забарвленість та інші. Комплексний підхід дозволить створити більш повну й об'єктивну картину фразеологічного складу мови.

Різнманіття фразем зумовлює необхідність їх систематизації. Хоча сучасна лінгвістика пропонує різні підходи, відсутність єдиної системи класифікації свідчить про складність і багатовимірність цього явища. Зокрема, розмежування фразеологічних одиниць за семантичними, структурними та стилістичними ознаками дозволяє точніше описати їх функціональність у мовленні.

Важливою особливістю є поєднання статичності та динаміки у фразеології. Статика забезпечує збереження традиційних усталених словосполучень і виразів, корпус яких є важливою мовною спадщиною, тоді як динаміка сприяє утворенню нових фразем під впливом суспільних змін і глобалізації.

Однією з ключових рис фразеології є її здатність поєднувати традиційність із гнучкістю. З одного боку, багато стійких одиниць залишаються незмінними упродовж століть, відображаючи культурну спадщину. З іншого боку, під впливом соціальних, культурних і технологічних змін з'являються нові фраземи або трансформуються традиційні.

Особливу увагу приділено аналізу тенденцій у розвитку сучасної української фразеології. Дослідження засвідчило такі ключові зміни:

Активне запозичення іншомовних виразів. Переважно це фраземи з англійської мови, які адаптуються до українського мовного простору.

Цифровізація мовлення. У XXI сторіччі значну роль відіграють технологічні зміни, що формують нові фраземи, пов'язані з інтернетом і масмедіа.

Реконтекстуалізація традиційних фразем. Значна кількість усталених одиниць отримує нові значення у сучасних соціокультурних умовах.

Фразеологія є динамічною системою, яка поєднує в собі сталість і мінливість. З одного боку, у ній фраземи характеризуються стійкістю значення, структури та функцій, що забезпечує їх ідентичність і розпізнаваність у мовленні. З іншого боку, фразеологізми піддаються впливу різних внутрішніх і зовнішніх факторів, що приводить до змін у значенні, структурі та сфері вживання. Отже, фразеологія є своєрідним відображенням мовної еволюції та культурних трансформацій.

Фразеологія – це не просто сукупність стійких словосполучень і виразів, а складний і багатогранний феномен, який відображає як стабільність, так і динаміку мовної системи. Дослідження фразеології дозволяє нам краще зрозуміти, як мова функціонує та як вона пов'язана з культурою, історією й суспільством.

Фразеологізм як частина мовознавства безпосередньо відображає суспільно-культурні зміни та динаміку мовного розвитку. Вона є ключовим елементом мовної системи, який поєднує традиційність і здатність до інновацій. Реагує на виклики часу, зокрема через глобалізацію та цифровізацію, зберігаючи при цьому власну національну ідентичність. Теоретико-методологічні підходи до її аналізу дозволяють не лише зрозуміти внутрішню структуру фразем, але й визначити їх роль у формуванні мовного та культурного середовища.

Отже, перший розділ закладає теоретичну основу для подальшого дослідження глобалізаційних процесів, що впливають на розвиток української фразеології, і створює базу для аналізу її функцій у сучасному комунікативному просторі.

РОЗДІЛ 2.

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИЯВИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ.

2.1. Вплив глобалізації на розвиток сучасних мов

Глобалізація є однією з основних тенденцій розвитку сучасного світу і пронизує різні сфери життя, зокрема й мови. Сучасні мови в Україні, як і в інших країнах, зазнають значних змін під впливом глобалізації, зокрема інтеграції у світовий інформаційний простір, заборгованості, зростаючої ролі медіа та цифрових технологій.

Основні аспекти впливу глобалізації на фразеологію

1. Глобалізація як фактор мовної інтеграції

У контексті глобалізації українська фразеологія демонструє тенденції до:

- Інтеграції запозичених мовних одиниць.
- Відображення міжнародної культурної символіки в локальних контекстах.
- Появи нових фразеологізмів, пов'язаних із загальносвітовими явищами, такими як COVID-19 («карантинна реальність»).

2. Запозичення та калькування

- **Запозичення:** Наприклад, фразеологізми *йти в тренди* (з англ. *to go viral*) – «ставати дуже популярним, модним, актуальним; набувати широкого поширення, особливо у соціальних мережах та Інтернеті», *білий шум* (з англ. *white noise*) – «монотонний, беззмістовний потік звуків або інформації, який заглушує інші, важливіші сигнали», *холодна війна* (з англ. *cold war*) – «стан напружених політичних та ідеологічних відносин між країнами, що супроводжується пропагандою, гонкою озброєнь, але без прямого збройного конфлікту», які активно інтегруються в масмедіа.
- **Калькування:** Утворення українських фразеологізмів за зразком іншомовних, таких як, наприклад: *мислити поза коробкою* (з англ. *to think outside the box*) – «мислити нестандартно, креативно; виходити за межі звичних уявлень або загальноприйнятих методів розв'язання проблеми»,

Віра в майбутнє (з франц. *Avoir foi en l'avenir*) – «вірити у краще майбутнє, мати надію на позитивні зміни»,

Зробити ласку» (з пол. *zrobić łaskę*) – «зробити послугу»,

«На злобу дня» (з рос. *на злобу дня*) – «актуально, про те, що хвилює зараз».

3. Роль медіа у формуванні нових фразеологізмів

- Медіа слугують каталізатором для поширення нових фразеологічних одиниць.

Бути на позитиві (гібрид, калька з англ. *to be positive*) – «Бути у хорошому настрої, мати оптимістичний погляд на речі».

Контекст з Instagram: «Чому не завжди варто бути на позитиві?», URL: <https://www.instagram.com/p/DIjbkDZKxer/>

Вау-ефект (запозичення з англ. *wow effect*) – «Сильне позитивне враження, захоплення, здивування».

Контекст з Instagram: «Хочете побачити, як виглядає справжній вау-ефект на кухні?», URL: https://www.instagram.com/descorsystems/reel/C_iU5_NuF_o/?locale=nl

Чек-лист (запозичення з англ. *checklist*) – «Список справ або пунктів, які необхідно перевірити чи виконати»,

Контекст з Instagram: «Детальний опис додатків + безплатний чек-лист з усіма крутими програмами для ведення Instagram», URL: <https://www.instagram.com/reel/C4xa8jeBB2l/>

- Тиражування популярних фразеологізмів через рекламу, новини, соціальні мережі сприяє їх закріпленню в мові.

Заряджений на успіх (походить від англ. *charged for success* або *set for success*) – «Сповнений енергії, мотивації та рішучості для досягнення поставлених цілей».

Контекст з Instagram: «Yoki, заряджений на успіх. Ти готовий? □», URL: https://www.instagram.com/p/DGqU12WIqCv/?img_index=1

Точка неповернення (калька з англ. point of no return) – «Момент, після якого вже неможливо повернутися до попереднього стану або відмінити прийняте рішення; безповоротний момент».

Контекст з Української правди: «Точка неповернення. Чому українські біженці обирають життя в Європі»
URL: <https://life.pravda.com.ua/projects/prykhysty-svoyikh/2023/07/16/255393/>

Цифровізація і мовні інновації

- Поширення цифрових платформ створює умови для виникнення неофразем, наприклад: *зробити андейт* (з англ. to update) – «оновити щось, привести у відповідність до сучасних вимог, покращити; (метафорично) оновити інформацію, знання».
- Інтернет-меми та віртуальний контент стають джерелами сучасних фразеологічних одиниць: «Це фіаско, братан» (запозичення, перекладена фраза із російського мему, що, своєю чергою, став популярним завдяки відео з англійським бульдогом.

Оригінальний мем: Відео, де собака невдало виконує трюк, а російськомовний голос коментує: «Это фиаско, братан».

Значення: «Вираз розчарування або констатація повної невдачі, провалу, катастрофи (часто з іронічним відтінком)».

Контекст: «”Дивись не впади тільки, бо це буде фіаско”, – говорить автор ролика, після чого пес зісковзує і падає в річку».

- Контекст з Уніан: <https://www.google.com/amp/s/www.unian.ua/curiosities/amp-2161801-tse-fiasko-bratan-pes-scho-smishno-zvalivsyia-v-richku-pidirvav-mereju-video.html>

- *Ламати / ламати через коліно* – сленг.; медійн. фраз.; примусово приймати якесь рішення в політиці: Це просто збірка, куди внесли окремі положення Регламенту й окремі статті Конституції. Імпічмент так не запрацює. Більше того: ми не просимо цілої процедури, давайте за скороченою. Але так грубо і нахабно ламати інші фракції – це, мабуть, уперше [С, із Р. Лозинського, 11.09.2019]; Так легко ламати і знищувати [35, с. 179-180].

Особливо, коли давати обіцянки і не виконувати [Т, 11.08.2019]; Рафаїлов – про телепул: УПЛ не піде в CAS – намагатимуться ламати через коліно [24к, із заг., 23.08.2019]; Назва законопроєкту абсолютно не збігається з його змістом і, навпаки, унеможлиблює процедуру відсторонення президента від влади в разі порушень ним закону. "Слуги" ламали парламент через коліно, позбавивши права окремих депутатів і фракцій подати поправки до законопроєкту [УМ, із з. І. Геращенко, 17.09.2019], [35, с. 179-180].

- *Ламатися* – сленг.; довго не приймати суспільно важливе рішення з приводу чогось; вагатися: Комуś вдається зберегти себе серед шуму й мотлоху, яким закидає доросле життя. А хтось ламається під тягарем відповідальності. Інші – і так трапляється найчастіше – пристосовуються [Ст, 16.07.2018], [35, с. 180].

Вплив глобалізації на смислові та стилістичні характеристики фразеології

1. Інтертекстуальність і прецедентність.

Фразеологічні одиниці сучасної української мови все частіше включають культурні й соціальні реалії глобального характеру. Наприклад, усталена одиниця *ефект метелика* (запозичення з англійськомовного світу).

Айкідо геополітичне – медійн. фраз.; перен.; політтехнологічний хід, що полягає у тактиці спрямування нападу противника проти нього самого: Силу Росії треба використовувати проти неї. Інцидент у Керченській протоці та його наслідки якраз і є проявом такого "геополітичного айкідо" з боку України [К, 23.01.2019]; Чому "геополітичне айкідо" не можна було зробити раніше – ще до окупації Росією Криму

[U, 27.06.2019]; "Айкідо геополітичне" чи новий хід РФ: експерти розбиралися в новому "законі Штайнмаєра" [ВЗ, 20.09.2019], [35, с. 19].

2. Оцінність та експресивність.

Новозапозичені фразеологізми зберігають або навіть посилюють емоційне навантаження. Наприклад, *бути на хвилі* (з англ. *to be on the wave*) передає ідею актуальності й популярності.

Антирекорд ковідний – медійн. фраз.; збільшення показників інфікованих вірусом COVID-19: Черговий ковідний антирекорд у Києві, Вінниці та Луцьку [1к, 12.12.2020]; В Україні знову ковідний антирекорд – 11 787 нових випадків за добу [ЛБ, із заг., 13.11.2020]; Польща після низки ковідних антирекордів відкриє госпіталь на стадіоні у Варшаві [УП, 06.12.2020], [35, с. 24].

Бандитизм електоральний – медійн. фраз.; неправомірні дії під час передвиборчої кампанії: "Електоральний бандитизм" процвітає в Україні: від гречки Черновецького до примусу на підприємствах Ахметова [СТН, з інт. М. Волкова, 11.04.2015]; Влада й опозиція одне перед одним влаштовують "електоральний бандитизм": сотні порушень чинного Закону нараховані по всій країні [ВН, 12.04.2013], [35, с. 37-38].

3. Модифікація традиційних фразеологізмів.

Глобалізація стимулює переосмислення усталених фразеологічних виразів. Наприклад, традиційний вислів *з чистого аркуша* набуває нових значень у цифровому контексті («оновити профіль»).

Блакитна хвиля – медійн. фраз.; можливість входження представників Демократичної партії США в обидві палати Конгресу: Битва за Конгрес. В очікуванні "блакитної хвилі" [ДТ, із заг., 23.09.2018]; Якщо "блакитна хвиля" не з'явиться восени, то, схоже, вірогідність її появи за два роки відчутно збільшиться [НВ, 23.09.2018]; Ще місяць тому *блакитна хвиля* – переможне входження демократів в обидві палати Конгресу – була популярною метафорою. Стикнувшись із електоральною реальністю, лави тих, хто досі вірить у такий сценарій, значно порідшали [U, 28.10.2018], [35, с. 47].

Брати на слабо – жарг.; медійн. фраз.; провокувати зробити щось: Савченко: Не треба мене брати на слабо, я – те майбутнє, що залишилося в нашій політиці [Гор, 15.03.2018]; Коли бойовиків беруть на слабо: нові подробиці провокацій росіян [ЦН, 22.02.2018]; "Не треба брати на слабо": Савченко відзначилася перед допитом [НВ, 16.03.2018], [35, с. 54].

Джерела нових фразеологізмів

1. Масова культура та інтернет

- Соціальні мережі стають майданчиком для швидкого формування та поширення фразеологізмів.

Бійці "шоколадного фронту" / бійці "Шоколадного фронту" – медійн. фраз.; прихильники експрезидента України П. Порошенка, які пишуть гнівні коментарі на адресу Президента України В. Зеленського: На Банковій переполох через Зеленського: бійців "шоколадного фронту" підняли по тривозі [Р, 02.01.2019]; Сотні бійців "Шоколадного фронту" були підняті по тривозі. Два дні поспіль, хлопці без сну і відпочинку стукають по клавіатурі, набираючи гнівні пости і коментарі. Тисячі публікацій розлетілися по мережі. І все з одним посилом – актор, шоумен і "клоун" не може бути політиком, а тим більше Президентом [Кр, 02.01.2019]. Пор. Порохобот(и). [35, с. 44].

- Мемі, віртуальні ролики та трендові вирази, як-от: *зроби це зараз*, вони стають основою для нових мовних конструкцій.

2. Міжкультурний обмін

- Мистецькі форуми й обміни, туризм, освіта та бізнес сприяють впливу інших культур і мов на українську фразеологію. Наприклад, *грати на випередження* як адаптація англomовного *to stay ahead*.

