ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО
Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра української мови

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНОМУ ТЕКСТІ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ»

Здобувача СВО магістра 2 МУАЗ
галузі знань *01 Освіта/Педагогіка*
спеціальності *014 Середня освіта*
предметної спеціальності *014.01 Середня освіта (Українська мова і література*)
Освітня програма: *Середня освіта. Українська мова і література, англійська*
КУРНОСОВОЇ ЄВГЕНІЇ ОЛЕГІВНИ

Науковий керівник: Богатько В.В.
доцент, кандидат філологічних наук

Розширена шкала_____
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП 4

РОЗДІЛ 1. ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В МОВІ ЗМІ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ 8–43

1.1 Лінгвістичний статус фразеологічних одиниць: проблема дефініції та місце серед інших сталих виразів 8

1.2 Експресивний потенціал фразеологічних одиниць у мові мас-медіа 19

1.3 Фразеологізми в заголовках як маркер експресивності медіатексту 19

1.4 Явище ТФО на шпальтах газет: історія досліджень і типологія 25

1.5 Висновки до розділу I 43

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МОВІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПЕРІОДИК 44–78

2.1 Трансформація фразеологічних одиниць у медіатекстах: стилістичні функції та комунікативна роль 44

2.1.1 Розширення компонентного складу ФО 46

2.1.2 Редукція компонентного складу ФО (фразеологічний еліпсис) 50

2.1.3 Заміна компонентів фразеологізму 51

2.1.4 Фразеологічна алюзія 54

2.1.5 Обігрування, перефразування загальновідомих виразів 56

2.1.6 Комбіновані типи структурно-семантичних ТФО 58

2.1.7 Поєднання двох і більше ФО 60

2.2 ТФО в заголовках сучасних мас-медійних текстів 62

2.3 Висновки до розділу II 78

РОЗДІЛ 3. ФРАЗЕОЛОГІЯ В МЕДІА: МЕТОДОЛОГІЧНІ ОРІЄНТИРИ 79–95

3.1 Методичні засади вивчення фразеологізмів у шкільному курсі української мови 79

3.2 Формування емоційно-експресивної компетентності здобувачів загальної середньої освіти під час роботи з газетними текстами 82

3.3 Урок-дослідження на тему «Емоційно-експресивний потенціал фразеологізмів у газетних текстах» 85

3.4 Використання інноваційних технологій під час вивчення фразеологізмів 89
3.5 Висновки до розділу ІІІ 95

ВИСНОВКИ 97
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 99
ДОДАТКИ 109

ВСТУП

Фразеологічний фонд української мови – це яскравий та багатогранний пласт, який зберігає як національно-культурні цінності, так й етапи формування мови. Дослідження фразеологічних явищ у мові ЗМІ відкриває нові горизонти для з'ясування комунікативно-прагматичного потенціалу фразеологічних одиниць, адже відображає сучасні тенденції мовленнєвих процесів, які ще не знайшли відображення у словниках, але аналіз яких має важливе значення для лінгвістичних напрацювань.

Вивчення фразеології мас-медійних текстів привертало увагу багатьох науковців, як наприклад, Н. Бойченко [14], С. Гурбанської [21], Д. Данильчука [23], О. Коваль [41], М. Ковальчука [42], С. Коновець [47], І. Сковронської [81], М. Шевчука [93] та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень з цього напряму, поки що відсутні роботи щодо комплексного їх розв'язання, залишається багато малодосліджених аспектів, які вимагають ґрунтовнішого опрацювання, тому тема нашої наукової розвідки є **актуальною**.

Об'єктом дослідження є фразеологічний фонд української мови в мас-медійних текстах.

Предмет дослідження – фразеологічні одиниці на шпальтах сучасної всеукраїнської газетної періодики за 2023 – 2025 роки.

Метою роботи є з'ясування особливостей функціонування фразеологічних одиниць у сучасному українському публіцистичному дискурсі.

Для досягнення мети розв'язано такі ***завдання***:

1) узагальнено й систематизовано теоретичне підґрунтя фразеологічних явищ у мовознавчій науці;

2) виокремлено ФО у мас-медійних текстах;

3) покласифіковано та описано ТФО на основі зібраного мовного матеріалу та теоретичних напрацювань з цієї проблематики;

4) схематично відображено частотність уживання ТФО у вигляді діаграм;

5) визначено тенденції вживання лексико-семантичних груп ФО.

Розв'язання поставлених завдань досягається за допомогою *загальнонаукових* (статистичного, аналітичного, методу порівняння та теоретичного узагальнення, структурального методу) та *специфічних* (спостереження над мовним матеріалом, методу лінгвістичного аналізу, семантико-смислового, структурного, стилістичного аналізу, зіставлення, компонентного аналізу, класифікації та інтерпретації виділених одиниць) **методів**.

Джерелами нашого **дослідження** стали газетні тексти сучасних всеукраїнських періодичних видань «Україна молода», «Молодь України», «Дзеркало тижня», «День», «Голос України».

Наукова новизна одержаних результатів полягає у виокремленні найпоширеніших компонентів у складі ФО та інтерпретації отриманих результатів, що забезпечить створення об'єктивного уявлення про стан розвитку фразеологічного фонду на сучасному етапі розвитку мови та відобразить тенденції у використанні сталих мовних конструкцій безпосередньо в сучасному газетному дискурсі. Усебічне дослідження фразеологічних одиниць забезпечує створення комплексного уявлення про причинно-наслідкові процеси використання мовних одиниць у комунікативному акті на прикладі функціонування сталих мовленнєвих структур.

Теоретичне значення проведеного дослідження полягає в удосконаленні принципів систематизації та класифікації фразеологічних одиниць на матеріалі мови сучасних періодичних видань. Запропонований підхід сприяє поглибленню уявлень про структурно-семантичну організацію фразеологізмів у межах сучасного українського медіадискурсу, зокрема в аспекті їхніх прагматичних функцій, стилістичної варіативності та контекстуального переосмислення.

Аналіз фразеологічного матеріалу, значна частина якого ще не зафіксована в академічних лексикографічних джерелах, дозволяє виявити нові тенденції в розвитку фразеологічної підсистеми української мови, зокрема процеси актуалізації, інновації, трансформації та інтерсемічної взаємдії одиниць.

Результати дослідження розширюють теоретичну базу фразеології, поглиблюють розуміння динаміки мовної норми та сприяють формуванню сучасної концепції фразеологічної кодифікації.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в науковій обґрунтованості теоретичних положень, що становлять її зміст. Результати проведеного дослідження можуть бути інтегровані в освітній процес, зокрема під час проведення практичних занять зі стилістики української мови та прагмастилістики мас-медійного дискурсу.

Запропоновані в кваліфікаційній роботі наукові ідеї мають потенціал для подальших наукових розвідок, що сприятиме підвищенню рівня достовірності та ефективності лінгвістичної інформації щодо сучасного стану розвитку фразеологічної системи української мови з особливим акцентом на емоційно-експресивний потенціал фразеологічних одиниць у мові засобів масової інформації.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані на:

✓ VI Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «ФІЛОЛОГІЧНІ ГОРИЗОНТИ: науковий, лінгводидактичний, філософський, соціальний, національно-патріотичний вектори» (17-18.10.2024, м. Вінниця).

✓ IX Всеукраїнська наукова онлайн-конференція з міжнародною участю «ЛІТЕРАТУРНІ КОНТЕКСТИ XX СТОЛІТТЯ АРКАДІЙ ЛЮБЧЕНКО : ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЕСТЕТИКА Й ПОЕТИКА ТВОРЧОСТІ» (24 жовтня, 2024 р., м. Вінниця).

Тема доповіді: «Методика вивчення фразеологізмів у «Щоденнику» Аркадія Любченка»

✓ II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ФІЛОЛОГІЧНИХ, ЛІНГВОДИДАКТИЧНИХ І СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ», (28-29 листопада 2024).

Тема доповіді: «*Комунікативно-прагматичні особливості та експресивний потенціал фразеологізмів у мові сучасних ЗМІ*»

✓ The 8th International scientific and practical conference «Scientific research: modern challenges and future prospects» (March 17-19, 2025) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2025.

✓ II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ: МЕДІА, МОВА, КОМУНІКАЦІЯ». 03.04.2025, м. Київ.

Тема доповіді: «*Засоби експресивности фразеологічних одиниць у масмедійному дискурсі*».

Публікації. Окремі положення кваліфікаційного дослідження зреалізовано в 2-ох статтях:

1. Курносова Є. О. Трансформовані фразеологічні одиниці в заголовках сучасних мас-медіа. *The 8th International scientific and practical conference «Scientific research: modern challenges and future prospects»* (March 17-19, 2025) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2025. P. 373-379.

2. Курносова Є.О. Інтерактивне навчання фразеології: нові підходи для Нової української школи. *Методичний пошук учителя-словесника:* зб. наук.-метод. статей студентів і магістрів / гол. ред. Пойда О.А., Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2025. Випуск 13. С. 36–44.

Структура й обсяг дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури (93 позиції) та додатків.

Загальний обсяг роботи становить 117 с.; основного тексту – 99 сторінок.

РОЗДІЛ 1.
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В МОВІ ЗМІ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Лінгвістичний статус фразеологічних одиниць: проблема дефініції та місце серед інших сталих виразів

Фразеологічний простір мови є не просто її лексичним доповненням, а фундаментальним свідченням її глибинного багатства, показником історичного розвитку та потужності мовної системи. Це універсальний, але водночас глибоко національний феномен, який виступає як унікальний код, що відображає світоглядні орієнтири, цінності установки та національно-культурні особливості народу – носія.

Фразеологія будь-якого народу, як зазначає Т. В. Жук, відображає як національну специфіку, так й індивідуальний спосіб мислення особистості, який накладає відбиток на асоціативні процеси та ментальні образи у свідомості людини і є своєрідним виміром культури [26, с. 73].

Тлумачення фразеологізму як мовного явища різняться. Так, автори радянських часів сприймали фразеологізм як стійку, постійну за своїм компонентним складом, відтворювану одиницю мови, що має єдине цілісне значення [82, с. 124].

Сучасні автори Н. Г. Шкуратяна та С. В. Шевчук «фразеологізмом» називають лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка має цілісне значення та відтворюється у мовленні автоматично, за традицією [94, с. 165].