Велике переселення / велике переселення – медійн. фраз.; (1) процес адміністративно спланованої дії переміщення з одного місця в інше офіційних установ або офіційних осіб; (2) щодо вимушеного переселення людей через бойові дії: Велике переселення: Офіс Президента України переїздить до Українського дому [ТСН2, із заг., 20.06.2019]; Велике переселення по-кременчуцьки: лікарів поліклініки Богаєвського переселяють на Троїцьку [П, 13.09.2019]; Велике переселення. Топ-10

країн, населення яких може рекордно зрости через міграцію [НВ, із заг., 24.12.2018]; У Раді "велике переселення" партій: на гальорку відправилась провладна "Євросолідарність" [РК, 28.08.2019]; Велике переселення до Європи: як зустрічають українців у ЄС [ЄН, 20.03.2022], [35, с. 67-68].



Великий обмін / "великий обмін" – медійн. фраз.; обмін полоненими між Україною та Росією (під час російсько-української війни): Великий обмін між Україною та РФ: надія і критика з Брюсселя [DW, 10.09.2019]; Весь світ за, Нідерланди проти: якою була міжнародна реакція на великий обмін 7 вересня [ТСН2, 07.09.2019]; Великий обмін і показова зустріч. Путін не забуває про Медведчука [РС, 07.09.2019]; "Великий обмін": як зустрічали звільнених у Росії моряків і політв'язнів [DW, 07.09.2019]; "Великий обмін" завершено, але велику гру за Україну Путін тільки починає [ВЗ, 09.09.2019]. Див. "Список-35", [35, с. 68].

Глобалізація суттєво впливає на розвиток сучасної української фразеології, змінюючи її семантику, стилістику та функціональність. Запозичення, калькування, адаптація під глобальні тренди та активна роль масмедіа й цифрових платформ є основними чинниками цих змін. Фразеологія стає індикатором сучасних суспільних реалій, відображаючи взаємодію локальних і глобальних процесів у мовному просторі.

Уніфікація мовних кодів

Міжнародна комунікація через інтернет і масмедіа стимулює уніфікацію мовних структур. Це спрощує обмін інформацією, проте загрожує втраті національної мовної своєрідності. Поширення лексичних запозичень з англійської на інші мови впливає на семантичну і стилістичну структури, водночас сприяє глобалізації.

Інтернет-дискурс як платформа для глобалізації

Інтернет став одним із найпотужніших інструментів мовного впливу. Через соціальні мережі, блоги та форуми відбувається швидке поширення нових фразем. Наприклад, вирази, на кшталт: *цифрові кочівники* (з англ. digital nomads) — це особи, які не мають постійного офісу або будинку і працюють з різних країн, міст або будівель, використовуючи Інтернет), *цифрові тубільці* (з англ. digital natives) — людина, яка дуже добре знайома з цифровими технологіями, комп'ютерами і т.д., ілюструють, як цифрові терміни інтегруються в розмовну мову.

Вплив глобалізації на семантику фразем

Традиційні фраземи набувають нових значень під впливом сучасного контексту. Наприклад, вираз *залишатися на хвилі* у ХХІ столітті асоціюється з популярністю у цифровому середовищі. Подібні трансформації відображають динамічність мовного розвитку. Приклад: «Як залишатися на хвилі успіху у світі, що постійно змінюється?».

Допис

з

Facebook:

https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=3865459637025271&id=100006838184071&_rdr

Формування нових фразем

Нові фразеологізми з'являються у зв'язку з виникненням міжнародних концептів. Як приклад: «Якщо куля в лоб, то куля в лоб...», висловлена А. Яценюком під час Євромайдану, показуються моделі вдалого використання фразеологізм / трансформованого фразеологізма в політичних медіа з різною метою, передусім маніпулятивною. Джерело: <https://apultp.knu.ua/index.php/APULTP/article/view/17/16>

Набуло значного поширення як фразема, що позначає значну популярність чи резонанс. Це свідчить про високий потенціал глобалізації у створенні нових мовних явищ. Хоча глобалізація відкриває нові можливості для мовного розвитку, вона також

викликає занепокоєння щодо втрати національної мовної ідентичності. Як зазначено в працях українських мовознавців, важливим є збереження автентичності національної фразеології у межах глобальних процесів.

Глобалізація як чинник оновлення мовного середовища

Уже сьогодні ми можемо спостерігати, як під впливом глобалізації відбувається адаптація мовних одиниць до нового інформаційного простору. Зокрема, спрощення конструкцій або впровадження інноваційного сленгу стають частиною повсякденного мовлення. Наприклад, вислів *зловити момент* стає не просто звичним фразеологізмом, але й способом мислення в умовах швидкості інформаційного обміну. Джерело: <https://budni.robota.ua/career/zlovyty-moment-evryky-10-dumok-iz-bestselera-pro-te-yak-staty-insaytnoyu-lyudynoyu>

Важливо зазначити, що медіа активно впливають на формування таких фразеологізмів. Реклама, вірусний контент і навіть політичні гасла створюють нові мовні явища, які поступово закріплюються у свідомості суспільства. Наприклад, вислів *зрада-перемога* спочатку з'явився в політичному дискурсі, а потім набув популярності у масовій культурі. Джерело: <https://ukr.radio/news.html?newsID=101327>

Зміни у сприйнятті традиційної фразеології

Цікаво, що під впливом глобалізації відбувається переосмислення й традиційних фразеологізмів. Якщо раніше такі вирази, як *класти (покласти) всі яйця в один кошик*, використовувалися в побутовому контексті, то зараз їх значення часто розширюється завдяки економічному або діловому дискурсу. Це демонструє, як змінюється мова під впливом нових вимог глобалізованого суспільства. «Не кладіть всі яйця в один кошик» - чули таку фразу?»

Контекст з Instagram: <https://www.instagram.com/p/CD6DiJTA4AV/>

Крім того, у цифрову епоху деякі фразеологізми набувають буквального значення. Наприклад, *бути на хвилі* може стосуватися не тільки популярності, а й прямого зв'язку із технологічними трендами, як-от: робота з інтернет-платформами. До прикладу, принт на футболках: <https://ladan-shop.com.ua/dj1-nahvyli-bily.html>

Розмаїття контекстів застосування фразеологізмів

Глобалізація також сприяє розширенню функціональності фразеологізмів у різних сферах суспільного життя. Наприклад, у бізнес-контексті такі вислови, як *зайти в ринок* або *тримати руку на пульсі*, відображають сучасну орієнтацію на інноваційність і конкуренцію. У молодіжній культурі популярності набувають фразеологізми, пов'язані зі стилем життя, як-от: *жити на повну* чи *ловити кайф*. Усе це вказує на інтеграцію мовних інновацій у повсякденне життя.

Приклади:

https://lb.ua/economics/2021/10/17/496373_torgovelnna_merezha_lidl_gotuietsya.html -

Торговельна мережа Lidl готується зайти на український ринок,

<https://hub.kyivstar.ua/articles/trimati-ruku-na-pulsi-navishho-biznesu-robiti-doslidzhennya-rinku> - Тримати руку на пульсі: навіщо бізнесу робити дослідження ринку

<https://www.yakaboo.ua/ua/zhivi-na-povnu-upravljaj-energieju-a-ne-chasom-stan-uspishnim-i-schaslivim.html?srsId=AfmBOoqhmiF7ZB3piRQDjQs3AdXysVVrBnbwcpUd6cLSr1BJVuECW0tT> - Книга Живи на повну! Керуй енергією, а не часом — стань успішним і щасливим

https://www.instagram.com/reel/C8xBI_RtgeD/ - Головне, ловити кайф в кожному моменті

Варто звернути увагу, що навіть у наукових і освітніх дискурсах зростає роль фразеологічних одиниць. Наприклад, під час обговорення сучасних технологій часто використовують вислови, на кшталт: *штучний інтелект на марші* або *цифрова революція*. Це засвідчує здатність фразеології адаптуватися до нових викликів часу та відображати ключові тенденції розвитку суспільства.

Джерело: <https://tsn.ua/ukrayina/v-ukrayini-marsh-za-tvarin-vidbudetsya-onlayn-vpershe-u-sviti-dlya-yogo-provedennya-zastosuyut-shtuchniy-intelekt-1631251.html> - В Україні марш за тварин відбудеться онлайн: вперше у світі для його проведення застосують штучний інтелект.

Отже, глобалізація не просто впливає на розвиток української фразеології, а й стає рушійною силою змін. Інтернет, масова культура та міжкультурна комунікація

формують нові мовні явища, які відображають сучасну реальність. У цьому процесі особливо важливо не лише вивчати такі зміни, а й розуміти, як вони впливають на нашу ідентичність і мовну культуру.

2.2. Англійська фразеологія як головний глобалізаційний чинник

Англійська мова є основним учасником процесу глобалізації та відіграє важливу роль у формуванні нових слів і фразеологізмів.

Домінування цієї мови в міжнародному спілкуванні, засобах масової інформації, науці, техніці, бізнесі, культурі та ін. створює необхідні умови для інтенсивного проникнення англомовних виразів в українську мову.

Цей процес має кілька аспектів:

Запозичення виразів з англійської мови

- Запозичені стійкі словосполучення й вирази зберігають свою семантичну цілісність і нерідко вживаються без адаптації. Наприклад, *to go viral* перекладається як *іти в тренди* і вже набуло популярності в українському медіадискурсі.
- Фразема *thinking outside the box* перекладається як *мислити нестандартно* і використовується для опису інноваційного мислення в бізнесі та освіті.

Калькування англійських фразеологізмів

- Багато англійських виразів перекладаються безпосередньо, зберігаючи свою структуру, але набуваючи місцевого колориту. Наприклад, «*to break the ice*» стає «розбити лід» і використовується в соціальних або професійних ситуаціях для позначення початку діалогу.
- Інший приклад – «*to hit the ground running*» з варіантом «*to start running*».

Вплив англійських ідіом на інноваційні контексти

- У сфері технологій англійські ідіоми формують основу для нових термінів і виразів: «*cloud computing*» – «хмарні обчислення», «*data-driven*» – «ґрунтується на даних».

- У молодіжному сленгу такі вирази, як *you only live once*, адаптовані до місцевої специфіки, наприклад, «живеш один раз».

Англійська експресія в українській медіакulturі

- Масова культура сприяє поширенню англійської експресії через фільми, музику та рекламу. Наприклад, вираз «make it big» трансформувався в «зробити це великим».
- Популярні фрази, наприклад, як зразок: «stay tuned», використовують без перекладу на багатьох цифрових платформах, тобто як варваризми.

Експресія в міжкультурній комунікації

- Використання англійської мови як *lingua franca* дозволяє комбінувати багато фразем, які можуть бути зрозумілими для носіїв різних культур. Наприклад, «win-win situation» тепер використовується в діловому середовищі по всьому світові, зокрема і в Україні.

Англійські вирази як джерело культурного впливу

- Збагачення української мови не лише додає нових виразів англійською мовою, а й впливає на структуру українських виразів, створюючи умови для їх оновлення. Наприклад, вислів «time is money» є основою для аналогічних виразів в українській культурі: «час – гроші».
- Фраза на зразок «fake it till you make it» популяризується у сфері особистісного розвитку та бізнесу.
- Зміна значення традиційних виразів.

Традиційні українські вирази змінюють своє значення під впливом англійських еквівалентів. Наприклад, «з чистого аркуша» набув нового значення завдяки «from scratch».

- Розширення функціональності стійких словосполучень і виразів. Англійська фразеологія урізноманітнює українські вирази. Наприклад, «to make ends meet» (зводити кінці з кінцями) тепер активно використовується в економічному та побутовому контекстах.

Поширення через цифрові платформи

- Платформи, на кшталт: Instagram, TikTok та YouTube слугують засобами поширення англійських фразеологізмів. Наприклад, «go with the flow» активно використовується в описах відео чи постів.
- Слова і вирази з віртуального контенту, такі, як: *catch the vibe*, стають частиною повсякденного мовлення молоді.

Розширення сфери застосування

Англійська фразеологія знаходить своє місце навіть у спеціалізованих галузях, таких як наука чи технології. Наприклад, «to push the envelope» використовується для опису інноваційного підходу в різних контекстах.

Інтеграція в освітній процес

- У вивченні мов і викладанні сучасні англійські фразеологізми стають інструментом для формування міжкультурної компетенції студентів.
- Використання таких виразів, як «knowledge is power» (знання – це сила), підкреслює значення глобальних цінностей в освітньому середовищі.

Запозичення англійських фразем

1. Прямі запозичення

Деякі англійські фразеологізми інтегруються в українську мову в незмінній або мінімально адаптованій формі. Наприклад:

- «stay tuned» використовується без перекладу в медіа та цифрових платформах, позначаючи необхідність очікування оновлень.
- «time is money» стає популярним у бізнес-дискурсі, символізуючи важливість раціонального використання часу.

2. Калькування

Значна частина англійських виразів адаптується шляхом калькування, що дозволяє зберегти їхню семантику в локальному мовному контексті.

Приклади:

- «break the ice» перетворюється на «розбити лід», що використовується для опису зняття напруги в розмові.
- «hit the ground running» перекладається як «почати з ходу», часто використовується у професійних контекстах.

Вплив англійської фразеології на молодіжний сленг

Молодіжне мовлення активно переймає англійські фраземи завдяки їхній популяризації у соціальних мережах, музиці та фільмах. Такі вирази, як «*YOLO*» (you only live once – «живеш один раз») чи «*no rain, no gain*» (немає результату без зусиль), стають маркерами покоління, відображаючи його цінності та світогляд.

Фраземи у професійному дискурсі

Англійська фразеологія активно впливає на мову бізнесу, науки та технологій, забезпечуючи універсальність комунікації. Приклади:

- «think outside the box» (мислити нестандартно) є популярним у креативних індустріях.
- «win-win situation» (безпрограшна ситуація) використовується у переговорах.
- «to be in the loop» (бути в курсі) став звичним у корпоративному середовищі.

Взаємодія з цифровими технологіями

Англійська мова домінує у цифровому середовищі, створюючи нові фраземи, які швидко стають частиною української мови:

- «to go viral» – «стати вірусним», що позначає популярність контенту у мережі.
- «to make a deep dive» – «зробити глибоке занурення», що використовується для детального вивчення теми.
- «fake news» – «фейкові новини», популярний термін у медіа-дискурсі.

Значення англійської фразеології для української мови

1. Збагачення фразеологічної системи.

Інтеграція англійських фразем створює нові можливості для вираження сучасних понять.