Дослідник Я. А. Баран визначає фразеологізм як віртуальний знак мови, оформлений у вигляді словосполучення або речення, з повним або частковим переосмисленням компонентів, призначенням якого є вираження номінативно-експресивної функції [4, с. 77]. У нашому дослідженні вихідними вважаємо такі положення: фраземи не є перманентними за складом, можуть

видозмінюватися; деякі фразеологізми є полісемічними, що спростовує думку про «єдине» значення; на сучасному етапі фразеологія є явищем, яке врівноважують два процеси: відносна усталеність компонентів фразеологізму та трансформації, що зумовлюють структурно-семантичні відозміни стійких словосполучень.

О. Пономарів розрізняє трансформацію як видозміну фразеологічних одиниць, виокремлюючи такі її способи: повна видозміна семантики; часткова видозміна семантики; контамінація; додавання авторського коментаря як другої частини вислову; синонімічна заміна компонентів; антонімічна заміна компонентів; поширення фразеологізму за допомогою нових компонентів [66, с. 128–130].

Концептуальною для нашого дослідження вважаємо позицію В. Ужченка, який поділяє трансформації фразеологізмів на такі групи: 1) прийоми, пов'язані зі зміною форми компонентів або компонентного складу фразеологічної одиниці; 2) прийоми, пов'язані з контекстним обіграванням фразеологічної одиниці чи її окремих компонентів; 3) прийоми, пов'язані з використанням загального образу фразеологічної одиниці [86, с.291]

Дефініція поняття «фразеологія» має декілька значень. Звернемось до найуніверсальніших із них, а саме до тлумачення цього терміну в грунтовній лінгвістичній праці – енциклопедії «Українська мова». У ній подано такі визначення терміну «фразеологія» (від грецького «phrases» – спосіб висловлення, стиль, зворот і «logos» – слово, учення): 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови у її сучасному функціонуванні і з погляду історичного розвитку; 2) сукупність характерних засобів вираження думки, притаманних певній соціальній групі, окремому авторові, літературно-публіцистичному напрямові, діалекту чи групі говорів; 3) сукупність фразеологізмів тієї чи іншої мови [87, с. 775].

Найґрунтовніші теоретичні засади вивчення фразеологічного фонду мови пов'язані з науковою діяльністю таких видатних мовознавців, як В. Білоноженка [9], І. Гнатюк [9], Л. Булаховського [16] Ф. Медведєва [55],

Л. Скрипник [82], В. Ужченка [86], О. Юрченка [96] та ін. Дослідження фразеології не втрачає своєї актуальності й сьогодні, тому низка авторів займаються вивченням цього аспекту української мови й на сучасному етапі розвитку мовознавства в різних площинах.

У лінгвістичному дискурсі обсяг фразеологічних явищ та їхня номінація, а саме питання термінології на позначення фразеологічних одиниць (ФО), їхній обсяг та взаємозв'язки, залишається неоднозначним. Так, одні лінгвісти вживають терміни *фразеологічна одиниця, фразеологізм, фразема, ідіома, фразеологічний зворот, стійке словосполучення, неподільне словосполучення, лексикалізоване словосполучення, автоматизована фраза* для позначення одного й того ж поняття.

Найчастіше поняття «фразеологічна одиниця» та «фразеологізм» ототожнюються. На думку П. Дудика, ці поняття є найзагальнішими, в один ряд із ними науковець ставить термін «фразема». До них учений відносить також неметафоричні крилаті формули, логічно вагомі взірці, переважно вислови видатних осіб – такі сталі словосполучення, у значенні яких є переосмислення [25, с.152].

Одним із аспектів, який є дискусійним та потребує чіткого розмежування, є формування диференційних ознак та критеріїв розмежування фразеологічних одиниць від нефразеологічних. У цьому питанні думки лінгвістів поділились на дві позиції: одні прагнуть охопити всі типи стійких словосполук, інші вважають за доцільне виокремити лише специфічні звороти з урахуванням їхніх диференційних семантико-синтаксичних ознак. Вирішити це питання без установлення меж фразеологічної системи, з'ясування їх якісних ознак та критеріїв виділення неможливо, тому почнемо з дефініцій окреслених питань та з'ясуванні їх спільних та принципово відмінних рис.

Л. Устенко зазначає, що фразеологізмом, або фразеологічною одиницею, називається стійке поєднання слів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення. Фразеологізми характеризуться

семантичною єдністю компонентів, цілісністю значення й автоматичним відтворенням у мовленні [88, с. 40].

О. Пономарів, називаючи фразеологічною одиницею стійке сполучення слів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення наголошує на граматичній будові сполуки [66, с. 78].

Розподіл за ступенем граматично-змістової єдності елементів здійснив П. Дудик, який виділив п’ять типів фразеологізмів: ідіоми, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення, фразеологізовані словосполучення [25].

Варто зазначити, що фразеологічні одиниці зберігають не лише мовні релікти – ті форми побутування мови, які вже не трапляються у мовленнєвих процесах сучасної мови, або ж побутують в обмеженому середовищі та не відповідають загальній мовній нормі (наприклад, діалектні форми), але й фіксують елементи традицій, обрядів, уміщують архаїчні уявленння про світ, дослідження яких допомагає створити повніше враження про мовну картину світу українського народу.

До інших рис, властивих для фразеологізмів, відносимо семантичну єдність компонентів, тобто нерозкладність значення фразеологічного виразу на значення окремих слів, що його утворюють. У межах такого словосполучення лексичні одиниці втрачають свою самостійну семантику й набувають нового, цілісного значення, яке не можна вивести шляхом простого додавання значень кожного компонента. Наприклад, у фразеологізмі *бити байдики* значення не пов’язане безпосередньо з дією «бити» чи предметом «байдики», а означає «нічого не робити», «ледарювати». Така єдність є наслідком тривалого функціонування виразу в мові, його закріплення в мовній свідомості носіїв як єдиної семантичної одиниці.

Семантична єдність тісно пов’язана з іншими ознаками фразеологізмів, зокрема *стійкістю* (повторюваністю у мовленні в незмінному або мало змінному вигляді) та *відтворюваністю* (готовністю до використання як цілісної одиниці). Наприклад, у науковому стилі фразеологізми майже не вживаються, однак, у публіцистичному чи художньому стилі вони активно

функціонують: *поставити крапку, взяти гору, звести нанівець* – ці вирази не аналізують як суму значень окремих слів, а сприймають як єдине поняття.

У розмовному стилі фразеологізми функціонують як природний засіб емоційного вираження думок: «дати драла», «накивати п’ятами», «тягнути кота за хвоста» – ці образні звороти не лише передають зміст, а й створюють яскраву експресивну палітру висловлювання. Вони не підлягають буквальному тлумаченню, адже є носіями культурного коду мовної спільноти.

В офіційно-діловому стилі фразеологізми трапляються рідше, але можуть бути доречними у формулюваннях типу *взяти до уваги, згідно з чинним законодавством*, що також мають ознаки семантичної єдності, хоча й менш образні.

У публіцистичному стилі, навпаки, фразеологізми набувають функції впливу на читача. Вони стають інструментом емоційного забарвлення тексту, засобом привернення уваги, створення експресивного ефекту, що особливо помітно в заголовках та підзаголовках газетних матеріалів.

Аналіз матеріалів регіонального видання «Вінничинна» за 2023-2025 роки засвідчує активне використання фразеологізмів у публіцистичному дискурсі. Зокрема, у заголовках та основному тексті статей фразеологічні одиниці виконують низку функцій: *експресивну, номінативну, оцінну та стилістично-маркувальну.*

Наприклад, у заголовку «Накивали п’ятами з поля бою» («Вінниччина», 12.03.2024) фразеологізм *накивати п’ятами* використано для створення динамічного образу втечі, що підсилює драматизм події. У статті «Тягнуть кота за хвоста – а час не чекає» («Вінниччина», 21.09.2023) фразеологізм виконує функцію критичної оцінки зволікання з прийняттям рішень у місцевому самоврядуванні.

Також спостерігається тенденція до трансформації фразеологізмів. У матеріалі «Замість обіцяної манни – пшик» («Вінниччина», 07.07.2025) трансформовано біблійний фразеологізм *манна небесна*, що вжито з іронічним

відтінком для критики невиконаних обіцянок чиновників. Така трансформація посилює експресивність вислову, водночас зберігаючи його впізнаваність.

Ці приклади демонструють, як семантична єдність забезпечує образність, емоційність і стислість висловлювання, що особливо важливо для журналістського стилю. Фразеологізми не лише передають зміст, а й формують тон, оцінку та ритм тексту.

Іншими важливими фразеологічними ознаками є образність, емоційне та стилістичне забарвлення. Естетичний зміст та виняткова смислова вагомість фразеологізму узгоджуються з його граматичною відшліфованістю, словесною економністю тощо.

Науковці визначають фразеологічні одиниці якісно новими утвореннями, які трактуються на трьох рівнях мовної системи: *морфологічному* – як полілексичні утворення, *синтаксичному* – більшою чи меншою мірою стійкими сполученнями, *семантичному* – тією чи іншою мірою образними одиницями, які мають лише їм притаманні категоріальні ознаки [63, с. 2].

У статті Т. Семашко «Фразеологізми як знаки вторинної мовної номінації» [74] узагальнено основні критерії ідентифікації фразеологічних одиниць, які послідовно виокремлюються у працях провідних мовознавців. Зокрема, Г. Удовиченко акцентує на семантичній цілісності фразеологізму як ключовій ознаці його структурної єдності; М. Аліференко, Ф. Медведєв і Л. Скрипник наголошують на відтворюваності як показникові стабільності функціонування фразологізмів у мовленні; Л. Юрчук визначає стійкість як обов’язкову рису фразеологічної одиниці; В. Мокієнко та В. Ужченко виокремлюють експресивність як важливий компонент образності; М. Демський пропонує критерій наявності щонайменше двох повнозначних слів, хоча ця ознака не є загальновизнаною серед мовознавців. Л. Булаховський звертає увагу на дослівну неперекладність фразеологізмів іншими мовами, що засвідчує їхню культурну специфіку та автентичність, зумовлену національною мовною картиною світу [74, с. 314–315] .

Фразеологічні одиниці відзначаються низкою ознак, що дозволяють вважати їх самостійними одиницями мови, відмінними від інших лінгвістичних одиниць – від слова, звичайного словосполучення, речення, хоч вони і мають з останніми немало спільного [45, с. 130].

Цю ж думку поділяє Т. Кедич і характеризує ФО за допомогою співставлення зі словами та синтаксичними одиницями. Дослідник наголошує, що фразеологізми, як правило, є виразнішими з емоційно-експресивного погляду, а їхнє значення супроводжується різними образними характеристиками. Від синтаксичних одиниць, зокрема вільних словосполучень, фраземи відрізняються тим, що вони відтворюються як цілісні структури, є відносно стійкими, а не будуються щоразу за певними синтаксичними моделями. Таким чином, автор під фразеологізмом розуміє окрему самостійну одиницю мови, що характеризується фразеологічним значенням, компонентним складом, граматичними категоріями, відтворюваністю [39, с. 146].

Після аналізу дефініції терміну «фразеологічна одиниця» доцільно перейти до розгляду обсягу фразеологічних явищ, які сучасна лінгвістика охоплює в межах фразеологічного дослідження. Варто наголосити, що в науковому дискурсі відсутній усталений консенсус щодо чітких меж і складу фразеологічного фонду, що зумовлює варіативність підходів до класифікації та інтерпретації фразеологізмів. У зв’язку з цим у межах нашого дослідження буде здійснено аналіз ілюстративного матеріалу, який репрезентує погляди провідних українських мовознавців О. Пономаріва, Ф. Медведєва та інших на складові фразеологічного фонду. Їхні концептуальні позиції дозволяють окреслити спектр одиниць, що їх розглядають як фразеологічні, та виявити критерії, за якими ті чи інші мовні утворення набувають статусу об’єкта фразеологічного аналізу.

М. Журавель до ФО відносить усталені звороти, приказки, прислів’я та крилаті слова, наголошуючи на їхніх основних ознаках: 1) стала (стійка, фіксована) конструкція чи речення, що є фразеологізмом: тримай язик за

зубами (мовчати, зберігати таємницю); 2) слова, які є компонентами фразеологічної одиниці, реалізують одне спільне значення: по самі вуха (дуже); 3) фразеологічні одиниці не створюються в процесі мовлення, готові мовні одиниці відтворюються при потребі під час спілкування [27, с. 170].

Апелюючи до визначень Ф. Медвєдєва, фразеологічні одиниці – стійкі відтворювальні сполуки слів, які характеризуються специфічними, своєрідними структурними ознаками, якими вони відрізняються від звичайних вільних синтаксичних конструкцій, а також від лексичних одиниць, які досліджує лексикологія.

Характерні риси будь-якого фразеологізму – чітко окреслена граматична єдність, сталість словникового складу, відтворюваність постійно готової одиниці мовлення, узагальнене стале значення вислову. Солідаризуємось із думкою мовознавця, що фразеологічні одиниці є різнорідними, не однаковими за функціональними, генетичними та структурно-граматичними ознаками, вони, як і слова, належать до різних типів, класів. Кожен із них має свій шлях становлення й розвитку. Окреслені ознаки стосуються й до крилатих висловів, і приказок, і прислів'їв, ідіоматичних сполук тощо.

Різні стійкі вирази, мовні штампи та народно-розмовні кліше становлять окремий пласт фразеологічного багатства української мови, який має свої функціональні, стилістичні та комунікативні особливості. До цієї групи насамперед належать традиційні формули вітань (З добрим ранком! Зі святом), побажань (Щасливої дороги! Хай щастить!), запрошень (Прошу до столу! Завітайте на гостини!), а також дотепні каламбури, що базуються на звуковій або семантичній грі (Кому весілля, а курці смерть. На Миколи та ніколи).

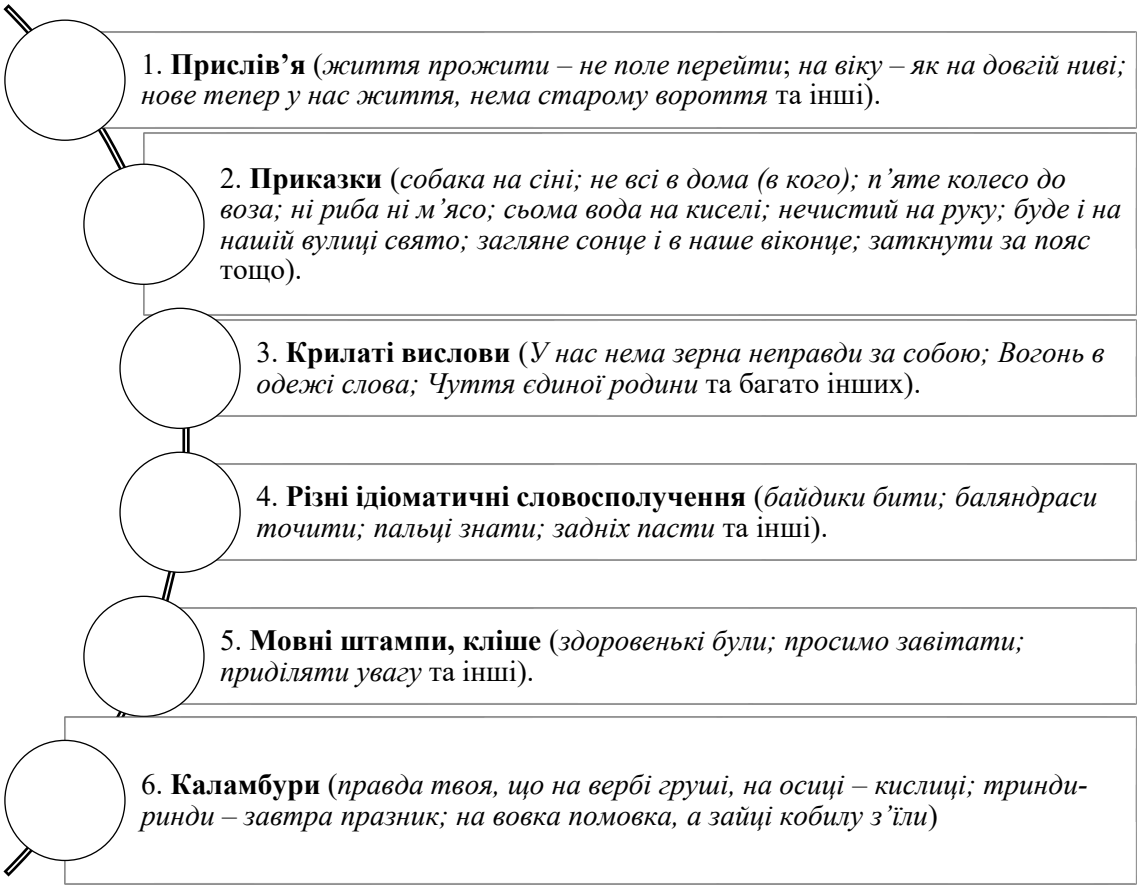
Ці мовні одиниці, хоча й не завжди класифікують як фразеологізми у вузькому лінгвістичному розумінні, мають ознаки сталості, повторюваності, образності та культурної маркованості. Вони активно функціонують у побутовому мовленні, художньому тексті, публіцистиці, а також у медійному просторі, виконуючи роль засобів етикетного спілкування, емоційного впливу, гумористичного забарвлення або стилістичного оформлення висловлювань.

На особливу увагу заслуговують народно-розмовні кліше, які часто мають ритмічну структуру, інтонаційну завершеність і легко впізнаються носіями мови. Їхнє використання сприяє створенню невимушеної, довірливої атмосфери спілкування, а також формує національний мовний колорит.

У публіцистичному стилі такі вирази можуть набувати додаткових функцій: сатиричної, іронічної, афористичної, – особливо в заголовках, слоганах, рекламних текстах.

Таким чином, стійкі мовні формули, штампи та народні кліше є не лише засобом мовної економії, а й важливим інструментом стилістичного моделювання тексту, що дозволяє автору апелювати до колективної мовної пам’яті, створювати емоційний ефект і забезпечувати комунікативну ефективність висловлювання.

Наведемо класифікацію структурних типів фразеологічних одиниць Ф. Медведєва та проілюструємо кожну з виокремлених груп за допомогою прикладів [55, с. 7]:



Повну й детальну характеристику об'єктів фразеології наводить О. Пономарів у підручнику «Сучасна українська мова» [66], де вміщено відомості про фразеологічні одиниці (фразеологізми), ідіоми, порівняння, прислів'я, приказки, крилаті вислови, афоризми, каламбури, професійні вислови, народнопоетичні включення, вислови термінологічного характеру та фразеологічні вислови.

Фразеологізмами називають стійкі словосполучення, що функціонують як цілісні одиниці мовлення. За О. Пономарівим, фразеологічна одиниця – це граматично організоване словосполучення або речення, яке характеризується семантичною злитістю компонентів і автоматичним відтворенням у мовленні. [66, с. 33]. Типовими прикладами є: *збитки з пантелику, біла ворона, прокрустове ложе, буде й на нашій вулиці свято.*

Л. Булаховський розрізняє фразеологічні одиниці за ступенем семантичної цілісності: фразеологічні зрощення (ідіоми), фразеологічні єдності та фразеологічні сполуки. Ідіоми, як – от зарубати на носі, собаку з'їв, мають цілком переосмислене значення і не перекладаються дослівно [16].

Д. Баранник пропонує функціональну класифікацію, виділяючи фразеологізми за їхнім стилістичним навантаженням: емоційно-експресивні, нейтральні, термінологічні, образні, іронічні тощо [5].

В. Білоноженко у «Словнику фразеологізмів української мови» подає понад 10000 одиниць, класифікуючи їх за джерелами походження: народні, літературні, професійні, термінологічні, афористичні, каламбурні, крилаті вислови [9].

О. Пономарів також розглядає порівняння як фразеологічні одиниці, що відображають побутові реалії: *чистий, як сльоза, їсть, як іржа залізо, мов у воду опущений* [66, с. 34]. Він розмежовує прислів'я (з повчальним змістом) і приказки (образні, але без моралізаторського висновку), а також виділяє афоризми, народнопоетичні включення, термінологічні фразеологічні

одиниці (*питома вага, кінська сила, тримати руку на пульсі*) та фразеологічні вислови комунікативного й номінатичного типу [66, с. 35].

Отже, терміни *фразеологічна одиниця, фразеологізм, фразема, фразеологічний зворот* вирізняються найвищим ступенем узагальненості та нейтральності, тому їх у своєму дослідженні ми використовуватимемо як синоніми, маючи на увазі «лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, які, маючи цілісне значення, відтворюються у мові за традицією, автоматично» [46, с. 130].