«**Бути в онлайні**» – означає перебувати в Інтернеті або бути доступним для зв'язку.

Наприклад:

«**Зробити апдейт**» – оновити щось, привести до сучасного стану.

Наприклад:

«**Релокувати бізнес**» – перенести діяльність компанії в іншу країну.

Наприклад:

2. Функціональна гнучкість

Запозичення дозволяють українській мові відповідати викликам сьогодення та глобалізованого світу, зберігаючи її конкурентоздатність.

«Фейкові новини» – неправдива або маніпулятивна інформація.

Наприклад: «».

«Пітчити ідею» – презентувати проєкт чи пропозицію.

Наприклад: «Пітчити ідею перед інвесторами – це виклик для стартаперів».

«Зламати систему» – знайти нестандартний спосіб вирішення проблеми.

Наприклад: «Цей метод дозволяє буквально зламати систему навчання».

3. Ризики уніфікації

Надмірна інтеграція англіцизмів може призводити до зменшення унікальності української фразеології.

Мейкати рішення замість «вирішувати».

Наприклад: «Час мейкати важливі рішення для бізнесу».

Український еквівалент: «Час приймати важливі рішення для бізнесу».

Ці приклади демонструють, як англійські фраземи можуть збагачувати українську мову, додаючи нових значень і можливостей для вираження. Однак надмірна їх інтеграція потребує обережного підходу, щоб уникнути уніфікації та зберегти мовну ідентичність.

Англійська фразеологія є важливим джерелом нових ідей та концептів, які проникають в українську мову через масмедіа, соціальні мережі та цифрові платформи. Вона не лише збагачує мовний фонд, а й демонструє, як українська мова адаптується до нових умов, зберігаючи свою культурну ідентичність.

Отже, англійські стійкі словосполучення та вирази є одними з головних рушіїв глобалізації та мають значний вплив на розвиток української мови. Через процеси запозичення та адаптації англійські усталені одиниці інтегруються в різні сфери українського життя, змінюючи зміст і функції традиційних лінгвальних засобів. Це не тільки збагачує українську мову, але й робить її більш відкритою для міжкультурної комунікації.

2.3. Фраземи-інтернаціоналізми з інших лінгвальних систем

Інтернаціоналізми – це особливі лексичні одиниці, які відображають вплив різних мовних систем на українську мову. Унікальність інтернаціоналізмів полягає в їх універсальному значенні, яке може бути зрозумілим у різних культурах.

Сучасний розвиток таких фразеологізмів зумовлений такими причинами:

Зібраний і опрацьований фактичний матеріал засвідчує, що глобалізаційний вплив не обмежується лише численними англійськими фраземами. У сучасній всеохопній міжкультурній і міжмовній взаємодії беруть

участь усталені одиниці й з інших лінгвальних систем.

У досліджуваних дискурсах ми зафіксували поодинокі фраземи з романських мов.

Фраземи з романських мов

- Наприклад: ФО *déjà vu* (із франц. дослівно – *вже бачили*) увійшла до складу української фразеології, виражаючи відчуття повторюваності ситуації.
- Латинські вирази, на кшталт: *status quo* (поточний стан) використовують в офіційно-діловому та публіцистичному стилях.

Слов'янські інтернаціоналізми

- Українська мова активно запозичує близькі за значенням фрази з польської та чеської мов. Наприклад, «розбити глечик» (аналог польського «rozbić dzbanki», тобто «посваритися»).
- Російський вплив також можна побачити в усталених виразах, хоча він зменшується в контексті сучасної мовної політики.

Азійські запозичення

- Зростання популярності японської культури привело до використання в українській мові таких фраз, як «харакірі» (символ самопожертви).

- Китайські ідеографи вплинули на формування виразів, наприклад, «їнь та янь», що символізують гармонію протилежностей.

Універсальні інтернаціоналізми

- Фрази, на кшталт: «*carpe diem*» (з лат. «лови день»), які використовують представники різних етносів, набули поширення завдяки популярній культурі.
- Вирази, на зразок: «*modus operandi*» (спосіб дії) використовують у науковому та юридичному контекстах.

Фраземи глобалізованого бізнесу

- Вислів «*no pain, no gain*» (немає результату без зусиль) використовують у мотиваційних промовах і бізнес-тренінгах.
- «*Think big*» (мислити масштабно) стало гаслом для багатьох компаній і мотивує на розвиток стартапів.

ФО з французької мови: *revenons à nos moutons* (із франц. *повернемося до наших баранів*) «повернутися до головного справи, до основного питання, до того, що було предметом попередньої розмови чи обговорення»).

- Наприклад, грецький вираз «скринька Пандори» набув глобального символічного значення, позначаючи джерело несподіваних проблем.
- Італійські фрази, як-от: «*dolce vita*» (солодке життя), активно увійшли в туристичний та мистецький контексти.

Російський вплив на українську фразеологічну систему ще, на жаль, також поки що є помітним, що можна побачити в усталених виразах, хоча він зменшується в контексті сучасної мовної політики: *сарафанне радіо* (із рос. *сарафанное радио*) «неофіційний, неформальний спосіб поширення інформації від людини до людини, через усні повідомлення, розмови, або через інші форми спілкування.»; *картина маслом/олією* (із рос. *картина маслом*) «щось вдале; те, що має дуже гарний вигляд, добре виглядає»; *слабка ланка* (із рос. *слабое звено*) «людина, яка допустила серйозні помилки, прорахунки в чомусь; *вирвані роки* (із рос. *вырванные годы*) «дуже важкі роки в житті, складний період» та ін.

Вплив інтернаціоналізмів на українську фразеологію

Фраземи-інтернаціоналізми розширили можливості вираження складних ідей і понять українською мовою та сприяли збагаченню її фразеологічного фонду. Завдяки своєму розмаїттю міжнародні мови легко інтегруються в різні розмовні сфери, зберігаючи при цьому свою культурну та історичну значущість. Цей процес свідчить про те, що українська є мовою, відкритою до світових течій, зберігаючи при цьому власну ідентичність.

Отже, інтернаціоналізовані фраземи відіграють важливу роль у формуванні сучасних українських фразеологізмів. Запозичення з інших мовних систем розширює горизонти мовного самовираження, сприяє міжкультурній комунікації та інтеграції у світовий простір. Водночас цей процес підкреслює важливість збереження мовної унікальності, що є запорукою культурної автентичності.

2.4. Модифікації фразем-глобалізмів

Одним із найочевидніших процесів у сучасній українській мові, який пов'язаний із глобалізацією сучасної української мови, є модифікація фразем. Він передбачає адаптацію та переосмислення фразеологізмів під впливом іншомовних систем, а також створення нових значень.

Адаптація виразів до місцевого контексту

- Іншомовні вирази часто змінюють форму і значення, щоб відповідати українському культурному середовищу. Наприклад, англійський вираз «break the ice» часто використовується в неформальному контексті, хоча в українській мові він зберігає своє переносне значення.
- Інший приклад - «to hit the jackpot». У перекладі на українську мову він стає чимось на кшталт «зірвати джекпот», що також часто вживається в розмовній мові.

Калькування та комбінування

Ряд фразем, спричинених глобалізаційними процесами, пов'язані із сучасними соціальними й мережевими викликами.

- Наприклад, «to think out of the box» перекладається як «мислити нестандартно» і активно використовується в професійному середовищі.

- Також поширеним є поєднання елементів іноземних мов з українською. Наприклад, «лайкати щось» під впливом англійського «to like».

Реконтекстуалізація виразів

Змінюються значення та контексти вживання традиційних фразеологізмів.

- Наприклад, вираз «бути на хвилі» в сучасному цифровому суспільстві асоціюється з популярністю в соціальних мережах.
- «З чистого аркуша» набуває нового значення в контексті оновлення профілів та сторінок на цифрових платформах.

Вплив молодіжної культури

Молодіжна культура є активним полем для корекції глобалізації.

- Наприклад, посилюється як і часто використовується в мотиваційних контекстах.
- «Stay tuned» було збережено без перекладу і використовується в значенні «слідкуй за оновленнями».

Креативність та іронія у модифікаціях

У глобалізаційних модифікаціях творчість і гумор часто набувають нових іронічних або жартівливих конотацій.

- Наприклад, вираз «to be or not to be» використовується як «бути чи не бути».
- «Game over» вживається метафорично, коли щось важливе закінчилося.

Інтерференція та мовна економіка

Глобалізація впливає на українську мову через інтерференцію.

- Наприклад, «make sense» часто використовується в професійному середовищі без перекладу.
- Відмова від таких виразів, як «OMG» (Oh My God), що вживається в оригінальній формі навіть у розмовній мові, також сприяє економії мовних засобів.

Наслідки заміни глобалізованих виразів

Заміна глобалізованих виразів має як позитивні, так і негативні наслідки для української мови:

Збагачення мовного простору

- Нові вирази є більш виразними і допомагають передати сучасні поняття.
- Глобалізація полегшує міжкультурну комунікацію та інтегрує українську мову у світовий контекст.

Ризик втрати автентичності

- Інтенсивне використання іншомовних виразів може замінити традиційні українські вирази.
- Як наслідок, українська мова буде «засмічена» англіцизмами.

Формування нових культурних значень

- Модифіковані вирази часто стають ознаками покоління чи соціальної групи.
- Наприклад, використання фраз «like» і «subscribe» є показником цифрової культури молоді.

Отже, глобалізовані фразеологізми є невід'ємною частиною розвитку сучасної української фразеологічної системи. Цей процес свідчить про те, що українська мова відкрита до нових впливів, але водночас потребує обережного поводження, щоб зберегти свою унікальність. Подальше вивчення цих змін дасть змогу краще зрозуміти механізми адаптації фразеологізмів у глобалізованому світі.

Модифікація фразем-глобалізмів є ключовим процесом, що забезпечує їх інтеграцію в український мовний простір. Цей процес полягає в адаптації іншомовних фразеологічних одиниць до локального культурного, семантичного та стилістичного контексту. Модифікації відбуваються на різних рівнях: структурному, семантичному та функціональному, що свідчить про динамічність фразеологічної системи.

Структурна адаптація

1. Калькування з частковою зміною форми

Фраземи часто перекладають дослівно, але при цьому адаптуються до української граматики й стилістики.

- Англійське «*break the ice*» перетворюється на «розбити лід», зберігаючи образність і значення, але отримуючи властивий українській мові синтаксис.
- «*Hit the nail on the head*» адаптується як «влучити в самісіньке яблучко» із використанням знайомого українцям образу.

2. Скорочення і спрощення

У цифровому середовищі модифікація нерідко зводиться до скорочення, зокрема у форматі мемів чи хештегів.

- Наприклад, «*keep calm and carry on*» використовується у скороченій формі «*keep calm*», яка набуває локального стилістичного забарвлення, як у випадках «залишайся спокійним» або «не панікуй».

Семантична трансформація

1. Зміна значення в новому контексті

Іншомовні фраземи, увійшовши до українського мовного простору, часто змінюють своє значення, пристосовуючись до сучасного вжитку.

- «*To go viral*» отримує значення «стати надзвичайно популярним», що застосовується у соціальних мережах і медіа.
- «*Silver bullet*» перекладається як «чарівна паличка» і використовується для позначення універсального рішення, переважно у технологічному чи бізнес-дискурсі.

2. Іронія та гумор

Модифікації часто супроводжуються іронічним або сатиричним відтінком.

- Наприклад, «*game over*» використовується у переносному значенні для позначення завершення чогось важливого, як-от: «здача проєкту» або «кінець відносин».
- «Не вмикай капслок» (від «*caps lock*») означає заклик уникати надмірної емоційності у спілкуванні.

Функціональна адаптація

1. Зміна стилістичного навантаження

Іншомовні фраземи набувають різного стилістичного забарвлення залежно від особливостей контексту.

- Наприклад, «*stay tuned*» у медіа використовується як заклик до підписки або очікування оновлень, тоді як у розмовному мовленні може мати значення «будь у курсі справи».
- «*Fake it till you make it*» у бізнес-середовищі звучало як «роби вигляд, поки не досягнеш», але з позитивною конотацією мотивації.

2. Локалізація для специфічних сфер

Модифіковані фраземи знаходять застосування у професійних і технічних сферах.

- «*Deep dive*» у сфері ІТ адаптується як «глибоке занурення» й означає «ретельне вивчення проблеми».
- «Брендова ДНК» (від «*brand DNA*») використовується у маркетингу для опису основних характеристик бренду.

Приклади адаптацій у цифровому середовищі

1. «Залишитися в тренді» (від «*stay trendy*») – модифікована фразема, що означає відповідати сучасним тенденціям.
2. «Перезапустити життя» (від «*restart your life*») – використовується в мотиваційному контексті.
3. «Клікнути мишкою» (від «*click the mouse*») – позначає простоту дії в цифровому середовищі.

Значення модифікацій фразем-глобалізмів

1. Збагачення мовного фонду

Модифікації дозволяють інтегрувати іншомовні вирази, зберігаючи їх зрозумілість і стильову різноманітність.

2. Відображення сучасних реалій

Завдяки адаптаціям фраземи залишаються актуальними та адекватними до сучасного контексту.

3. Підтримка мовної ідентичності

Модифікація дозволяє уникнути повної асиміляції запозичень, зберігаючи національний характер української фразеології.

Модифікація фразем-глобалізмів є важливим інструментом адаптації мови до умов глобалізованого світу. Вона сприяє збагаченню української мови, зберігаючи її автентичність та відповідність сучасним викликам. Цей процес свідчить про життєздатність і відкритість української фразеології до нових ідей та контекстів.

Висновки до розділу 2

Дослідження у другому розділі дозволило проаналізувати глобалізаційні чинники, які визначають оновлення й трансформацію сучасної української фразеології. Виявлено, що глобалізація сприяє проникненню іншомовних фразем, адаптації їх до українського контексту, а також формуванню нових мовних явищ, які відповідають реаліям ХХІ століття.

Глобалізація охоплює всі аспекти мовного простору, особливо на рівні фразеології. Встановлено, що інтенсивний обмін культурними елементами приводить до активного запозичення іншомовних виразів, їх калькування або адаптації. Цей процес стимулює появу нових фразем, які відображають соціальні, економічні, технологічні, культурні, воєнні, спортивні та ін. зміни. Водночас глобалізація сприяє уніфікації фразем у межах міжкультурної комунікації, але може викликати втрату автентичних національних виразів.