Більшість фразеологічних одиниць характеризується образністю, що зумовлює їхню функцію як експресивного засобу, здатного виконувати декоративну роль у тексті та формувати соціально-оцінні характеристики висловлювання [65, с. 134]. Внутрішня семантична варіативність, неоднозначність інтерпретацій, складність класифікаційних підходів і дефінітивна дискусійність свідчать про те, що фразеологія української мови є не лише важливою складовою її лексичного багатства, а й репрезентує самобутній феномен мовної системи, що відображає культурну специфіку національного мовлення.

Таким чином, фразеологічні одиниці з образним змістом відіграють важливу роль у формуванні експресивного потенціалу тексту, виконуючи функції стилістичної прикраси та засобу соціальної оцінки. Їхня семантична багатозначність, варіативність інтерпретацій, складність класифікації та дефінітивна дискусійність підтверджують, що фразеологія української мови є не лише складовою її лексичного багатства, а й самобутнім феноменом, що репрезентує специфіку національного мовлення та культурної свідомості.

1.2 Експресивний потенціал фразеологічних одиниць у мові мас-медіа

Одним із провідних напрямів сучасної лінгвістики є дослідження процесів актуалізації та трансформації мовних засобів у сфері масової комунікації, зокрема в періодичній пресі, яка функціонує як потужний інструмент поширення інформації та формування суспільної свідомості.

Мовні особливості сучасної української преси репрезентують глибокі соціальні трансформації, що відбулися та продовжують відбуватися в українському суспільстві, насамперед у політичному вимірі. Преса оперативно реагує на нові явища, забезпечуючи їхнє мовне репрезентування та інтерпретацію. Застосування оцінної лексики (як позитивної, так і негативної), а також експресивно-забарвлених фразеологічних одиниць у публіцистичних текстах сприяє відображенню плюралізму думок, конфліктності позицій та ідеологічного розмаїття, що є характерними ознаками сучасного політичного дискурсу.

Фразеологізми в мові ЗМІ не лише виконують стилістичну функцію, а й слугують засобами емоційного впливу, оцінного маркування та ідеологічного позиціювання. Їхнє використання в заголовках, аналітичних матеріалах і новинних повідомленнях сприяє формуванню яскравого, динамічного медіадискурсу.

Фразеологічні одиниці в газетних текстах виявляють чітку настанову авторів – передусім на досягнення стилістичного ефекту – сатиричного, іронічного, емоційно-експресивного звучання тексту[48, с. 198].

Н. Дем’яненко вважає, що прагнення до новизни та свіжості, емоційності й експресивності на тлі стандарту – визначальна риса мови ЗМІ. Тому сучасні мас-медіа неможливо уявити без використання фразеологічних одиниць [24, с. 147].

О.Д. Ципердюк і В.М. Калин аналізують фразеологізми як експресеми, що поєднують волюнтативну, емотивну, оцінну, художньо-образну та

аксіологічну функції. Автори звертають увагу на оказіональні трансформації (заміна компонентів, розширення структури, фразеологічний натяк), які посилюють експересивність заголовків і текстів ЗМІ [92].

Н. І. Кочукова та А. Ю. Соломко розглядають контаміновані фразеологізми – оказіональні утворення, що виникають у мові газет та електронних ЗМІ. Вони вказують на емоційно-експресивний потенціал таких одиниць, які дозволяють авторам передавати суперечливі погляди, формувати громадську думку та реагувати на соціальні зміни [48].

Д. Сизонов наголошує, що фразеологізми в медіа виконують ключові функції масової комунікації – інформування, переконання, емоційний вплив, розвагу та виховання. Він розглядає їх як маркери актуальних подій, що відповідають ментальним особливостям реципієнта [75].

Солідаризуємось із думкою А. Стадній, яка вказує на те, що фразеологізми в текстах засобів масової інформації почали з'явилися ще у кінці XIX – на початку XX століття. Спершу конотативні фразеологічні одиниці досліджували на матеріалі прози, пізніше трансформовані стійкі сполучення слів вивчали у художніх текстах В. Ужченко, О. Бойко, А. Пономаренко, Т. Цимбалюк. Згодом фразеологічні одиниці у мові преси досліджували О. Пономарів, А. Мамалига, О. Сербенська [83, с. 167].

У лінгвістичній літературі віднедавна інтерес до використання фразеологізмів у ЗМІ значно посилився. Учені пов'язують це з демократизацією життя в суспільстві і, відповідно, більш вільним ставленням учасників комунікації до вибору мовних засобів, з підвищеною емоційністю сучасної публічної мови, з пошуком нових мовних засобів для покращення виразності текстів [24, с. 147]

Д. Сизонов справедливо зауважує, що фразеологізми в текстах масової комунікації вживаються як маркери актуальних подій сучасності, що відповідає ментальним особливостям реципієнта [75, с. 74]. Наприклад: *«…мільйони українців* ***їдуть, як від чуми,*** *в інші країни, залишаючи вдома не*

тільки улюблену батьківщину, а й клеймо «безробітні» або ***«дешева робоча сила»*** («Дзеркало тижня», 19.01.2024).

У сучасних ЗМІ спостерігається тенденція до посилення загальнодоступності та комунікативності, тому мова мас-медіа повинна бути доступною для масової аудиторії. У мові друкованих видань використання ФО не викликає здивування, а навпаки, сприймається як доцільний, органічно вплетений елемент мовної картини, є цілком природнім і виправданим. Це зумовлене такими ознаками ФО, як *образність, афористичність, влучність* тощо. Стійкі словосполуки вживаються як у художньому, так і в повсякденному мовленні, тому можна резюмувати популярність та загальновідомість фразеологічних одиниць серед широкого кола читачів. Таким чином, використання в текстах зрозумілого для співрозмовника фразеологічного вислову є свідченням приналежності до конкретного соціуму, зв'язку з його традиціями та культурою.

На противагу використання ФО як засобу узагальнення, орієнтації на широке коло реципієнтів, іншим завданням автора є знаходження точного, яскравого, незвичайного словосполучення, яким є фразеологізм. Журналісти застосовують фразеологічні скарби з метою надання більшої експресії, виразності, колориту своїм текстам: *«Чи не зарано* ***з'явилися білі плями й чорні діри*** *в нашій суспільній пам'яті?»* ((«Дзеркало тижня», 16.02.2023).

Апелюємо до думки Ж. Колоїз, яка зазначає, що фразеологічні одиниці є економним мовним засобом об'єктивації різноманітних проявів дійсності та вагомим засобом створення експресивності та оцінності в публіцистиці. Послуговуючись фразеологізмами, автор не лише привертає увагу читача, а й досягає максимального впливу. На думку дослідниці, «виражальні особливості фразеологізмів спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність, що, у свою чергу, обумовлює широкі можливості їх використання у мові ЗМІ» [45, с. 34].

Особливості фразеологізмів, як уважає Н. Дем'яненко, полягають у тому, що ФО відомі більшості людей, тому медійні тексти, що містять ФО, легко сприймаються мовцями; образність фразеологізмів, їхня метафоричність має достатній вплив на адресата повідомлення; трансформація або модифікація відомих фразеологізмів обов'язково привертає увагу читача чи слухача повідомлення [24, с. 149]. Наприклад: *«В оперу – з корчмарями й Триндичихою з Подолу або чи не пора* ***очистити*** *інформпростір* ***од полови та сміття*** *теленевігласів у брудних од брехні одностроях?»* («Україна молода», 18.01.2024).

Варто зауважити, що в текстах періодичних видань фразеологічні одиниці виконують подвійну функцію. Вони не лише називають явища, предмети, дії, а й характеризують їх. А. Стадній пропонує поділяти фразеологізми на ті, які дають позитивну та негативну оцінку діям і явищам. Лінгвіст зазначає, що стилістично забарвлені стійкі сполучення слів полегшують сприйняття складної політичної інформації, відображають авторське розуміння проблеми [83, с. 167]. До прикладу: *«Найстрашніший звір – це* ***жаба****. Вона* ***задушила*** *більше половини населення земної кулі»* («Україна молода», 19.01.2023).

Слушною є думка Н. Дем'яненко, що стилістичні особливості фразеологічної одиниці властиві самій природі фразеологізму незалежно від його приналежності до функціональних стилів, вони існують у фразеологізмі навіть за умови відриву його від контексту, поза середовищем мовних засобів. За допомогою своїх властивостей фразеологізми, що використовуються журналістами, надають тексту більш яскраве емоційне забарвлення. Фразеологізми, уміло й точно підібрані автором статті, роблять звичайний текст більш цікавим і таким, що запам'ятовується читачам. Таким чином, фразеологізми на сторінках мас-медіа виконують експресивну функцію, порівняймо: *«Від несподіванки* ***став, як укопаний****»* («Голос України», 01.03. 2023). Специфіка функціонування фразеологічних одиниць обумовлена також

їхнми мовними властивостями, і особливостями тих мовленнєвих умов, у які вони потрапляють [24, с. 146].

Опрацювавши наукові розвідки, присвячені дослідженню фразеологічних одиниць, нам вдалось проаналізувати функції, які відіграють ФО як фрагменти мовної картини світу в мові ЗМІ [43, с. 76]:

1) *вплив на реципієнта*, що засвідчує головну функцію мас-медіа – вплив на масову свідомість реципієнтів.

2) *образна функція*, що полягає у створенні за допомогою фразеологічних одиниць як фонової лексики медійного тексту цілої картини описового явища.

3) *поєднання «стандарту» та експресії.* Фразеологічні звороти, як відомо, підвищують виразність викладу, його образність і враження, одночасно виконуючи так звану «стандартну» функцію, виступаючи як готові мовні «штампи».

4) *номінативна функція.* Фразеологізми в мові ЗМІ називають єдині поняття, явища, якості, стани та ознаки. Ця ознака є важливою в лінгвокультурологічному контексті, адже журналісти шукають такі мовні форми, які б завуальовували певну реалію та надавали їй додаткової експресії [76, с. 76]. Саме за допомогою фразеологізмів автор може донести до реципієнта життєві істини, громадянську чи патріотичну позиції. Фразеологізми через мас-медіа можуть доносити ключову думку цілого народу. У цьому контексті фразеологізм може наближатися до мовного знака, символу, концепту.