Глобалізаційні процеси суттєво впливають на розвиток сучасної української фразеології. З одного боку, вони збагачують мову новими виразами, адаптованими з інших мов, особливо з англійської, яка є домінантною мовою міжнародного спілкування. З іншого боку, глобалізація спричиняє певні трансформації в наявних українських і запозичених фраземах, що виявляється у їх модифікації та адаптації до нових реалій.

Глобалізація пришвидшує обмін культурними та мовними цінностями, що приводить до активного запозичення лексики та фразеологізмів. Сучасні мови стають більш відкритими для іншомовних впливів, що сприяє їх розвитку та збагаченню.

Водночас, надмірне запозичення може призводити до втрати мовної самобутності. Мови стають більш аналітичними, спрощується граматики. Мова все більше використовується для міжнародної комунікації, що призводить до стандартизації та уніфікації мовних норм. Змінюються уявлення про мову, її статус та роль у суспільстві.

Англійська мова, як мова міжнародного спілкування, має значний вплив на розвиток фразеології інших мов. Англійські фраземи активно запозичуються та адаптуються до нових мовних систем, формуючи нові культурні коди. Це пов'язано з її широким використанням у масовій культурі, техніці, науці, бізнесі, спорті та освіті. Фільми, музика, телесеріали, інтернет – усе це сприяє поширенню англійських фразеологізмів. Такі фраземи активно використовують у діловому спілкуванні та повсякденному житті. Молодь охоче послуговується англіцизмами для самовираження та підкреслення своєї інформованості. Також певну роль відіграють мовні смаки й уподобання громадян.

Англійська мова стала провідним джерелом фразеологічних запозичень, що інтегруються у різні сфери українського мовлення. Вирази на кшталт «to go viral» і «thinking outside the box», що отримали українські відповідники «стати вірусним» і «мислити нестандартно», демонструють потужний вплив англійської фразеології на українську мову. Важливо, що ці запозичення не лише адаптуються, а й трансформуються, набуваючи нових конотацій у локальному контексті. Молодіжний сленг і професійні дискурси стають основними сферами поширення таких виразів.

Окрім англійської, на українську фразеологію впливають і фраземи з інших мов, особливо тих, які мають історичні та культурні зв'язки з українською мовою. Це можуть бути фраземи з російської, польської, французької та інших мов. Такі стійкі одиниці часто пов'язані з певними історичними періодами або культурними явищами.

Окрім англійської мови, українська фразеологія активно збагачується інтернаціоналізмами з інших мов, зокрема французької, латини, китайської. Ці фраземи відображають багатокультурний характер української мови та її здатність інтегрувати інші мовні традиції. У науковому, публіцистичному й художньому дискурсах вони підкреслюють міжнародний характер сучасної комунікації.

Модифікація глобалізмів є важливим етапом їхньої адаптації до української мови. Встановлено, що іншомовні фраземи не лише калькуються, але й змінюють свою семантику та стиліове навантаження, відображаючи місцеві реалії.

Запозичені фраземи часто зазнають певних змін у новій мовній системі. Вони можуть адаптуватися до фонетичних, граматичних і семантичних особливостей мови-реципієнта. Крім того, фраземи можуть набувати нових значень або емоційного забарвлення в контексті нової культури. Фраземи можуть набувати нових значень або відтінків значень. Змінюється порядок слів, їх граматична форма. Словосполучення адаптується до фонетичної системи мови-реципієнта.

Глобалізація є потужним фактором, який впливає на розвиток фразеології сучасних мов. З одного боку, вона збагачує мову новими виразами, з іншого – може призводити до певних змін у традиційних фразеологічних системах. Розуміння цих процесів є важливим для збереження мовної самобутності та ефективної комунікації в умовах глобалізації.

Глобалізація є потужним чинником впливу на сучасну українську фразеологію. Вона стимулює інтеграцію іншомовних елементів, формування нових виразів і адаптацію вже існуючих фразем. Завдяки цьому українська мова збагачується новими концептами та інструментами для комунікації, стаючи більш відкритою до міжкультурної взаємодії. Водночас важливо підтримувати баланс між збереженням національної ідентичності та впливами глобалізації, щоб уникнути ризику втрати унікальності мови.

Другий розділ окреслює напрями подальших досліджень, які мають бути спрямовані на аналіз глибинних механізмів адаптації іншомовних фразем у контексті української культури, а також на вивчення їхнього впливу на комунікативну та стилістичну функції мови.

РОЗДІЛ 3.

ФУНКЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНА ПАРАДИГМА ФРАЗЕМ

3.1. Стилiстичнi i функцiйнi особливостi фразеологiчних одиниць у сучасних масмедiа

Фразеологiзми вiдiграють важливу роль у сучасних масмедiа, надаючи текстам виразностi, емоцiйностi та образностi. Використання таких одиниць дозволяє авторам впливати на свiдомiсть аудиторiї, формувати громадську думку та створювати яскравi, запам'ятовуванi образи. Розглянемо детальнiше стилiстичнi та функцiональнi особливостi фразеологiчних одиниць у медiа-дискурсi.

1. Експресивнiсть i емоцiйнiсть

Однiєю з найважливиших функцiй фразеологiзмiв є передача емоцiйного забарвлення. Вони допомагають авторам виразити своє ставлення до описуваних подiй, явищ або осiб. Наприклад, фразеологiзм *вiдкатати релiз калька* (з англ. *roll out a release*) — завершити запуск нового продукту чи системи (зазвичай IT-контекст). Приклад: «Команда розробникiв нарештi **вiдкатала релiз** нової платформи для електронного суду» — *AIN.UA*, 2023, *бути на хайпi* (з англ. *hype*) «Реперка *Аlyона Аlyона* знову **на хайпi** — клiп про дiвчину з села набрав 2 млн переглядiв» — *Суспiльне Культура*, 2020. А фразема як двi краплi води передає з особливою виразнiстю iдею повної схожостi.

2. Образнiсть

Фразеологiзми створюють яскравi образи, якi допомагають читачевi, слухачевi, глядачевi краще уявити описану ситуацiю. Наприклад, *зашкваритися* — сильно скомпрометувати себе, втратити репутацiю. Контекст: «Блогер зашкварився, поширивши фейкову iнформацiю про ЗСУ» — *24 Канал*, 2023.

3. Узагальнення

Фразеологiзми дозволяють узагальнити явища, виразити абстрактнi поняття. Наприклад, фразеологiзм «бити байдики» означає «марнувати час», але при цьому передає образ бездiяльностi та лiнi.

4. Стилiстична рiзноманiтнiсть

Фразеологізми можуть бути нейтральними, книжними, розмовними, жаргонними, а також мати різний ступінь образності та емоційності. Це дозволяє авторам підібрати такі стійкі одиниці, які найбільш точно відповідають стилю тексту. Фразеологізми в масмедіа демонструють широку стилістичну палітру, що дозволяє авторам обирати найвлучніші словосполучення й вирази для передачі потрібного смислу й емоційного забарвлення.

Нейтральні фразеологізми – загальноновживані вирази, які не мають сильного емоційного забарвлення. Наприклад, *прокачати навички калька* (з англ. *to upgrade / to boost skills*) — удосконалити, покращити свої здібності, знання або вміння. «Цей онлайн-курс допоможе прокачати навички публічних виступів» — *Освіторя*, 2024.

Розмовні фразеологізми – надають тексту неформального характеру, створюють атмосферу довірливості. Приклад: *Не бачити далі свого носа* – ігнорування очевидних фактів.

Приклад з ютуба: https://www.youtube.com/shorts/r_JDeEG3I8

Гнути спину – фізично виснажуватись від праці або бути покірним, принижуватись, підлаштовуватись під когось.

https://gazeta.ua/articles/sogodennya/_gnuti-spinu-scho-naspravdi-oznachaye-cej-frazeologizm-dlya-ukrayinciv/1198582 - "Гнути спину" - що насправді означає цей фразеологізм для українців.

Книжні фразеологізми – підсилюють ефект урочистості, підкреслюють важливість сказаного. Наприклад, *на вістрі подій* - у самісінькому епіцентрі суспільних процесів.

<https://www.yakaboo.ua/ua/na-vistri-chasu-i-podij-zhurnalist-kij-dorobok-ivana-korsaka.html?srsId=AfmBOoo37MY5loKGr1CERE-pbMvktwBAyiipToUGfBcgzQYtU6W8EWX1> - Книга На вістрі часу і подій: журналістський доробок Івана Корсака.

Вивести на чисту воду – зняти маску з когось.

https://www.bbc.com/ukrainian/vert_fut/2015/09/150907_vert_fut_best_and_worst_ways_to_spot_a_liar_vp - Як вивести брехуна на чисту воду?

Жаргонні фразеологізми – використовуються для створення неформальної, іноді навіть вульгарної атмосфери. Приклад: *Мимо каси* – промахнутися, не потрапити в ціль, *Контекст*: «Його коментар був зовсім мимо каси – не про те, що обговорювали» – означає «наказати, покарати».

Приклад: *тримайте мене семеро* — це розмовний, емоційно забарвлений вираз, що вживається для передачі сильного здивування, обурення або обуреної реакції. Часто використовується в неформальній мові, а також у масмедіа для надання тексту експресивності.

Арготичні фраземи — різновид соціального діалекту, яким послуговується певна спільнота (об'єднана за професійною, віковою, соціальною чи іншою ознакою) з метою ускладнення або повного унеможливлення розуміння мовлення сторонніми.

Мести пургу — говорити нісенітницю,

Коні двинути — *померти* (у грубуватій, іронічній або зневажливій формі).

<https://gordonua.com/ukr/publications/arostovich-jakshcho-putin-dvine-koni-tse-bude-duzhe-nespodivaniy-i-shvidkij-kinets-vijni-protjahom-kilkokh-dniv-1621005.html> -

Арестович: Якщо Путін двине коні, це буде дуже несподіваний і швидкий кінець війни. Протягом кількох днів

5. Функції фразеологізмів у масмедіа

Привернення уваги:

Яскраві, нестандартні фразеологізми привертають увагу читача, слухача, глядача та спонукають його продовжити читати газетний чи журнальний матеріал, слухати радіопередачу, дивитися телепрограму тощо. Наприклад, заголовок «Київ тоне в смітті» використовує фразеологізм для емоційного підсилення проблеми.

Помічено, що найчастіше такі фраземи практикують у заголовках: Н-д: **«Шоу виходить з берегів»** (*вийти з берегів*) – про втрату контролю над подіями.

«Країна на голках» (*сидіти як на голках*) – тривожне очікування результатів.

«Велика перезавантажка» (*перезавантаження системи*) – про реформування або зміну влади. **«Українська економіка прокидається»** (*прокидатися – метафора оновлення*) – позитивна динаміка. **«Політики грають ва-банк»** (*йти ва-банк*) – про

ризиковані дії. **«Суспільство вийшло із зони комфорту»** (*вийти із зони комфорту*) – використовується щодо криз, викликів. **«Час іти в діджитал»** (*йти в діджитал*) – популярне у бізнес- та освітніх матеріалах.

Також аналізовану функцію нерідко виконують модифіковані ФО: Н-д:

Гнути цифрову спину – уживається щодо виснажливої роботи в сфері ІТ або за комп'ютером.

Сидіти на інформаційній голці – вказує на залежність від постійного оновлення новин, соцмереж тощо.

Грати не за офшорними правилами – з акцентом на сучасні економічні реалії (контекст тіньових схем).

Бити по електронному гаманцю – підкреслює фінансові втрати в цифрову добу.

Вивісити на цифровий щит – означає надмірне возвеличення особи або явища в медіапросторі.

Підсилення аргументації:

Фразеологізми можуть підсилити аргументацію автора, зробити його висловлювання більш переконливим, надавши йому образності та емоційного забарвлення. Наприклад: «Грати на нервах» підкреслює напруженість ситуації.

Створення емоційного настрою:

За допомогою фразеологізмів автор може створити певний емоційний настрій, наприклад: сміх, іронію, обурення. Наприклад, фразеологізми: *Годувати байками про реформи* – викликає іронію або сарказм щодо нещирих обіцянок.

Потрапити в інформаційне болото – створює образ трясовини, викликає тривогу.

Джерело: <https://dslua.org/publications/protydiia-dezinformatsii-v-interneti-kudy-rukhatysia-ukraini-analitychnyy-zvit/>

Ідентифікація з аудиторією:

Використання знайомих і зрозумілих фразеологізмів допомагає автору встановити контакт з аудиторією, створити відчуття спільності. Наприклад,

фразеологізм *залетіти в боргову яму* – говорить зрозумілою «народною» мовою про проблеми.

Джерело: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cx24dgv1re3o>

Маніпуляція свідомістю:

Фразеологізми можуть використовуватися для маніпуляції свідомістю читача, формування певного ставлення до подій або осіб. Наприклад, фразеологізм «Залізний завіс» створює негативний образ радянської системи.

6. Трансформація фразеологізмів у масмедіа

У сучасних масмедіа часто спостерігається тенденція до трансформації фразеологізмів. Це може виявлятися:

Семантичні зміни:

Фразеологізм може набувати нового, контекстуально зумовленого значення. Наприклад, фразеологізм «вийти з зони комфорту» спочатку мав психологічне значення, а зараз широко використовується в різних сферах життя.

Структурні зміни:

Можуть змінюватися компоненти фразеологізму, його граматична форма. Наприклад, «бити байдики» може бути трансформовано в «бити баклани».

Створенні нових фразеологізмів:

На основі існуючих фразеологізмів можуть створюватися нові, які відображають сучасні реалії. Наприклад: «лайкнути ідею» – це новий фразеологізм, пов'язаний з використанням соціальних мереж.

7. Субстандартні фразеологізми в масмедіа

Субстандартні фразеологізми, тобто такі, що не відповідають нормам літературної мови, все частіше зустрічаються в масмедіа. Вони надають текстам більшої експресивності, але можуть викликати неоднозначну реакцію у читачів. Використання субстандартних фразеологізмів вимагає від автора такту і почуття міри.

- **Жаргонізми:** «Забити бійку» – означає «перестати сваритися».
- **Вульгаризми:** «Надрати зад (дупу)» – означає «наказати, покарати».
- **Сленгізми:** «Залипати в телефон» – означає «довго сидіти в телефоні».