5) *смислово-концептуальна функція.* Вона полягає в тому, що фразеологізми у заданому контексті, фактично, є смисловим центром медійної статті. Фразеологічні одиниці виконують смислово-концептуальну функцію, особливо яскраво ця функція ФО реалізується в заголовках: *Горе від «тотального розуму»* («Україна молода», 25.05.2023); *Новобудова спотикання* («Україна молода», 20.04.2024); *Непідйомний тягар* («Україна молода», 12.04.2023) тощо.

О. Абрамчук наголошує, що специфіка газетної мови виявляється в тому, що у ЗМІ є особлива структура: заголовки, підзаголовки, рубрики. Заголовки – це сильна акцентована позиція, на яку першочергово звертає увагу читач [1, с. 1]. Автори, використовуючи ФО у медіа текстах, прагнуть надати їм особливого національного колориту, реалізувати потенційну здатність фразеологізмів актуалізовувати активну позицію в тексті та емоційно вплину на реципієнта [66, с. 77].

Н. Дем'яненко розширює спектр фразеологічного потенціалу в межах мас-медійних текстів і зазначає ще дві функції ФО у текстах ЗМІ: 1) концентрацію фразеологізмів у невеликому фрагменті тексту та 2) використання фразеологізмів у якості заголовку [24, с. 147].

Отже, залучення фразеологічних одиниць у тексти засобів масової інформації допомагають збагатити його новими експресивними відтінками, увиразнити подачу інформації, виокремити з подібних, свіжити заштамповані одиниці в мас-медійному мовленні. Крім того, ФО як елементи газетного дискурсу апелюють до загальновідомих висловів, чим звертають увагу читача, заохочують до ознайомлення з викладеною інформацією в зрозумілій, лаконічній, часом дотепній та метафоричній формі. Тому ФО є органічними компонентами мовної картини публіцистичних текстів, які додають їм оригінальності та неповторності.

1.3 Фразеологізми в заголовках як маркер експресивності медіатексту

Заголовок у газетному тексті виконує низку важливих функцій: номінативну, інформаційну, прагматичну, експресивну, апелятивну. Особливої уваги заслуговує використання фразеологізмів у заголовках, що дозволяє активізувати емоційно-експресивний потенціал медіатексту, посилити його вплив на читача та забезпечити культурну впізнаваність повідомлення.

Питання структури, стилістики заголовків досліджено в працях Г. Шаповалової, І. Медвідь, Л. Майбороди, В. Путрашик та інших. Семантичні та функціональні аспекти використання фразеологізмів у складі заголовків, їхню роль та вплив на сприйняття читачами досліджують О. Засновницька, Ю. Прадід, А. Григораш, Н. Фіголь, С. Вовк, Т. Файчук. Виокремлюємо незначну кількість статей порівняльного аналізу функціонування фразеологізмів у медіа різних країн (Н. Дем'яненко, І. Кулик, В. Ревенко).

Функціонування заголовка в публіцистичному дискурсі стало об'єктом дослідження українських лінгвістів. О. Васильєва розглядає заголовок як концентроване вираження авторської інтенції, що поєднує інформативність із прагматичною спрямованістю [17].

І. Завальнюк досліджує прагматичні функції заголовків, зокрема їхню здатність упливати на читача. Вона акцентує на маніпулятивному потенціалі заголовків у мас-медіа[30].

В. Богатько зосереджується на стилістичних засобах виразності в заголовках, зокрема на використанні тропів, фігур, експресем, аналізує заголовки як стилістично марковані одиниці [12].

В. Каленич вивчає когнітивно-дискурсивні особливості заголовків, зокрема метафоричні моделі, концептуальні схеми, що активуються в заголовках [35].

І. Кочан досліджує жанрову специфіку заголовків у різних типах публіцистики (новини, аналітика, інтерв'ю). Вона розглядає заголовок як жанровий індикатор і засіб структурування інформації [49].

І. Мирошніченко аналізує фразеологізми в заголовках українських і польських електронних медіа, зокрема з числовим компонентом, вивчає емоційно-експресивний потенціал фразем, їхню роль у формуванні оцінки, іронії, метафоричності [58].

Т. Файчук спільно з І. Мирошніченко досліджують фразеологічні одиниці в заголовках, їхню стилістичну функцію, семантичну трансформацію, прагматичну навантаженість, акцентує на порівняльному аналізі українських і польських медіа [89].

Проблематика заголовка в публіцистичних текстах стала предметом вивчення зарубіжих мовознавців. Teun A. van Dijk (Нідерланди) аналізує заголовки як інструмент маніпуляції та структурування інформації в ЗМІ.

Roger Fowler (Велика Британія) досліджував ідеологічне навантаження заголовків у газетному дискурсі. Erich Straßner (Німеччина) аналізував функції газетних заголовків у німецькомовному публіцистичному стилі.

Monika Bednarek (Австралія) досліджує емоційність і оцінність у заголовках новин, зокрема в англомовному медіадискурсі.

Erika Darics (Велика Британія) зосереджується на цифровому дискурсі, зокрема на заголовках у новинних онлайн-виданнях.

Такі дослідження формують багатовимірне бачення заголовка як комунікативного, стилістичного, когнітивного та прагматичного феномена, а лінгвісти розглядають заголовок як комунікативно-прагматичну одиницю, що виконує функції інформування, привернення уваги, оцінювання, інтерпретації подій.

У сучасному публіцистичному дискурсі заголовок часто є єдиним елементом, який споживач інформації читає, тому його лінгвістичне навантаження зростає. Як зауважує В. Богатько, «авторові газетного тексту передусім необхідно привернути увагу читача до певного видання й спонукати

до прочитання якогось матеріалу. За таких умов особливого значення набувають заголовки статей, бо саме вони слугують орієнтиром для читача, є першим кроком до сприйняття тексту» [13, с. 72].

Фразеологізми як заголовки або їхні складові компоненти є засобом реалізації авторської інтенції, оскільки вони апелюють до колективної мовної пам'яті, викликають асоціації, емоції, оцінки. Як зазначає Т. Файчук, «фразеологізми в заголовках сучасних медіа виконують функцію емоційного маркера, що сигналізує про оцінність і суб'єктивність поданої інформації» [89, с. 45].

У сучасному газетному дискурсі фразеологізми часто зазнають лексичних, синтаксичних, семантичних трансформацій, що дозволяє адаптувати сталі мовні конструкції до актуального контексту. Наприклад: *Хліба без видовищ* («День», 23.04.2024) – модифікація класичного фразеологізму «Хліба і видовищ» через зміну сполучника створює ефект парадоксу, акцентуючи на дефіциті розваг у суспільстві; *Бідний платить двічі* («Голос України», 12.01.2024) – трансформація фразеологізму «Скупий платить двічі» змінює фокус уваги читача із жадібності на соціальну нерівність; *Час збирати каміння* («Дзеркало тижня», 05.06.2024) – редукція біблійного фразеологізму «Час розкидати каміння і час збирати каміння» зберігає символічність, але водночас посилює драматизм.

Такі приклади демонструють, як фразеологізми в заголовках статей набувають нових смислових відтінків, зберігаючи при цьому свою експресивну природу. Вони слугують засобом мовної гри, іронії, сатири, що особливо актуально в публіцистичному стилі.

Згідно з дослідженнями І. Мирошніченко, «фразеологічні заголовки активізують механізми читача, сприяють швидкому розпізнаванню теми та формують емоційне тло сприйняття» [59, с. 112]. Підтвердженням цього є аналіз заголовків періодичних видань. Де фразеологізми використовують як інструмент оцінки, критики або емоційного залучення: *На голову не налазить* («Голос України», 12.08.2024) – заголовок про абсурдні рішення місцевої

влади; *Знову за рибу гроші* («Вінниччина», 25.04.2024) – про повторне підвищення тарифів; *І сміх, і гріх* («Дзеркало тижня», 11.09.2024) – про суперечливу поведінку політиків; *Гра без правил* («Вінниччина», 24.02.2024) – метафоричне узагальнення правового хаосу; *Коли рак на горі свисне* («Україна молода», 23.02.2025) – фразеологізм, що виражає скептичне міркування щодо ймовірності подій; *Солодке життя по українськи* («Молодь України», 03.05.2025) – алюзія на культурний контекст, що поєднує іронію та оцінку.

Такі заголовки демонструють здатність до семантичного з'єднання – вони не лише називають тему, а й передають її оцінку, емоційний фон, культурні конотації.

У публіцистичному стилі заголовок часто виконує функцію мовної провокації: він має зацікавити, здивувати, іноді навіть шокувати. Це досягається через стилістичні прийоми, зокрема:

✓ ***інверсію***: *Знову втрата – знову мовчання* («Молодь України», 25.06.2025);

✓ ***парадокс***: *Оптимізм у часи тривоги* («Вінниччина», 20.05.2025);

✓ ***каламбур***: *Гривня – не гривна* («Україна молода», 10.03.2024);

✓ ***риторичне запитання***: *Кому вигідна тиша?* («Голос України», 28.09.2024).

Таким чином, фразеологізми в заголовках сучасних ЗМІ є не лише стилістичним засобом, а й маркером експресивності, що виконує важливу комунікативну функцію. Їхнє використання свідчить про високий рівень мовної майстерності журналіста та дозволяє ефективно впливати на читацьке сприйняття.

1.4 Явище ТФО га шпальтах газет: історія досліджень і типологія

У газетних текстах натрапляємо на ФО як у первісному, кодифікованому, вигляді, так і у видозміненому. Головною умовою доцільного введення ФО в контекст є збереження цілісності форми та змісту. Як і в живому мовленні, ФО в мові преси в незмінному вигляді зустрічаються значно рідше, ніж у трансформованому, адже контекст та екстралінгвальні чинники, у які ФО вводяться, вимагають певних стилістичних та емоційних акцентів для уникнення штампованості та мовних кліше. ТФО можуть змінювати свої семантичні значення, структурні моделі, але реципієнт може вільно ідентифікувати значення модифікованої ФО та ефект, якого бажав досягнути адресант, удаючись до видозміни.

ФО є одними із найбагатогранніших та найяскравіших засобів вираження думки в мові, тож потреба в їхній видозміні є природною та цілком виправданою, особливо в мові ЗМІ, стилістичні рамки якої вимагають постійних оновлень уже існуючих мовних елементів. Це питання привертало увагу багатьох мовознавців, які досліджували творчі видозміни ФО у дискурсі сучасного масмедійного простору, зокрема, С. Гурбанської [21], О. Коваль [41], Н. Бойченко [14], М. Ковальчука [42], М. Шевчука [93], Д. Данильчука [23], С. Коновець [47], І. Сковронської [81], та ін., але, зважаючи на постійні зміни у мовному просторі сучасної періодики, є ще багато площин для подальших досліджень.

Доцільно звернутись до розмежування функціонування ФО, які узагальнює дослідниця С. Гурбанська [21, с. 69], виокремлюючи узуальний, оказіональний та індивідуально-авторський аспекти. Останній є об’єктом дослідження індивідуальних авторських новотворів, переважно в художніх текстах, листуванні та дослідженні мовних особливостей художніх текстів, які є невідтворюваними в мові преси, тому ми в нашій кваліфікаційній роботі зосередимось на перших двох аспектах, з’ясування яких є принципово важливим для подальшого висвітлення проблеми.

Узуальний аспект окреслює функціонування ФО у традиційній формі та значенні (фіксовані у фразеологічних словниках із властивими їм функціонально-стилістичними особливостями і семантикою). При введенні в мовну тканину вони залишаються незмінними за формою, компонентним складом, сполучуваністю, конотаціями (є закріпленими узусом).

Оказіональний аспект висвітлює функціонування ФО, які утворені за моделями вже існуючих фразеологізмів, що зазнали трансформації структури та семантики. Ці одиниці відображають мовний розвиток, не суперечать мовній нормі і з часом можуть бути зафіксовані у фразеографічних працях. Це оказіональні ФО, які набувають нових експресивно-оцінних виражальних відтінків залежно від запланованого художнього задуму. Ефект оказіональності пов'язується зі стилістичним навантаженням висловлювання, контекстом, ситуацією [21, с. 69].

Мова газетних текстів є віддзеркаленням закладених норм публіцистичного стилю й водночас лаконічним та влучним відображенням найсучаснішого стану мови в її найяскравіших проявах. Тому особливо широко трансформація фразеологічних одиниць (ТФО) висвітлюється у періодиці, для якої характерне поєднання раніше існуючих значень ФО із модифікованою інтерпретацією, оновленими формами загальновідомих влучних виразів.

Тривалий час, називаючи ознаки ФО, більшість лінгвістів виокремлювали стійкість цих мовних елементів як їхню диференційну ознаку, а вже потім підкреслювала їхню влучність, образність, експрсивність, багатство внутрішньої семантики та інші ознаки. Безперечно, внутрішня форма ФО, навколо якої відбувається нашарування конотативних образів, є тим стрижнем, який акумулює головне лексичне навантаження й залишається незмінним та зрозумілим, є основою ФО. Однак ФО є невід’ємним фрагментом мовної картини світу – динамічної системи, на яку впливають суспільно-історичні, політичні умови, вікові та часові, екстралінгвістичні чинники, які вимагають адаптації та видозмін. Тому виникає поняття

трансформацій, що дозволяє говорити про девальвацію ознаки стійкості як диференційної для ФО. Трансформації розширюють експресивне забарвлення ФО, їхні межі вживання ФО, створюють додаткові значення, модернізують їхню семантику та коло їхнього вживання. Власне, ознаку стійкості формально можна віднести до відносної ознаки, яка окреслює незмінність основного (загального) значення ФО, яке зафіксоване у фразеологічному словнику української мови, при цьому не заперечує його видозмін у конкретній мовній ситуації, за умови збереження його значення й розуміння при незначних модифікаціях структури ФО.

У цьому аспекті солідаризуємось із думкою О. Коваль, що «стійкість ФО – ознака відносна, а не абсолютна, і ніби суперечить визначенню фразеологізму. У загальній системі мови фразеологізми виявляють найбільшу міру стійкості поза межами контексту, а в конкретному тексті набувають здатності до перетворення. Солідаризуємось із думкою О. Коваль, що трансформовані ФО завжди зберігають співвіднесеність із семантикою вихідного джерела, таким чином зберігаючи баланс між незмінністю та динамізмом ФО [41, с. 125].

О. Пономарів влучно формулює дефініцію трансформації ФО, називаючи їх видозміною стійких словосполучень з певною стилістичною настановою [66, с. 87]. Характерними особливостями видозміни фразеологізмів науковець уважає збереження їхньої внутрішньої форми, відносну стійкість та нарізнооформленість, які дозволяють оновити значення ФО внаслідок його оригінального включення в новий контекст.

Апелюючи до визначення Н. Бойченко, трансформацією ФО називають «зміни, які викликані їхньою актуалізацією в особливих контекстуальних умовах, що увиразнюють повідомлення шляхом вираження експресивної інформації» [14, с. 16].

У мовознавстві поряд із поняттям ТФО для позначення змін семантичної структури ФО також уживають «оказіональна зміна» [93],

«авторська видозміна» [86], «модифікаційна зміна» [60], «модифікація» [4] тощо, які умовно можна об’єднати за принципом видозмін ФО.

Різноманітні види заміни компонентів у складі фразем використовуються з певною стилістичною метою: пристосувати ФО до конкретної ситуації, оживити та змінити фразеологічний образ, створити очікуючий ефект, передати авторське ставлення до зображуваного [16, с. 1]. Особливості розширення семантики ФО внаслідок їхньої трансформації стали об’єктом лінгвістичних досліджень О. Пономаріва, О. Сербенської, А. Мамалиги та ін. Однак одне з найглибших і найгрунтовніших досліджень цього мовного явища пов’язане з іменем дослідника А. Капелюшного, який виокремив такі способи трансформування:

1) поєднання в тексті з метою створення каламбуру фразеологізму й вільного словосполучення або вживання слова водночас у зв’язаному та вільному значенні;

2) створення оказіонального значення фразеологізму або пристосування фразеологізму до конкретної ситуації;

3) контамінація – створення нового фразеологізму внаслідок накладання однієї на одну двох (і більше) вже наявних фразеологічних одиниць;

4) додавання другої (авторської) частини;

5) синонімічна або антонімічна заміна компонентів фразеологізму;

6) поширення фразеологічної одиниці додаванням до неї нових компонентів [77, с. 69].

У кваліфікаційному дослідженні ми опираємось на традиційне [10; 95] розрізнення двох основних типів ТФО: семантичного та структурно-семантичного [19, с. 72].

Заслуговує на увагу класифікація способів ТФО О. Пономаріва, яка охоплює такі позиції:

1) часткову видозміну семантики ФО (залежно від контексту на перший план виступає пряме або фразеологічне значення) [66, с. 128].

2) повну видозміна семантики ФО (створення фразеологічного каламбуру за допомогою паралельного вживання фразеологізму і вільного словосполучення);

3) створення оказіонального значення і розкриття його читачеві (створений контекст посилює стерту метафоричність та емоційність);

4) пристосування фразеологізму до конкретної ситуації;

5) додавання другої частини, «що являє собою іронічний авторський коментар до відомого фразеологізму»;

6) синонімічну заміну компонентів (синоніми можуть бути загальномовними й контекстуальними, родове поняття може бути замінене видовим тощо);

7) антонімічну заміну компонентів, поширення ФО шляхом «додаванням до її складу нових компонентів» [66, с. 130].

Незважаючи на велику кількість праць у площині ТФО, питання класифікації залишається дискусійним та неоднозначним. С. Гурбанська справедливо зазначає, що «у науковій літературі остаточно не визначено принципи класифікації типів трансформації, адже ці типи «не виступають ізольовано, а накладаються один на одного, збігаються окремими сторонами, характеризуються синкретичністю [21, с. 5].

В українській мові значення слова хоч і фіксується у словниках, але його семантичні відтінки можуть відрізнятись від кодифікованих в залежності від стилістичних та контекстуальних чинників. Для ФО ця особливість зберігається і набуває ще вагомішого значення, адже ці одиниці мають обмежену сферу вживання і є емоційно та стилістично маркованими, тож дослідження модифікації їхньої семантики є важливим завдання мовознавців. Під семантичною трансформацією дослідники розуміють зміну семантичної структури ФО унаслідок розширення його сполучуваних можливостей, а також зміну значення сталого звороту в певних контекстуальних умовах.

О. Коваль справедливо зазначає, що «семантичні модифікації стійких словосполучень полягають у розширенні значення фразеологізму,

підкресленні його особливих відтінків, або в заміні одного значення іншим» [41, с. 125].

І. Гнатюк висвітлює думку, що семантичні трансформації сприяють тому, що фразеологічне значення розкривається ширше, його ж особливі відтінки – підкреслюються та увиразнюються. До змін семантичного типу дослідник відносить власне семантичні ТФО та подвійну актуалізація ФО [10, с. 5].

Власне семантичними вважають такі перетворення фразеологізмів, які спричинюють зміну традиційного значення різного ступеню, від збільшення абстрактного елемента в семантиці до появи додаткових смислових і стилістичних відтінків, аж до розвитку нового значення й перетворення фразеологізму в полісемічний, що не порушує при цьому лексико-граматичного складу стійкого словосполучення. Такий тип трансформацій зазвичай вимагає від читача вдумливого прочитання тексту, загальної мовної інтуїції та глибокого знання народної фразеології [96, с. 101].

Інша група семантичних трансформацій – подвійна актуалізація ФО. Вона трактуються, на думку Л. Яковенко, як зміни традиційної семантики фразеологізму, спричинені його актуалізацією в особливих контекстуальних умовах, унаслідок чого узагальнене фразеологічне значення набуває додаткових відтінків або ж реалізується семантична двоплановість окремих компонентів ФО чи словосполучення в цілому. Значний інтерес становить розгляд власне семантичних трансформацій і подвійної актуалізації ФО, при яких смислові зміни зумовлюються зовнішньою сполучуваністю [90, с. 102].

Подвійна актуалізація, на думку Л. Яковенко, передбачає реалізацію потенційних значень усіх чи окремих компонентів фразеологізму поряд із використанням його традиційного значення. Семантична двоплановість ФО, яку слід розглядати як здатність стійких виразів мати пряме значення, що виходить із значень його компонентів, а також переносне (фразеологічне), дозволяє адресантові створювати такий контекст, у якому реалізуються обидва плани ФО [97, с. 103].