Використання субстандартних фразеологізмів залежить від стилю публікації та аудиторії. Вони можуть бути доречними в неформальних текстах, але можуть бути неприйнятними в офіційній мові.

Фразеологізми є динамічним елементом мови, який постійно розвивається й адаптується до нових умов. Їх використання в масмедіа робить цей дискурс більш промовистим, красномовним. Однак важливо пам'ятати про відповідальне використання фразеологізмів, оскільки неправильне їх застосування може призвести до спотворення інформації та маніпуляції свідомістю.

Фразеологія у масмедіа є важливим інструментом формування текстів, здатних привертати увагу, створювати емоційний вплив і передавати зміст у стислому вигляді. Сучасні масмедіа активно використовують фразеологічні одиниці, які підсилюють експресивність тексту, дозволяють висловити складні ідеї доступною мовою та водночас залишаються яскравими й запам'ятовуваними.

Функційні особливості фразеологічних одиниць у масмедіа

1. Емоційний

ВПЛИВ

Однією з важливих функцій фразеологізмів у масмедійному дискурсі є емоційне забарвлення повідомлення, що допомагає журналісту акцентувати критичність ситуації або драматизм подій. Наприклад, у матеріалах, які стосуються надзвичайних або кризових обставин, журналісти часто вдаються до фразеологізмів на кшталт: *на тонкій кризі*, що викликає у читача відчуття небезпеки та хиткості становища. У жанрі журналістських розслідувань чи політичної аналітики своє місце знаходить вислів *розкрити всі карти*, що вказує на розгортання таємної інформації, додаючи драматизму повідомленню.

2. Лаконічність вираження

Масмедіа, орієнтовані на оперативне донесення складної інформації, активно використовують фразеологізми як засіб стиснення смислу. Наприклад, замість опису тривалого процесу популярності чи адаптації журналісти можуть скористатися фразеологізмом *бути на хвилі*, що акумулює одразу кілька значень: актуальність, модність, суспільний інтерес. У статтях, присвячених розслідуванням або аудиторіям,

доречною є фразема *потрапити під мікроскоп*, яка компактно виражає ідею детального аналізу.

3. Актуалізація подій

Фразеологізми також виконують функцію актуалізації подій, допомагаючи журналістам увиразнити напруженість або історичну вагу подій. Так, у заголовках і основних тезах статей, які стосуються соціально-політичної нестабільності, *танцювати на вулкані*, що сигналізує про ризикованість дій в умовах невизначеності. У матеріалах, які подаються в жанрі політичної хроніки, фразема *робити перший крок* може означати початок перемовин або важливих реформаторських ініціатив.

Стилістичні особливості фразем у масмедіа

1. Збагачення стилю тексту

Фразеологізми слугують засобом образності та стилістичної виразності, завдяки чому інформація подається не лише змістовно, а й естетично привабливо. Наприклад, вислів *зелене світло* часто застосовується в заголовках і текстах на позначення дозволу чи старту певних процесів. У публікаціях, які підсумовують політичні етапи, фразема *перегорнути сторінку* є знаком переходу до нового періоду.

2. Іронічність і сатиричність

Іронічні фраземи часто зустрічаються у коментарях або аналітичних статтях.

- «Шлях у нікуди» використовується для критики неефективних політичних рішень.
- «Битися головою об стіну» ілюструє марні спроби досягти результату.

3. Використання глобалізмів

Масмедіа активно використовують модифіковані іншомовні фраземи, щоб надати тексту сучасності.

- «Фейкові новини» (fake news) є поширеним терміном у журналістських розслідуваннях.
- «Грати в довгу» (long game) вживається для опису стратегічних дій.

Роль фразем у заголовках і лід-абзацах

1. Приваблення уваги

Заголовки з фраземами стають більш інтригуючими, наприклад:

- «Перегорнути нову сторінку у відносинах» (про дипломатичні досягнення).
- «Зірвати куш у бізнесі» (про успіх у фінансовій сфері).

2. Стислість і виразність

Фразеологічні заголовки є короткими, але змістовними. Наприклад:

- «Червона лінія пройдена» (про критичну ситуацію).
- «Під лупою» (про аналіз чи перевірку).

Приклади фразем у масмедіа

1. «Підводні камені» – для опису прихованих ризиків.
2. «Кінець тунелю» – метафора досягнення вирішення або виходу з кризи.
3. «Рибалити в каламутній воді» – висвітлення дій, що проводяться у непевних умовах.
4. «Бумеранг повернувся» – фразема, що описує наслідки дій.
5. «Час ікс» – момент прийняття ключового рішення.

Фраземи у масмедіа відіграють важливу роль у формуванні комунікативної стратегії. Вони допомагають створити емоційно насичені, виразні та запам'ятовувані тексти, здатні привертати увагу різних аудиторій. Використання фразеологізмів робить журналістські матеріали більш яскравими та багатозначними, сприяючи ефективному донесенню інформації. У сучасних умовах, коли конкуренція за увагу читачів є високою, фраземи залишаються універсальним засобом досягнення комунікативної мети.

3.2. Стилiстичні і функційні особливості фразеологічних одиниць у сучасному інтернет-дискурсі

Сучасний інтернет-дискурс, з його динамічністю та різноманітністю, є родючим ґрунтом для розвитку та трансформації мови. Одним із яскравих проявів цих змін є використання фразеологічних одиниць (ФО). Вони не лише збагачують мову, але й відіграють важливу роль у формуванні віртуальних спільнот, передачі

емоцій та створенні певних образів. Ця робота присвячена аналізу стилістичних і функціональних особливостей фразеологізмів у сучасному інтернет-дискурсі.

1. Специфіка інтернет-дискурсу та використання фразеологізмів

Інтернет-дискурс відрізняється від традиційних форм комунікації низкою особливостей:

- **Неформальність:** Відсутність жорстких правил граматики та стилістики сприяє використанню розмовних і навіть жаргонних ФО. «Залипаю в тіток», «Засипав питаннями», «Класний контент». Ці фрази відображають неформальний характер онлайн-спілкування.
- **Емоційність:** ФО допомагають виразити широкий спектр емоцій, які важко передати за допомогою простих слів. «Розривається від сміху», «Обісратися від страху», «Серце кров'ю обливається». Такі вирази яскраво передають емоції користувачів.
- **Інтерактивність:** ФО часто використовуються для створення ефекту спільності, підкреслення приналежності до певної спільноти. «Хейтер буде», «Підтримую на всі сто», «Лайкні, якщо згоден». Ці фрази стимулюють взаємодію між користувачами.
- **Динамічність:** Інтернет-дискурс постійно розвивається, що призводить до появи нових ФО і трансформації старих. «Завірусився мем», «Стати трендом», «Бумер». Ці вирази пов'язані з швидкими змінами в інтернет-культурі.

2. Стилiстичнi функцiї фразеологiзмiв в iнтернет-дискурсi

- **Експресивність:** ФО дозволяють підсилити емоційне забарвлення повідомлення. Наприклад: «залипаю в соцмережах» передає стан занурення в інтернет-простір.
- **Образність:** Фразеологічних одиниць створюють яскраві образи, допомагаючи краще передати думку. Наприклад, «вийти з зони комфорту» означає спробувати щось нове.
- **Іронія та сарказм:** ФО часто використовуються для вираження іронії або сарказму. Наприклад, «просто космос» може означати щось дуже погане.

- **Гумор:** Фразеологічних одиниць є невід'ємною частиною інтернет-мемів і жартів. Наприклад, «баян» означає «старий анекдот».

3. Функціональні особливості фразеологізмів в інтернет-дискурсі

- **Ідентифікація з групою:** ФО допомагають людям відчувати себе частиною певної спільноти, об'єднаної спільними інтересами. «Флексити», «Бумер», «Токсичний». Ці слова допомагають користувачам ідентифікувати себе з певними субкультурами або виразити своє ставлення до певних явищ.
- **Створення мемів:** Багато фразем стають основою для створення мемів – смішних картинок з підписами. «Пепе», «Кринж», «Лол, кекаю». Ці слова часто використовуються в мемах для створення гумористичного ефекту.
- **Вираження ставлення до подій:** Фразеологічні одиниці дозволяють коротко і точно висловити свою думку про те чи інше явище. «Розвести як лоха», «Залишити після себе слід в історії», «Пробити дно».
- **Маніпуляція свідомістю:** Уміле використання ФО може вплинути на думку інших людей, сформулювати певну точку зору. «Фейк ньюс», «Боти», «Троль».

4. Трансформація фразеологізмів в інтернет-дискурсі

Інтернет-дискурс сприяє активній трансформації ФО:

- **Скорочення:** ФО скорочуються для економії часу і місця. Наприклад: «LOL» замість «laugh out loud». «Ржака», «Кек», «ЧСВ». Це скорочення від «ржач», «кекать», «почуття власної величі».
- **Неологізми:** Створюються нові фразеологічні одиниці, пов'язані з інтернет-технологіями та сучасними реаліями. «Залипаю в тіток», «Хейтер», «Флексити». Це нові слова, пов'язані з інтернет-культурою.
- **Іронічне переосмислення:** Значення відомих фразем може змінюватися в залежності від контексту. «Все пішло шкереберть», «Залишитися в дурнях».
- **Інтернаціоналізація:** ФО з різних мов активно використовуються в інтернет-спілкуванні. «LOL» (laugh out loud), «OMG» (oh my god), «GG» (good game). Це англійські аббревіатури, які широко використовуються в інтернет-спілкуванні.

Фразеологізми відіграють важливу роль у сучасному інтернет-дискурсі, надаючи йому динамічності, емоційності та виразності. Вони допомагають людям спілкуватися, виражати себе і створювати віртуальні спільноти. Однак, слід пам'ятати, що надмірне використання ФО може призвести до збіднення мови та ускладнення розуміння.

ФО в інтернет-дискурсі є засобом самовираження та ідентифікації. Вони допомагають людям відчувати свою приналежність до певної спільноти, висловити свою індивідуальність та ставлення до світу.

Всесвітня мережа сприяє швидкому поширенню та трансформації фразеологізмів. Нові слова та вирази з'являються і набувають популярності з неймовірною швидкістю, формуючи нові мовні тренди.

Фразеологізми виконують різноманітні функції в інтернет-комунікації: від створення емоційного забарвлення до маніпулювання свідомістю.

Інтернет-комунікація впливає на зміст і форму фразеологізмів. Виникають нові значення, скорочення, а також відбувається взаємодія фразеологізмів різних мов.

Фраземи відіграють важливу роль у формуванні інтернет-мемів та вірусного контенту. Вони є невід'ємною частиною сучасної інтернет-культури.

Інтернет-дискурс є динамічним і багатограним середовищем, де фразеологічні одиниці набувають нових функцій і значень. Фраземи у цифровому просторі виконують роль засобу комунікації, емоційного впливу та інструменту для створення ідентичності користувачів. Їхнє використання залежить від характеру платформи, стилю спілкування та цільової аудиторії.

Функційні особливості фразем у інтернет-дискурсі

1. Лаконічність і зрозумілість

У цифровому середовищі фраземи часто скорочуються для економії простору, зберігаючи при цьому зміст і функцію.

- Наприклад, вираз «лайкати» (від англ. «*to like*») є короткою формою дії, зрозумілої у соціальних мережах.

- «Клікнути» (від англ. «*to click*») вживається для позначення простої, але часто повторюваної дії.

2. Маркування емоцій

Фраземи часто використовуються для передачі емоційного стану, створення атмосфери розмови.

- «Бути в тренді» – маркер схвалення або позитивного ставлення до чогось сучасного.
- «Епічний фейл» – вираз для опису невдачі з гумором або іронією.

3. Актуалізація контенту

У соціальних мережах фраземи допомагають створювати мему, хештеги та вірусні вислови, що швидко поширюються.

- Наприклад, «зламати інтернет» символізує подію, що викликала великий резонанс.
- «Вірусний контент» позначає інформацію, що швидко розповсюджується у мережі.

Стилістичні особливості фразем у інтернет-дискурсі

1. Іронія та сарказм

Цифровий простір сприяє використанню фразем із гумористичним або саркастичним забарвленням.

- «Гра в кальмара» (натяк на популярний серіал) використовується для опису складних або ризикованих ситуацій.
- «Краще гуглити, ніж запитувати» – іронічний коментар до очевидного питання.

2. Візуальна інтеграція

Фраземи у поєднанні з візуальними елементами (меми, GIF-зображення, емодзі) набувають додаткового стилістичного навантаження.

- «Жити своїм найкращим життям» (зазвичай супроводжується картинками, що демонструють розкіш чи комфорт).
- «Я в шоці» – часто ілюструється емоджі здивування або мемами.

3. Запозичення з англійської мови

Соціальні мережі сприяють популяризації англіцизмів у вигляді фразем.

- «*Stay tuned*» використовується у своїй оригінальній формі як заклик стежити за оновленнями.
- «*Make it big*» адаптується як «зробити щось масштабне».

Роль платформ у трансформації фразем

1. Соціальні мережі

Платформи, як-от Facebook, Instagram, TikTok, є головними джерелами популяризації фразем. Вони створюють середовище для формування нових значень.

- «Хайпувати» – позначає активне обговорення або популярність.
- «Залишатися в тренді» – зберігати актуальність у цифровому просторі.

2. Форуми та блоги

Фраземи тут використовуються для створення неформального стилю спілкування.

- «Тред про все» – популярний на форумах вираз для тем без конкретного фокусу.
- «Модний засіб» – вживається для опису сучасних технологій або трендових продуктів.

3. Чати та месенджери

У чатах використовуються скорочені або трансформовані форми фразем.

- «Крашнути» (від «*to crush*») – означає закоханість або сильне захоплення.
- «Відфоловити» – припинити стежити за кимось у соціальних мережах.

Приклади популярних фразем у інтернет-дискурсі

1. «Запустити тренд» – започаткувати щось нове, що стане популярним.
2. «Перезапустити себе» – оновити свій образ або стиль.
3. «Клікбейт» – інформація, що привертає увагу, але має сумнівну цінність.
4. «Бульбашка» – позначає вузьке коло спілкування або інтересів в інтернеті.
5. «Шарити контент» – поширювати матеріали у мережі.

Інтернет-дискурс є унікальним середовищем для формування, трансформації та популяризації фразеологічних одиниць. Завдяки цьому фраземи набувають нових функцій, зокрема передання емоцій, створення ідентичності та інтеграції глобальних культурних явищ у локальний контекст. Це доводить, що сучасна українська фразеологія, навіть під впливом глобалізаційних процесів, залишається активною, адаптивною і творчою системою.