Значущим є твердження М. Ковальчука про те, що особливе місце серед семантичних способів трансформації фразеологізмів займає буквалізація, тобто переведення фразеологізму в розряд вільних словосполучень, що сприймаються на тлі фразеологічно зв’язаних. Поєднання прямого й переносного значень, не характерне для звичайного мовлення, за твердженням мовознавця, руйнує стереотип сприйняття і створює подвійну виразність. Часто буквалізація досягається шляхом включення в контекст прямого значення одного чи кількох компонентів фразеологізму [42, с. 137].

Зміни в семантичному плані ФО найчастіше супроводжуються трансформаціями у її структурі, тобто ФО модифікується і на внутрішньому, і на формальному рівнях. Ці зміни базуються на оказіональних трансформаціях форми та складу (кількості та порядку розташування компонентів, незначних/суттєвих смислових змінах, за яких асоціативний зв'язок з традиційною формою й семантикою фразеологізмів залишається непорушним) [21, с. 3].

Опираючись на дослідження М. Ковальчука, зазначимо, що до цієї групи належать такі способи трансформації: розширення та усічення фразеологізмів, заміна компонентів фразеологізмів, об’єднання кількох фразеологізмів в одному контексті, використання синтаксичної схеми фразеологізму з заповненням їх позицій іншими лексичними одиницями тощо [42, с. 138]. М. Ковальчук справедливо стверджує, що різноманітність лексико-семантичних трансформацій зумовлена тим, що зміна структури стійкого звороту часто призводить до семантичних зрушень [42, с. 138].

Зазначимо, що трансформації фразеологічних одиниць неодмінно передбачать стилістичну мету, оскільки вони випливають з прагнення письменника органічно поєднати, злити воєдино з контекстом загальновідомий вираз, уточнити чи деталізувати значення фразеологізму в зв’язку з конкретною ситуацією художнього твору.

Проаналізувавши різноманітні класифікації та види семантично-структурних ТФО у лінгвістиці, ми дійшли висновку, що в більшості випадків

дослідники виокремлюють основні типи трансформацій, інколи доповнюючи їх або даючи власні найменування тієї чи тієї категорії. Тож узагальнимо позиції, які сформувались у мовознавстві та подамо загальну характеристику основних видів трансформацій ФО, які найчастіше зустрічаються на шпальтах сучасних лінгвістичних досліджень:

1) розширення компонентного складу ФО

Поширеним і ефективним прийомом ТФО є розширення їх компонентного складу. Уведення одного чи кількох слів до складу фразеологічної одиниці спонукає читача по-новому поглянути на стійке словосполучення, пригадати його первинний зміст. Додавання часто носять метафоричний характер, оживляють внутрішню форму фразеологізму, вносячи нові відтінки в його розуміння. Наприклад: *Цією напрочуд промовистою тезою починається книжка і* ***постійно втримує читача на цій хвилі*** («Дзеркало тижня», 09.02.2024).

Як правило, виділяється три види поширення компонентного складу ФО: атрибутивне, об'єктне та обставинне. Варто зауважити, що при атрибутивному поширенні фразем поширюється лише один компонент, а при об'єктивному й обставинному поширюється весь фразеологізм. Найчастіше розширення відбувається з допомогою різноманітних іменникових компонентів, що сприяє певному уточненню, конкретизації значення фразеологізму. Кожне слово фразеологічного оточення граматично виправдане, конструктивно необхідне. Розширення фразеологічної одиниці – це структурно-семантичні оказіоальні зміни фразеологічних одиниць, при яких не виникає нової фразеологічної одиниці, а лише конкретизується її образ.

О. Коваль слушно узагальнює визначення розширення ФО як «структурно-семантичні оказіональні зміни ФО, при яких не виникає нової ФО, а лише конкретизується її образ» [41, с. 127].

Цей прийом має на меті конкретизацію значення ФО, який супроводжується появою нової лексеми з уточнюючим значенням при

іменниковому або ад'єктивному компоненті ФО. У мовознавстві його також називають вклинюванням, апелюючи до того факту, що слова з вільного контексту ніби вклинюються до усталеного складу ФО, розширюючи його в такий спосіб та деталізуючи. Наведемо приклад: *Того самого, що* ***впав*** *мені в* ***око*** *раніше* («Дзеркало тижня», 16.02.2025).

2) скорочення ФО (фразеологічний еліпсис)

Протилежним прийомом до розширення є скорочення як вид ТФО. Автори нерідко вдаються до скорочення компонентного складу фразеологізму, опускаючи компоненти, які в цьому контексті є другорядними, а не стрижневими. Головною причиною еліпсиса є прагнення економії мовних засобів – до лаконізації мовлення. Наприклад, у заголовку «На сьомому небі» редукується дієслово-зв'язка *бути* («Україна молода», 13.06.2024). У реченні «Плече в пеклі війни» скорочується компонент *підставити плече* («Україна молода», 01.03.2023).

Цей вид трансформації ФО деякі лінгвісти називають відсіканням частини ФО.

Аналіз цього виду фразеологічних трансформацій показує, що він є особливо характерним для прислів'їв, причому відсікатися може значна лінійна частина прислів'я, так що залишаються лише компоненти, які найбільш концентровано реалізують концепт, виражений базовою ФО. Тобто поза межами відсікання залишається частина ФО, яка саме й втілює фразеологічний образ. Скорочення компонентного складу ФО, яке базується на відкиданні другої частини стійкої сполуки за зразком прислів'я вживаються з метою мовної економії, а також спрямовані на підсилення експресивності. ТФО зазначеного виду не впливає на сприйняття фразеологізму загалом.

3) фразеологічний натяк (фразеологічна алюзія)

Фразеологічний натяк як стилістична фігура не є частиною фразеологізму: це згадка про якусь фразеологічну одиницю, іноді її назва одним словом, натяк на відомий носіям мови фразеологізм. Основними різновидами фразеологічного натяку є використання слів (одного або кількох),

співзвучних з компонентами ФО; використання однорідних з одним із компонентів ФО слів; використання конструкцій, логічна структура яких нагадує ту чи іншу традиційну фразему. Незалежно від прийому, який лягає в основу використання фразеологічної алюзії, основним завданням при трансформації цього типу є збереження смислового та емоційного зв'язку з першопочатковою ФО, адже застосування ТФО не повинно завадити сприйняттю того стилістично-емоційного навантаження та задуму адресанта, яке він вкладав, вдаючись до цього типу ТФО. Наприклад: у реченні *Це створює ситуацію* ***«китайської стіни»*** *у формуванні цих політик* автор використовує ФО *китайська стіна* для наголошенні на надзвичайній протяжності, масштабах проблеми («Дзеркало тижня», 16.02.2023).

Одним із різновидів перетворення стійких словосполучень О. Коваль виокремлює фразеологічну алюзію. Використання цього способу структурно-семантичної ТФО зумовлене «семантичною місткістю усталених зворотів, що в оказіонально-мовленнєвому вживанні переходить в окремі компоненти цих виразів». *«До шаблі й булави, – козацька мати вчила нас, – ще треба й голови!»* (пор.: до булави треба й голови) [41, с. 125].

Естетично вагомими, на думку дослідника, є фразеологічні алюзії, створені на ґрунті власних назв. У результаті такого перетворення виникає конденсований символ, побудований на асоціативних зв'язках минулого з теперішнім [41, с. 125].

Фразеологічні натяки – це складні трансформації ФО, які орієнтовані на свідомого, інтелектуально кмітливого реципієнта, який здатний ідентифікувати трансформовану ФО та зрозуміти її призначення у тексті.

4) заміна компонента ФО

Одним із найбільш поширених прийомів трансформації фразеологізмів є заміна одного чи кількох компонентів у складі фразеологізму. Експресивний ефект заміни виражений тим сильніше, чим далі одне від одного розташовані семантичні поля первісного компонента і замінника. Заміна одного

компонента фразеологізму на інший здійснюється за рахунок абсолютного або ідеографічного синоніма [42, с. 139].

Зміна компонентів тієї чи тієї одиниці формує свого роду квазіфразеологізми, які надають заголовку або всьому тексту експресивність і оцінність. Авторська заміна компонентів можлива тільки тому, що у свідомості читача вже «відбита» нормативна лексика. Проте ця заміна не довільна: в ній є і своя мовна логіка, і художня мета. У реченні *«Проекція ж дозволяє* ***залишатися «у невіданні»****, не вирішувати своїх проблем, а приписувати їх іншим»* компонент *бути*, який має узагальнене звучання, замінюється на ситуативно прийнятний компонент *залишатися* («Дзеркало тижня», 26.01.2024). Цей прийом також у лінгвістичних дослідженнях про трансформаціїї ФО називають субституцією.

5) антитеза (антонімія ФО)

Антитеза, тобто використання фразеологізмів у антонімічному ряді, передбачає використання в одному контексті ФО з антонімічним значенням. При цьому можливе використання як повних антомімічних ФО, так і стійких сполук, які набувають протилежного значення лише у певному мовленнєвому контексті.

Варто виокремити також стильову антонімію, побудовану на протиставленні просторічної лексики і звичайного фразеологізму. У цьому прийомі семантична трансформація поєднується з морфологічно-словотворчими змінами. Частіше антонімізація знаходить свій зовнішній вияв у додаванні чи, навпаки, виведенні зі складу фразеологізму частки «не», рідше вона здійснюється шляхом заміни одного із слів антонімом чи шляхом «перевертання» фразеологізму.

Один із прийомів досягнення комічного – стилістичний контраст, створений поєднанням у вузькому контексті книжкових крилатих виразів і офіційно-ділових канцелярських слів. Ще одним із видів стилістичного контрасту є поєднання застарілих слів і розмовного фразеологізму [42, с. 138].

6) фразеологічна контамінація

Цей структурно-семантичний прийом передбачає поєднання в одному виразі двох або більше фразеологічних одиниць з буквалізацією семаники однієї чи обох ФО. Поєднання стійких сполучень будується як за принципом спільного образу, стрижневого компонента, синонімічних чи антонімічних зв'язків, так і без видимого асоціативного зв'язку, лише для створення сильнішого стильового ефекту. О. Коваль справедливо зазначає, що «при обігруванні семантики фразеологічного звороту враховуються особливості компонентного складу сталих словосполучень та особливості їх змісту» [41, с. 126].