Висновки до розділу 3

Дослідження у третьому розділі дозволило глибше зрозуміти, як фразеологічні одиниці функціонують у сучасних масмедіа та інтернет-дискурсі. Виявлено, що фраземи є важливим елементом комунікації, завдяки якому забезпечується не лише передача інформації, а й створення певного стилістичного та емоційного ефекту.

Сучасний мовний ландшафт, особливо в контексті масмедіа та інтернету, характеризується динамічними процесами, що впливають на використання і трансформацію мовних одиниць, зокрема фразеологізмів. Аналіз цих двох сфер комунікації дозволяє виявити як спільні риси, так і відмінності у використанні фразеологізмів.

Фраземи у ЗМІ виконують важливу роль у залученні уваги, посиленні експресивності тексту та передачі соціальних і культурних реалій. Встановлено, що:

Емоційно-експресивна функція. Завдяки фраземам журналістські тексти стають більш динамічними та образними. Наприклад, використання фразем «йти по тонкій кризі» чи «знімати маски» додає матеріалам драматизму.

Функція актуалізації. Медіа часто використовують фраземи, що відображають поточні події. Вирази на кшталт «вихід із зони комфорту» або «потрапити в центр уваги» допомагають читачеві співвідносити текст із реаліями сучасного світу.

Інноваційний потенціал. Масмедіа є джерелом для утворення нових фразем. Наприклад, «зламати інтернет» або «вірусний контент» виникли в контексті цифрових технологій і закріпилися у мовленні.

Інтернет-дискурс, який відзначається неформальністю і швидким розповсюдженням інформації, став сприятливим середовищем для фразеологічних трансформацій:

Лаконічність і доступність. У соціальних мережах, блогах і форумах фраземи скорочуються або модифікуються для економії простору. Наприклад, «OMG» (Oh My God) використовується в оригінальній формі, але передає значний емоційний заряд.

Іронічність і грайливість. У цифровому просторі фраземи часто набувають іронічного відтінку. Наприклад, «*епічний фейл*» описує невдачу в жартівливому ключі.

Вплив візуального контенту. Інтернет сприяє поширенню фразем через мему, GIF-зображення та відео. Вирази «зловити вайб» або «це просто шедевр» ілюструють, як текст і візуальний контент взаємодіють для створення емоційного ефекту.

Глобалізм і локалізація. Інтернет-дискурс активно інтегрує іншомовні фраземи, адаптуючи їх до локального контексту. Наприклад, «*stay tuned*» використовується без перекладу, але розуміється широкою аудиторією.

ФО стали невід'ємною частиною сучасного мовлення, особливо у масмедіа та цифровому просторі. Вони виконують такі ключові функції:

Маркування емоцій. Використання фразем дозволяє підкреслити емоційний стан або оцінку ситуації. Наприклад, «виходити за рамки» чи «бути на хвилі» відображають оптимізм або інноваційність.

Створення спільного простору. Через фраземи формуються культурні й соціальні зв'язки між мовцями, які розуміють контекст їхнього використання.

Ідентифікація аудиторії. Використання певних фразем може слугувати маркером приналежності до покоління чи соціальної групи.

Спільні риси:

- **Експресивність та емоційність:** фразеологізми в обох сферах слугують для посилення емоційного забарвлення висловлювання, дозволяючи більш яскраво передати почуття та ставлення до певної ситуації.
- **Образність:** ФО створюють яскраві образи, що полегшують розуміння і запам'ятовування інформації.

- **Функція ідентифікації:** використання спільних фразеологізмів сприяє створенню відчуття спільності та належності до певної групи.
- **Трансформація:** в обох сферах спостерігається активна трансформація фразеологізмів: скорочення, адаптація до нових контекстів, створення нових значень.

Відмінності:

- **Швидкість змін:** в інтернет-дискурсі зміни відбуваються швидше, з'являються нові фраземи, пов'язані з цифровими технологіями та сучасними реаліями.
- **Ступінь формальності:** онлайн-дискурс відрізняється більшою неформальністю, що призводить до використання більш розмовних і навіть жаргонних фразеологізмів.
- **Аудиторія:** масмедіа звертаються до більш широкої аудиторії, тому використання ФО там може бути більш стриманим.
- **Мета використання:** в інформаційних медіа фразеологізми часто використовуються для маніпуляції свідомістю, створення певного образу, тоді як в цифровому дискурсі вони можуть служити для самовираження, розваги або просто для спілкування.

Загалом, як масова комунікація, так і мережеве спілкування сприяють динамічному розвитку фразеології. Вони є своєрідними лабораторіями, де народжуються нові фразеологізми, а старі набувають нового звучання. Цей процес відображає зміни в суспільстві, культурі та мові.

Можна зробити загальні висновки:

- Фразеологізми є невід'ємною частиною сучасної мовної картини.
- Вони виконують важливі комунікативні функції, такі як вираження емоцій, створення образів, ідентифікація з групою.
- Інтернет сприяє активному розвитку і трансформації фразеологізмів.
- Вивчення фразеологізмів в інформаційні медіа та веб комунікація дозволяє глибше зрозуміти сучасні мовні процеси.

Третій розділ демонструє, що фразеологія в сучасному світі є не лише засобом збагачення мовлення, а й потужним інструментом формування стилю та

комунікативної стратегії. Масмедіа й інтернет-дискурс розширюють межі функціонування фразем, адаптуючи їх до нових реалій.

Українська фразеологія в умовах цифровізації та глобалізації демонструє відкритість до інновацій, одночасно зберігаючи свою автентичність. Це свідчить про її життєздатність та значний потенціал для подальшого розвитку. У межах цього розділу закладено підґрунтя для вивчення стилістичних трансформацій фразем у різних комунікативних середовищах.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження визначено, що фразема є багатогранним об'єктом лінгвістичного аналізу. Вона має усталену структуру, змістову автономність і виконує важливі комунікативні функції. Основними рисами фразем є не скільки номінація, а більшою мірою їх образність, емоційність, експресивність, нерідко влучність і дотепність, які надають мовленню стилістичної виразності.

Фразеологія є багатовимірною мовною системою, яка поєднує традиційність із динамічністю. Завдяки аналізу теоретичних засад встановлено:

Фраземи є ключовим елементом мовлення, який забезпечує виразність і стилістичну насиченість.

Незважаючи на багатий теоретичний доробок, залишаються актуальними проблеми класифікації фразем, зокрема розмежування їх із близькими мовними одиницями.

XXI століття ознаменувалося посиленням динамічних процесів у фразеології, зокрема через вплив глобалізації, технологій та культурних змін.

Фразема є унікальним явищем мови, що поєднує семантичну, синтаксичну й прагматичну цілісність. Її вивчення дозволяє зрозуміти, як мова реагує на культурні й соціальні зміни. Зроблено висновок, що фраземи забезпечують комунікативну ефективність, збагачують мовлення образністю та емоційною насиченістю.

Існує кілька підходів до класифікації фразем за їх семантикою, структурою, стилістичним і функціональним навантаженням. Незважаючи на це, сучасна фразеологія потребує вдосконалення критеріїв для визначення меж між стійкими виразами, прислів'ями та іншими одиницями.

Незважаючи на наявність багатьох класифікацій, немає єдиної універсальної системи. Зокрема, відсутність чітких меж між фраземами та сталими словосполученнями ускладнює їх аналіз. Проте класифікація за семантичними, функційними та стилістичними ознаками є важливим кроком до систематизації фразеологічного фонду.

Глобалізація стала потужним стимулом до оновлення фразеологічного фонду. Основні тенденції, виявлені у межах цього розділу, включають:

Активне проникнення англійських фразем у різні сфери мовлення, їх адаптацію до українського контексту.

Інтеграцію інтернаціоналізмів із різних мов, таких як латина, французька, німецька, японська. Вони додають мові універсальності та багатокультурності.

Модифікацію фразем-глобалізмів, яка дозволяє зберігати їх актуальність і пристосовувати до локального мовного середовища.

Фразеологічний фонд української мови перебуває в постійному розвитку. Динаміка проявляється через утворення нових виразів під впливом суспільних змін, тоді як статика забезпечує збереження культурної спадщини через усталені одиниці.

Фразеологічна система балансує між статикою й динамікою. Статика гарантує збереження мовної спадщини, тоді як динаміка дозволяє інтегрувати нові вирази, адаптуючи їх до сучасних умов. Стабільність фразеології є основою мовної ідентичності, а динамічні зміни свідчать про її живу природу.

Серед основних тенденцій сучасної фразеології виділено активне запозичення іншомовних виразів, зростання впливу медіа та цифрового середовища, а також переосмислення традиційних фразем. Це зумовлено як технічним прогресом, так і глобалізаційними процесами.

XXI століття ознаменувалося активною глобалізацією, що призвело до змін у фразеології. Найбільш помітними є такі тенденції: проникнення іншомовних виразів, поява нових цифрових термінів і переосмислення традиційних фразем. Українська фразеологія демонструє здатність зберігати автентичність, залишаючись відкритою до нововведень.

Глобалізація спричинила кардинальні зміни в мовному просторі. Фразеологія сучасної української мови зазнає впливу міжнародного мовного обміну, зокрема через англійську мову як головний носій глобалізації. У масмедійному та інтернетному дискурсах спостерігається інтеграція глобальних фразем.

Інтеграція впливає на всі рівні мовної системи, зокрема й на фразеологію. Міжнародний обмін культурними і мовними елементами сприяє оновленню фразеологічного фонду, що підвищує конкурентоздатність мови на світовій арені.

Масмедійний і інтернет-дискурси стали провідними майданчиками для поширення глобалізмів.

Англійська мова домінує у сфері запозичень. Молодіжний сленг і професійні сфери активно переймають англійські фраземи, інтегруючи їх у повсякденне мовлення.

Мова міжнародного спілкування відіграє центральну роль у формуванні нових фразем. Зроблено висновок, що англійські вирази інтегрують завдяки своїй універсальності та функціональній гнучкості. Їхній вплив найбільш помітний у молодіжному сленгу, професійних галузях і цифровому середовищі.

Інтернаціоналізми з французької, латини, німецької та інших мов є важливими складниками сучасного фразеологічного фонду. Вони додають мові універсальності й відображають багатокультурність українського суспільства.

Універсалізми є важливими мостами між мовами. Вирази з латини, німецької, французької та інших мов, не лише збагачують українську мову, а й додають їй універсальності. Вони активно використовуються у науковій, юридичній і публіцистичній сферах.

Глобалізми зазнають змін у процесі адаптації до українського мовного середовища. Вони набувають нових значень, стають лаконічнішими та стилістично багатшими.

Модифікація глобалізмів забезпечує їх адаптацію до українського мовного простору. Іншомовні вирази, адаптовані до локального середовища, збагачують мову новими образами та сенсами.

Фраземи в сучасному комунікативному середовищі виконують не лише номінативну, але й стилістичну та емоційну функції:

У медіа фразеологічні одиниці використовуються для створення експресивного ефекту, привернення уваги та відображення актуальних подій.

У інтернет-дискурсі вони стають інструментом для побудови інтерактивного, неформального стилю, що відповідає потребам сучасної аудиторії.

Поєднання традиційних фразем із новими цифровими реаліями свідчить про їх гнучкість і функціональну багатогранність.

Фразеологізми у масмедіа виконують функцію залучення уваги та надання текстам експресивності. Використання глобалізмів підкреслює сучасний характер медійного контенту.

Масмедійний дискурс використовує фразеологізми для підвищення емоційного впливу текстів і створення запам'ятовуваних образів. Глобалізми сприяють актуалізації мовлення й приверненню уваги аудиторії.

У цифровому просторі фраземи часто використовуються для створення гумористичного чи іронічного ефекту. Інтернет-дискурс вимагає лаконічності, що сприяє скороченню та трансформації фразем.

Інтернет-дискурс вимагає лаконічності та яскравості. Фраземи, адаптовані для використання в соцмережах відображають сучасний стиль життя. Вони також формують нові стандарти спілкування, підкреслюючи швидкість і доступність інформації.

Робота доповнює існуючі теоретичні напрацювання у сфері фразеології, акцентуючи увагу на впливі глобалізації, медіа та цифрових технологій. Аналіз динамічних змін у фразеологічному фонді сприяє глибшому розумінню процесів мовної адаптації.

Підсумки роботи можуть бути використані у лінгвістичних дослідженнях, навчальних програмах та культурних проєктах, спрямованих на популяризацію української мови.

У результаті дослідження визначено, що сучасна українська фразеологія перебуває у стані активної трансформації. Глобалізація, цифровізація та міжкультурний обмін стали ключовими чинниками, які визначають розвиток фразеології у XXI сторіччі. Інтеграція іншомовних елементів, адаптація фразем-глобалізмів і творення нових виразів сприяють збагаченню мови, водночас висуваючи виклики щодо збереження її автентичності. Подальше дослідження цих процесів є важливим для розуміння динаміки мовного розвитку в умовах глобалізованого світу.

Сучасна українська фразеологія є живою та динамічною системою, яка під впливом глобалізаційних процесів збагачується новими елементами. Запозичення, адаптація та модифікація фразем свідчать про здатність мови відповідати викликам

часу. Проте для збереження мовної автентичності необхідно підтримувати баланс між глобальними впливами й локальними традиціями, що є важливим завданням у контексті подальшого розвитку української мови.

Українські фразеологізми в умовах глобалізації демонструють здатність інтегрувати інші мовні елементи, залишаючись при цьому носієм національної ідентичності. Вони виконують важливу роль у формуванні сучасного мовного простору, сприяючи не лише збереженню мовної спадщини, але й активній участі у глобальних комунікаційних процесах.

Подальші дослідження мають бути зосереджені на аналізі взаємодії фразем з іншомовними елементами, їхньої ролі у формуванні міжкультурного діалогу, а також впливу цифрових середовищ на розвиток мовних тенденцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авксентьев Л.Г. Сучасна українська мова. Фразеологія: Навч. посіб. для філол. ф-тів ун-тів. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Х.: Вища шк., Вид-во при Харк. ун-ті, 1988. – 134 с.
2. Азарова Л. Є. Жаргонна фразеологія в мас-медійному дискурсі. ВНУ, 2020. 3 с.
3. Алексахіна Т. О. Визначення фразеологізму та його властивостей. Нова філологія. 2014. № 65. С. 80-87.
4. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Х. : Вид-во Харків. Ун-ту, 1987. 135 с.
5. Алефіренко М. Ф. Лінгвокреативні процеси формування фразеологічної семантики // Мовознавство. –1988. – № 5. – С. 33-35.
6. Андрейченко О. І. Лексико-фразеологічна основа текстів політичних дискусій (на матеріалі української преси кінця XX - початку XXI століття): дис. канд. філол. наук: 10. 02. 01 / НАН України; Інститут української мови. К., 2006. С. 183-205.
7. Аркушин Г. Л. Словник луцьких жаргонізмів і сленгізмів. Луцьк: Волинський нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. 272 с.
9. Баллі Ш. Загальна лінгвістика; пер. з франц. - К.: Наука, 1955. 416 с.
10. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології. Навч. посібник для студентів факультетів іноземних мов університетів та педагогічних інститутів. Ужгород, 1999. С. 70-75.
12. Белей Л. Л. Українська мова на початку XXI ст.: параметризація соціально-лінгвістичних змін. Київ: Люта справа, 2019. 208 с.
13. Берлінський Ю. Особливості розуміння явищ аргю, сленгу та жаргону у лінгвістиці, 2020. 8 с.
14. Білоноженко В. М., Гнатюк І. С. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів. К.: Наук. думка, 1989. - 156 с.
15. Булаховский Л. А. Курс русского литературного языка / Л. А. Булаховский. 4-е испр. и доп. К. : Рад. шк. , 1953. Т. 2. 437 с.

16. Васильченко В. Етнокультурна семантика архаїчних компонентів фразеологічних одиниць / В'ячеслав Васильченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія «Лінгвістика». – Херсон, 2009. – Вип. 9. – С. 131-140.
17. Венжинович Н. Фразеологічні одиниці з античних джерел (на матеріалі української, російської та англійської мов) // Проблеми зіставної семантики: зб. наук. статей. Вип. 10. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2011. Ч. II. С. 66–71.
18. Венжинович Н. Особливості реалізації національно-культурної специфіки фразеологізмів (на матеріалі української, російської та англійської мов) / Н. Венжинович // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. - 2011. - Вип. 24. - С. 67-72.
19. Венжинович Н. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології: монографія. Ужгород: ФОП Сабов А.М., 2018. – 463 с.
20. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу : [монографія] / І. О. Голубовська. – [2-е вид., випр. і доп.]. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
23. Гасюк О. Сленг у молодіжному середовищі / О. Гасюк // Слово і суспільство. Зб. наук. пр. – 2000. – Ч. 1. – С. 145 – 146.
24. Гребенюк А. В. Фразеологізми з компонентом-фаунонімом у лексичній системі української мови / А. Гребенюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер.: 10. 2010. С. 184-186.
25. Грищенко А. П. Мацько Л. І. Плющ М. Я. Підручник / А. П. Грищенко, Л. І. Мацько, М. Я. Плющ та ін. ; За ред. А. П. Грищенка. 3-тє вид. , допов. К. : Вища шк. , 2002. 439 с.
26. Денисова С.П. Проблема дослідження класифікацій фразеологічних одиниць у лінгвістиці / А. С. Денисова // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер.: Філологічні науки. 2015. С. 13-21.
27. Загнітко А. Сучасний синтаксис і фразеологія: особливості структурних і семантичних зв'язків // Лінгвістичні дослідження : [зб. наук. праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. Сковороди]. – Вип. 27. – Харків, 2009. – С. 177-184.

- Кондратюк Т. Словник сучасного українського сленгу / за ред. Т.Кондратюк. Х. : Фоліо, 2006. 350 с.
28. Кочукова Н.І. Трансформовані словосполучення в мові української преси (на матеріалі української преси кінця XX - початку XXI століття). Київ : Унів. вид-во «Пульсари», 2005. 165 с
29. Кочерган, М. і Мінчак, Г. Динамічні процеси у фразеології української мови 90-х років XX ст. [У:] *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. Frazologia. Red. naukowa W. Mokienko i H. Walter. Opole, 2008, S. 54–58.*
30. Левченко О. П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурний аспект: Монографія / Олена Петрівна Левченко. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2005. 352 с.
31. Левченко, Т. М. Функціонування жаргонних фразеологічних одиниць у засобах масової комунікації. Ужгород. 2019. С. 27-32.
32. Левченко, Т. М. Функціонування жаргонних фразеологічних одиниць у засобах масової комунікації. Ужгород. 2019. С. 27-32.
33. Лонська Л. Народна фразеологія як елемент збереження етнокультури // Філологічний вісник Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини: Збірник наукових праць / Гол. ред. Л. М. Полюга. Умань: ВПЦ «Візаві», 2011. Вип. 1. С. 240-249.
34. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 326 с.
35. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа : словник / Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 114 с.
36. Миколенко Т. Український міський сленг (на матеріалі мовлення тернопільців). 2006. – 23 с.
37. Навальна М. Нові функціональні вияви кримінального жаргону в мові сучасної української періодики . Мовознавчий вісник. 2010. С. 26-31.
38. Назаренко О.В. Українська фразеологія як вираження національного менталітету. Автореф. дис. канд. філол. наук / Дніпропетр. Нац. унт. Дніпропетр., 2001. 18 с.

39. Пашинська Л. М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському масмедійному дискурсі. К. : [б. и.], 2011. 20 с
40. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). Черкаси: Брама, 2004. 276 с.
41. Сербенська О.А. Трансформація фразеологічних одиниць у мові газети. Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. 1978. Вип. 10. С. 72-77.
42. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови/ Л. Г. Скрипник. К. : Наук. Думка, 1973. 280 с.
43. Стахова В. Поняттєво-виражальна сутність «фраземіки» в українському лінгвотермінологічному просторі. Тернопіль : Мандрівець. – 2010. – № 3. – С. 78.
44. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови / Л. О. Ставицька. Київ : Критика, 2005. 462 с.
45. Ставицька Л. Український жаргон : словник / Леся Ставицька. К. : Критика, 2005. 496 с.
46. Стишов О.А. Неофраземи в суспільно-політичному дискурсі сучасних масмедіа //Studia Philologica (Філологічні студії): зб. наук. праць / редколегія: І.Р.Буніятова, Л.І.Белехова, О.Є.Бондарєва [та ін.]. К.: Київ. ун-т ім. Б.Грінченка, 2015. Вип. 4. С. 19-23.
47. Стишов О.А. Розмовні фразеологізми в мові сучасних українських мас-медіа // Незгасимий СЛОВОСВІТ: зб. наук. праць на пошану професора Володимира Семеновича Калашника. Х.: Харківський нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна, 2011. С. 223-234.
48. Стишов О.А. Семантична деривація жаргонізмів у сучасній українській мові //Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. Харківського нац. педуніверситету ім. Г. Сковороди. - Харків: ХДПУ, 2016. Вип. 41. С. 74-84.
49. Стишов О.А. Жаргонні фразеологізми в масмедійному дискурсі ХХІ сторіччя //Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. Харківського нац. педуніверситету ім. Г. Сковороди. - Харків: ХДПУ, 2024. Вип. 49. С. 64-72.

50. Сизонов Д. Мас-медіа як джерело нової фразеології сучасної української літературної мови. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2017. Вип. XXXIV. С. 29-38.
51. Ткаченко Т. В. Засоби стилізації розмовності в прозі Михайла Стельмаха, 2006. 16 с
52. Ужченко В. Д. Народження і життя фразеологізму / В. Д. Ужченко. К. : Рад. шк., 1988. 278 с.
53. Ужченко Д. В. Словник жаргонних фразеологізмів Східної Слобожанщини. Матеріали. Луганськ: СПД Рєзніков В. С. , 2009. 246 с.
54. Ужченко В. Д., Ужченко Д.В. Фразеологія сучасної української мови: [навч. посібник]. Київ: Знання, 2007. 494 с.
55. Швачко С. О. Вербалізація лексико-семантичного модусу фразеологізмів в англomовному художньому дискурсі. Суми, 2020. С. 34-40.
56. Швачко С. О. Вербалізація лексико-семантичного модусу фразеологізмів в англomовному художньому дискурсі. Суми, 2020. С. 34-40.
57. Швачко С. О. Лінгвосоціальні аспекти фразеологічних одиниць. Лінгвокогнітивні аспекти малих текстів : монографія / за ред. О. С. Швачко. Суми : Вид-во СумДУ, 2008. С. 161-176.
58. Щур І. І. Україномовний комп'ютерний сленг : формування і функціонування: дис... кандидата філол. наук : 10. 02. 01 / Щур Ірина Ігорівна. К. , 2006. 245 с.
59. Burger, Harald Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. Berlin: Erich Schmidt, 2007. 240 s.
60. Cowie, Anthony Paul Phraseology: Theory, Analysis, and Applications / Anthony Paul Cowie. Oxford University Press, 2001. 258 p.
61. Howarth, Peter Andrew Phraseology in English academic writing: some implications for language learning and dictionary making / Peter Andrew Howarth. Tübingen: Niemeyer, 1996. 230 p.
62. Howarth, Peter Andrew Phraseology in English academic writing: some implications for language learning and dictionary making / Peter Andrew Howarth. Tübingen: Niemeyer, 1996. 230 p.

63. Partridge E. A Dictionary of Slang and Unconventional English: in.2 vol. London: Hardback Publisher: Routledge, 1963. Vol.1. 974 p.
64. Wentworth The Pocket Dictionary Of American Slang; Wentworth, Harold; Flexner, Stuart Berg/ N.Y.: Pocket Books, 1968. 340 p.
65. Забіяка В.А., Забіяка І.М. Світ фразеологізмів. Етимологія, тлумачення, застосування : [практ. посіб.]. – Київ : Академія, 2015. – 299, [2] с
66. Євтушина Т.О. Лінгвостилістичний потенціал фразеології у творах В. Стефаника : автореф. дис... канд. філол. наук. – К., 2005. – 20 с.
67. Добровольський Д.О. Национальнокультурная специфика во фразеологии // Вопросы языкознания. – 1997. – №6. – С. 37-48; 1998. – №6. – С. 48-57
68. Денисенко С.Н. Мотиваційна база фразеологічної деривації // Мовознавство. – 1993. – №5. – С. 49-55.
70. Демиденко Г. Паралінгвальні фразеологізми в українській етнокulturі : [монографія]. – Кривий Ріг : НПП АСТЕРІКС, 2014. – 176 с
71. Гурбанська С.О. Лінгвокультурологічний аспект вивчення інтертекстуальних фразеологізмів // Філологічні студії. – Вип. 8. – 2012. – С. 31-37
72. Григораши А.М. Стилістичні особливості дієслівної фразеології російської мови у зіставленні з українською // Мовознавство. – 1987. – №2. – С. 18-22.
73. Григоренко Т.В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови : [монографія]. – Умань : Жовтий О.О., 2010. – 215 с.
74. Гребенюк А.В. Фразеологізми української мови з зоосемічним компонентом як виразники аксіологічних характеристик : автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Запоріжжя, 2014. – 20 с.
75. Гнатюк І.С. Явище подвійної актуалізації фразеологізму // Мовознавство. – 1981. – №1. – С. 75-78.
76. Глуховцева І.Я. Динаміка української фразеології кінця ХХ-початку ХХІ століття: тенденції розвитку : [монографія]. – Старобільськ : ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2015. – 180 с.

77. Гарбера І. В. Ареальна фразеологія як засіб вербальної об'єктивації концепту // Українське мовознавство : [міжвідомчий наук. збірник]. – К. : Вид-во «Монограф», 2015. – Вип. 45/1. – С. 81-87.
78. Гарбера 2017: Гарбера І. В. Репрезентація соматичного коду культури концепту «Людина» (на матеріалі фразеології східностепових українських говірок) // Одеський лінгвістичний Фраземіка та фраземографія в сучасній в лінгвопарадигмі 164 вісник : [науково-практичний журнал]. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2017. – №9. – Т. 2. – С. 69-73.
79. Гаращенко О. Фразеологічні одиниці та проблеми їх класифікацій // Наукові записки. Серія: Філологічні науки : [зб. наук. пр.]. – Кіровоград : Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, 2010. – Вип. 89(3). – С. 176-180.
80. Галинська 2013: Галинська О.М. Лінгвокультурна інформація англійських та українських інтертекстуальних фразеологізмів : [монографія]. – Кіровоград : Лисенко В. Ф. [вид.], 2013. – 275 с. :
81. Гаврись В.І. Фразеологізація крилатих виразів сучасної німецької мови // Мовознавство. – 1969. – №4. – С. 14-18.
82. Гавриш 1988: Гавриш М.М. Особливості формальних змін фразеологізмів при контамінаційному фразеотворенні // Мовознавство. – 1988. – №4. – С. 45-50.
- Потенційні можливості фразеологічних одиниць у химерно-художніх текстах // Лінгвістичні студії : [зб. наук. праць]. – Вип. 30. – Київ – Вінниця : ДонНУ, 2015. – С. 83-88.
83. Важеніна О. До проблеми розмежування фразеологічних трансформацій, модифікацій та варіацій // Лінгвістичні студії : [зб. наук. праць]. – Донецьк : ДонДУ, 2000. – Вип. 6. – С. 310-314.
84. Божко Ю.О. Прийменниково-відмінкова модель українських фразеологізмів : дис. канд. філол. наук. – Харків, 2002. – 206 с.
85. Гладченко А. М., Комарова О. С. Неологізація лексики у період російсько-української війни. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І.

- Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Київ; Одеса: Видавничий дім «Гельветика». 2023. Том 34(73), № 1, ч. 1 С. 7–13.
86. Костусяк Н., Навальна М. Російсько-українська війна в об'єктиві мови : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. 340 с.
87. Степаненко М. І. Політика і війна: закономірності та парадокси мовного розвитку (2022– 2023 рр.): монографія. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2024. 804 с.
88. Стишов, О. Лексико-семантична динаміка в сучасній українській мові // Стилїстика модерного часу: [колективна монографія до ювілею Заслуженого діяча науки і техніки України, члена-кореспондента НАН України, доктора філологічних наук, професора Лариси Шевченка]. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 163-191.
89. Тараненко О. О. Українська літературна мова кінця ХХ — першої чверті ХХІ ст.: стан і тенденції розвитку: Монографія: у 2-х частинах. Ч. І. Київ. Український мовно-інформаційний фонд НАН України. 2024. 888 с.
90. Тараненко О. О. Українська літературна мова кінця ХХ — першої чверті ХХІ ст.: стан і тенденції розвитку: Монографія: у 2-х частинах. Ч. ІІ. Київ. Український мовно-інформаційний фонд НАН України. 2024. 813 с.
91. Oleksandr Styshov Neologisms of the military sphere in the modern ukrainian language. Logos. 2022. 113, S. 116-128.
92. Стишов О.А. Основні джерела поповнення фразеологічного складу української мови кінця ХХ – початку ХХІ століть // Мовознавство, – 2015. – №1. – С. 33-46.
93. Стишов О.А. Новозапозичені фраземи-англізми в сучасній українській мові // Лінгвістичні студії молодих дослідників: зб. наук. пр. учасників VI Міжнародних наукових читань "Лінгвістичні студії молодих дослідників" пам'яті професора К.Ф.Шульжука (Рівне, 25 травня 2016 р.). – Рівне: РДГУ. – Вип. 7. – 2016. – С. 72-80.
94. Стишов О.А. Жаргонна фразеологія галузі спорту в мас-медійному дискурсі кінця ХХ – початку ХХІ століття // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка:Філологічні науки. Вип. 43. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2017. – С. 120-124.

95. Дроботенко В.Ю., Стишов О.А. Нові фразеологізми в українській мові кінця XX – початку XXI сторіччя // Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. – Вип. 58. – Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. – С. 183-197.
96. Styshov O. Uncodified colloquial phraseological units in the present-day ukrainian language. *Logos*. 2024 Vol. 120. P. 204-214.
97. Роман Тимошук, Войцех Сосновський, Мацей Яскот, Юрій Ганошенко, Лексикон польської та української активної фразеології, KJV Digital, Варшава 2018, 309 ss.
98. Гуменюк І. І. Модифікації фразеологічних одиниць, семантичні та стилістичні особливості їх уживання. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Вип 2, Том 31. Подільський державний аграрно-технічний університет, 2020. С. 65-72.
99. Шевелюк В. А. Контрастивні особливості вторинної семантики соматизмів у фразеологічних знаках іспанської, української та російської мов. Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Сучасні тенденції розвитку мов. 2007. Серія 9. С. 278-284.
100. Семенюк О.А., Тимофєєва У.В. Фразеологізми з компонентом людина, люди в українській, російській, польській мовах: порівняльний та лінгвокультурний аспекти // Наукові записки. – Випуск 81 (1). – Серія: Філологічні науки: У 4 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В.Винниченка, 2009. – С.127-131.
101. Цигвинцева Ю.О. Неофразеологізми в контексті російсько-української війни. *Культура слова*. 2022. № 96. С. 141–151.
102. Пашинська Л. М. Особливості творення й функціонування неофразем у сучасному українському мас-медійному дискурсі. Л. М. Пашинська. Вісник КНЛУ. 2016. №19. С. 95-101.
103. Скиба Н. Фразеологізми-новотвори в українському публіцистичному тексті. Вісник Львівського ун-ту. Серія філологія. 2004. Вип. 3. С. 308–313.
104. Токарева Т. Фразеологізми як засіб стилістичної виразності. *Наукові записки*. Серія: Філологічні науки, вип.193, 2023. С. 265–272.
105. Яцьків М. Фраземи на позначення мовленнєвої та мисленнєвої діяльності в художніх творах Мирослава Дочинця / Марія Яцьків // Науковий вісник

Ужгородського університету : серія: Філологія; / ред.кол.: Г. Шумицька Н. Венжинович та ін. – Ужгород : ПП Данило С. І., 2020. – Вип. 1 (43) : На честь д. філол. наук, проф. В. М. Мокієнка(до 80-річчя від дня народження). – С. 313–317. – Библиогр. : с. 316–16 (16 назв).

106. Dictionary ... 2003. – Словник фразеологізмів української мови [Dictionary of phraseological units of the Ukrainian language] Київ: Наукова думка.

107. Dictionary ... 2012. – Словник української мови [Dictionary of the Ukrainian language]. Київ: ВЦ "Просвіта";

108. Dictionary... 2010 – 2023. – Словник української мови в 20-ти томах [Dictionary of the Ukrainian language in 20 volumes]. Київ: Кий. Т. I - XIII.

109. Dictionary... 1970-1980. – Словник української мови в 11-ти томах [Dictionary of the Ukrainian language in 11 volumes]. Київ: Наукова думка. Т. I - XI.

110. English-Ukrainian ... 2005. – Англо-український фразеологічний словник [English-Ukrainian phraseological dictionary]. Київ: Знання.

111. Phraseological dictionary ... 1993 – Фразеологічний словник української мови: у 2-х книгах [Phraseological dictionary of the Ukrainian language: in 2 books]. Київ: Наукова думка. Кн. I - II.

112. Styshov O.A. 2015. – Стишов О.А Основні джерела поповнення фразеологічного складу української мови кінця XX – початку XXI століть [The main sources of replenishment of the phraseological composition of the Ukrainian language at the end of the 20th - beginning of the 21st centuries]. Мовознавство. №1: 33-46.

113. Uzhchenko V. D., Uzhchenko D. V. 1998. – Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови [Phraseological dictionary of the Ukrainian language]. Київ: Освіта.

114. Viktor Chabanenko. 2001. – Віктор Чабаненко Фразеологічний словник говірок Нижньої Наддніпрянщини [Phraseological dictionary of sayings of the Lower Dnipro region]. Запоріжжя: Стат і К 0.

ДОДАТОК А

Загальні терміни

Фразеологізм	Визначення
Гібридизація (з англ. <i>hybridization</i>)	з'єднання елементів із різних мов чи культур.
Глобальна мережа (з англ. <i>global nerwork</i>)	інтернет як простір для глобального обміну інформацією.
Глобальне село (з англ. <i>global village</i>)	відображає ідею взаємопов'язаності світу.
Глобалізація (з англ. <i>globalization</i>)	процес інтеграції світових економічних, культурних, технологічних систем, що впливає на мову.
Глокалізація (з англ. <i>glocalisation</i>)	поєднання глобальних тенденцій із локальними особливостями.
Економіка знань (з англ. <i>knowledge economy</i>)	система, де головним ресурсом є інформація і знання.
Запозичення (з англ. <i>borrowing</i>)	включення іншомовних слів чи виразів у національну мову.
Інтернаціоналізація (з англ. <i>internationalization</i>)	розширення культурного, мовного та економічного обміну між країнами.
Інтернет-дискурс (з англ. <i>internet discourse</i>)	комунікація в цифровому середовищі, що відображає мовні зміни.

Інформаційна революція (з англ. <i>information revolution</i>)	швидкий розвиток цифрових технологій.
Культурна конвергенція (з англ. <i>cultural convergence</i>)	злиття елементів різних культур через глобалізацію.
Лінгвокультурологія (з англ. <i>linguoculturology</i>)	наука, що досліджує взаємозв'язок мови і культури.
Масмедійний дискурс (з англ. <i>mass media discourse</i>)	мовлення в контексті засобів масової інформації, включаючи пресу, телебачення та онлайн-медіа.
Медіалект (з англ. <i>medialect</i>)	особливий тип мовлення, характерний для масмедіа.
Медіатизація (з англ. <i>mediatisation</i>)	поширення інформації через глобальні медіа.
Міжкультурний діалог (з англ. <i>intercultural dialogue</i>)	взаємодія культур у рамках глобалізації.
Мовна гібридизація (з англ. <i>language hybridization</i>)	змішування елементів різних мов унаслідок культурних контактів.
Транснаціоналізація (з англ. <i>transnationalization</i>)	процес інтеграції компаній і культур на міжнародному рівні.
Трансформація мови (з англ. <i>language transformation</i>)	зміни у структурі та функціях мови під впливом зовнішніх факторів.
Фразеологізм (з англ. <i>idiom, phraseological unit</i>)	стійке словосполучення з цілісним значенням, яке не виводиться із значень окремих слів.

Цифровізація (з англ. <i>digitalization</i>)	інтеграція цифрових технологій у всі аспекти життя.
Фразеологізми глобалізаційного характеру	
Блакитний океан (з англ. <i>blue ocean</i>)	створення нових ринків без конкуренції (бізнес).
Бути в тренді (з англ. <i>to be on trend</i>)	відповідати сучасним тенденціям, популярності.
Бути на одній хвилі (з англ. <i>being on the same page</i>)	досягати порозуміння, діяти синхронно.
Бути у фокусі (з англ. <i>staying in focus</i>)	перебувати в центрі уваги або подій.
Вийти в топ (з англ. <i>get to the top</i>)	досягти популярності, особливо в соціальних мережах.
Вийти з онлайн (з англ. <i>to log off</i>)	завершити активність у цифровому просторі.
Гра в довгу (з англ. <i>playing the long game</i>)	стратегічний підхід, орієнтований на тривалий результат.
Дружити з алгоритмом (з англ. <i>to game the algorithm</i>)	використовувати алгоритми соцмереж для досягнення успіху (гумористичне).
Йти в топ (з англ. <i>to go viral, to trend</i>)	досягати популярності, входити до списку найкращих (з інтернет-середовища).
Запускати тренд (з англ. <i>start a trend</i>)	ініціювати щось нове, що стає популярним.

Зламати інтернет (з англ. <i>hack the internet</i>)	зробити щось, що викликає значний резонанс онлайн.
Зламати систему (з англ. <i>to break the system</i>)	діяти всупереч встановленим правилам.
Злетіти в тренди (з англ. <i>to shoot up in trends</i>)	раптово стати популярним.
Зробити андейт (з англ. <i>to make an update</i>)	оновити інформацію чи стан.
Підключитися до мережі (з англ. <i>to plug into the network</i>)	стати частиною спільноти чи отримати доступ.
Піднятися на хайпі (з англ. <i>ride the hype</i>)	стати популярним завдяки трендовій темі.
Скласти пазл (з англ. <i>putting the puzzle together</i>)	об'єднувати різні елементи для досягнення цілісності.
Хайпнути (з англ. <i>to hype</i>)	активно обговорювати щось популярне, створювати ажіотаж.
Терміни, пов'язані з цифровими технологіями	
Алгоритмізація (з англ. <i>algorithmization</i>)	використання алгоритмів для автоматизації процесів.
Білий хакер (з англ. <i>white hacker</i>)	спеціаліст із кібербезпеки.
Блокчейн (з англ. <i>blockchain</i>)	технологія децентралізованого зберігання даних.
Ботнет (з англ. <i>botnet</i>)	мережа заражених комп'ютерів, яку контролюють хакери.

Віртуальна реальність (з англ. <i>virtual reality, VR</i>)	симуляція реального світу або вигаданого середовища за допомогою цифрових технологій.
Вірусний контент (з англ. <i>viral content</i>)	інформація, що швидко розповсюджується онлайн.
Діджиталізація (з англ. <i>digitalization</i>)	процес переведення інформації у цифрову форму.
Кібератака (з англ. <i>cyberattack</i>)	зловмисний вплив на комп'ютерні системи.
Кібербезпека (з англ. <i>cybersecurity</i>)	захист інформації в цифровому просторі.
Кіберпростір (з англ. <i>cyberspace</i>)	інформаційне середовище, що виникає через взаємодію комп'ютерних систем.
Мем (з англ. <i>meme</i>)	культурний феномен, виражений через короткі повідомлення, картинки чи відео, часто іронічний.
Метавсесвіт (з англ. <i>metaverse</i>)	віртуальний простір, що об'єднує різні цифрові середовища.
Онлайн-платформа (з англ. <i>online platform</i>)	цифровий простір для взаємодії користувачів.
Смарт-пристрій (з англ. <i>smart device</i>)	гаджет із розширеними функціями, наприклад, смартфон чи смарт-годинник.
Хештег (з англ. <i>hashtag</i>)	ключове слово чи фраза, позначена символом “#”, що полегшує пошук у цифровому просторі.

Хмарне зберігання (з англ. <i>cloud storage</i>)	сервіс для зберігання даних у мережі.
Хмарні обчислення (з англ. <i>cloud computing</i>)	зберігання та обробка даних у “хмарі”.
Штучний інтелект (з англ. <i>artificial intelligence, AI</i>)	технологія, що дозволяє машинам імітувати людський інтелект.
Мовні інновації та запозичення	
Апгрейд (з англ. <i>upgrade</i>)	оновлення, покращення чогось.
Брендити (з англ. <i>brandit</i>)	просувати бренд або створювати його імідж.
Відфоловити (з англ. <i>capture</i>)	припинити стежити за кимось у соціальних мережах.
Дедлайн (з англ. <i>deadline</i>)	кінцевий термін виконання завдання.
Клікбейт (з англ. <i>clickbait</i>)	заголовок або контент, створений для залучення уваги, часто вводять в оману.
Колаб (з англ. <i>colab</i>)	співпраця між брендами чи творцями.
Краш (з англ. <i>crash</i>)	сильне захоплення кимось або чимось.
Лайкнути (з англ. <i>like</i>)	поставити вподобайку в соціальних мережах.
Лончити продукт (з англ. <i>to launch a product</i>)	запускати новий товар чи сервіс.
Мислити поза коробкою (з англ. <i>think outside the box</i>)	діяти нестандартно.
Офлайн (з англ. <i>offline</i>)	бути відключеним від мережі або працювати поза інтернетом.

Перезавантаження (з англ. <i>reset</i>)	оновлення, початок заново.
Підписник (з англ. <i>follower</i>)	користувач соцмереж, який стежить за контентом іншої особи.
Прокачати навички (з англ. <i>to level up skills</i>)	вдосконалити свої вміння.
Репостити (з англ. <i>repost</i>)	поширювати контент у соціальних мережах.
Фейк-ньюз (з англ. <i>fake news</i>)	неправдиві новини, що швидко поширюються в медіа.
Фоловити (з англ. <i>catch</i>)	підписатися на сторінку або користувача.
Хайпувати (з англ. <i>hype</i>)	створювати галас навколо події або теми.
Чекати апруву (з англ. <i>to wait for approval</i>)	очікувати підтвердження чи дозволу.
Шарити (з англ. <i>sharing</i>)	ділитися інформацією, файлами тощо.