Попри часту спільність змісту, структури чи інших ознак, які об'єднують використані в одному контексті фразеологізми, ФО можуть не мати жодного спільного компонента та вживатись для посилення думки, створення контрасту (прийом міжфразеологічної антонімії), який створює градацію та підвищує емоційне спрямування сказаного тощо. Наприклад: *На заході для нас* ***болісною точкою*** *залишається тільки Угорщина, де* ***в один клубок сплелися*** *реваншистські настрої, російські впливи та передвиборча сесія* («Голос України», 14.03.2024).

Таким чином, фразеологічна контамінація – це один із прийомів структурно-семантичної модифікації ФО, який полягає в поєднанні структурних елементів двох або кількох мовних одиниць на основі їхньої структурної схожості, функціональної або семантичної тотожності, або без будь-якої спільності [88, с. 195].

7) переосмислення (обігрування) загальновідомих виразів

До трансформацій ФО часто також відносять переосмислення загальновідомих крилатих висловів афористичного плану. Автори вживають загальновідомі висловлювання як в оригіналах, так і власне українською мовою. Переосмислення загальновідомого вислову автори здійснюють, перетворивши його із стверджувального на заперечний або із запитального на стверджувальний, чим додають експресивної виразності [41, с. 130].

«Перефразування (обігрування) відомих крилатих фраз, поширені у засобах масової інформації, не тільки і не стільки свідчать про ерудицію мовця, його спосіб життя, скільки про характер сприймання світу сучасною людиною. Наприклад: *«Заплановані реформи цього року в Україні тривали, проте кожна з них нагадувала, радше,* ***бочку, де меду та дьогтю намішано порівну****»* («Україна молода», 03.01.2023). Автори перефразувань орієнтуються на достатньо підготовленого слухача, на його фонові знання, поєднані з початковим варіантом висловлювання, вважаючи, що тому добре відома генетична характеристика цього словесного комплексу» [80, с. 73].

8) модифікація синтаксичної схеми ФО

Поширеним способом трансформації фразеологізмів є використання синтаксичної схеми стійкої сполуки з заповненням її позицій іншими словами. Джерелом вислову, який покладений в основу трансформованої одиниці меж бути будь-яка галузь – наука, телебачення, мистецтво, релігія тощо, головне, щоб цей вислів був відомий для широкого загалу та мав впізнавану структуру, яка після трансформації дозволить впізнати первинну ФО.

Оскільки автори використовують відомі стійкі звороти, цілісність фразеологізму не порушується, незважаючи на найнесподіваніші зміни у складі таких одиниць [42, с. 140].

Отже, опираючись на наукові напрацювання про ТФО таких впливових вітчизняних мовознавців, як С. Гурбанської, О. Коваль, І. Гнатюк, Л. Яковенко, С. Ганжа, Н. Сінкевича, М. Ковальчука, Л. Федоренко, І. Сковронської та ін., ми виділили типи ТФО, які найчастіше описують у лінгвістичних працях, і спробували систематизувати зібрану інформацію.

Найпоширеніші типи ТФО у мовознавчих дослідженнях

Типи трансформацій фразеологічних одиниць

семантичні	**структурно-семантичні**
власне семантичні	розширення ФО (експансія або вклинювання компонентів)
подвійна актуалізація	усічення ФО (фразеологічний еліпсис / скорочення ФО / відсікання компонентів)
буквалізація	заміна компонентів ФО (лексична субституція)
	фразеологічна контамінація (об’єднання кількох ФО)
	використання синтаксичної схеми фразеологізмів із заповненням їх позицій лексичними одиницями (модифікація синтаксичної схеми ФО)
	фразеологічна алюзія (натяк)
	комбіновані (мішані) ТФО
	переосмислення (обігрування / перефразування) загальновідомих виразів)
	антитеза (антонімія) ФО

1.5 Висновки до розділу І

Фразеологія є важливим шаром української мови, ознайомлення з яким та дослідження якого дозволяє краще зрозуміти, як формувалась наша мова і засвідчує рівень її розвитку. Тому вивчення цього питання, дослідження, класифікація та виділення окремих фразеологічних явищ є дискусійним питанням та викликає інтерес у науковців, які намагаються осягнути та розтлумачити багатство цього важливого джерела мови.

Газетний текст активно послуговується фразеологічними одиницями, при цьому не нехтує їхніми трансформаціями, що було зафіксовано у нашому дослідженні. Проілюстрований матеріал доводить, що процес ТФО особливо помітний на шпальтах сучасної періодики, актуалізуючи архаїчні ФО у модерних контекстах, оновлюючи й урізноманітнюючи їхню внутрішню форму за рахунок видозмін їхнього лексичного значення та структури.

Трансформації ФО на сторінках періодичних видань влучно інтерпретують народний голос, яскраво та експресивно описують певну інформацію, надаючи нового життя загальновідомій мовній одиниці, використовуючи *семантичні* (власне семантичні ТФО та подвійна актуалізація ФО) та *структурно-семантичні трансформації* (розширення та скорочення складу ФО, фразеологічний натяк (алюзія), антитеза (антонімія ФО), контамінація, модифікація, переосмислення, заміна тощо) для досягнення цієї мети.

Отже, експресія та оригінальність новоутвореної мовної одиниці апелює до відомих виразів та оновлює їх, увиразнює, тож усталені конструкції на сторінках газетної періодики набувають нового, виразно експресивного, унікального звучання. Трансформації компонентного складу фразеологічних одиниць уможливлюють появу нових змістів, увиразнюють нові контексти, генерують нові асоціативні ланцюги та демонструють потенціал мовного матеріалу.

РОЗДІЛ 2.
СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МОВІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПЕРІОДИК

2.1 Трансформація фразеологічних одиниць у медіатекстах: стилістичні функції та комунікативна роль

У сучасному медійному дискурсі спостерігається активне оновлення виражально-зображальних засобів, що зумовлено тенденцією творчої трансформації мовностилістичних одиниць, зокрема в мові періодичних видань. Газетна мова, поєднуючи нормативні ознаки публіцистичного стилю з елементами актуального мовного розвитку, виступає своєрідним індикатором сучасного стану української мови, репрезентуючи її найяскравіші стилістичні прояви. Трансформовані фразеологізми (ТФО) у цьому контексті функціонують як маркери модернізації мовних одиниць, що відображають етапність формування мовної системи. Особливо активно ТФО реалізуються в періодиці, де відбувається поєднання усталених значень фразеологізмів з їх інтерпретованими, оновленими формами, що забезпечує стилістичну гнучкість і виразність масмедійного тексту.

Проаналізувавши мовознавчі дослідження щодо ТФО, ми з’ясували, що єдиної загальноприйнятої класифікації типів ТФО у лінгвістиці не закріплено. Особливо важливими для нашої розвідки є класифікації А. Капелюшного, О. Пономаріва та С. Гурбанської. Натрапляємо на аналіз ТФО й у інших дослідників, проте, вони подані фрагментарно, найчастіше лише перейменовуючи типи ФО, які виокремили вищезазначені мовознавці, й не узагальнені в єдину класифікацію:

1. Розширення компонентного складу ФО:
   - ✓ поширення ФО додаванням уточнюючих компонентів;
   - ✓ розширення ФО додавання другої частини речення;
2. Субституція компонентів фразеологічних сполучень.

3. Редукція компонентного складу ФО (фразеологічний еліпсис).

4. Фразеологічну алюзію:

✓ використання однорідних з одним із компонентів ФО слів;

✓ використання синтаксичних конструкцій вже існуючих ФО чи загальновідомих виразів із заміною їх компонентів.

5. Обігрування, перефразування загальновідомих виразів.

6. Комбіновані типи структурно-семантичних трансформацій ФО.

7. Поєднання двох і більше ФО.

Розглянемо кожну з виокремлених категорій більш детально.

2.1.1 Розширення компонентного складу ФО

Частим прийомом трансформації ФО є розширення її компонентного складу, адже чи не найпростішим способом ввести читача в курс справи, коротко й влучно відобразити свою думку, при цьому адаптуючи ФО до створеного контексту є додавання додаткових елементів.

Наприклад, поширення ФО відбувається за рахунок додавання підмету, як у реченні: *«Та й за що її хвалили, коли безліч нерозкритих злочинів, а вона **розводить руками**»* додається іменний компонент *міліція, який вказує на того, про кого йде мова* («День», 23.03.2023). Речення *«Після виступу Катаєва, коли той сказав, що студенти **протирають штани**, втрачаючи золотий час не спілкуючись з народом»* ілюструє використання трансформації розширення компонентного складу елементом *студенти* («Дзеркало тижня», 16.02.2023).

У синтаксичному комплексі *«Чи вірите ви, що Україна як незалежна держава стане на ноги?»* автор додає суб'єкт дії, до якого відноситься визначена ФО, вираженим декількома словами – *Україна як незалежна держава* («Дзеркало тижня», 02.02.2024). На прикладі речення *«Справді, ситуація **заходила в глухий кут:** перемовини тривають у різних форматах, але до реальних результатів не ведуть»* («Дзеркало тижня», 16.02.2023) спостерігаємо розширення складу ТФО підметом *ситуація*.

За допомогою введення **означуваних слів**, що доповнюють ФО, автор виражає певний спектр стилістично-комунікативних цілей. Часто уточнення виражає сферу, до якої відноситься стаття. Наприклад, у реченні *«Хоча, можливо, були й інші причини, як-от **глухий творчий кут** або неотримання Нобелівської премії, яка дісталася тоді Ясунарі Кавабаті»* вжито компонент *творчий* в контексті ФО *глухий кут,* що адаптує нейтральне значення сталого виразу до конкретного мовленнєвого контексту – повідомлення про письменників («Дзеркало тижня», 16.02.2023). ФО *підкорювати вершини* розширюють за допомогою означення *спортивні*, яке вказує на приналежність інформації до певної категорії – спорту: *«Для хлопців придбали нові боксерські рукавички, шоломи, груші та багато іншого, аби вони із задоволенням*

тренувались, розвивали свої вміння й таланти і ***підкорювали нові спортивні вершини****…»* («День», 12.01.2024).

Нерідко за допомогою додаткових означень автор виражає свою оцінку повідомлюваного, тим самим паралельно створюючи емоційні конотації, як наприклад: *«****Будьте в центрі*** *яскравих і цікавих* ***подій****»* («День», 02.03.2023). Означені компоненти, крім того, можуть виражати акценти, що відображено у реченні *«Постарайтеся не* ***звалювати на*** *свої* ***плечі*** *чужі* ***проблеми****»,* де означення *свої* та *чужі* помітно наголошує на присвійності певних елементів ФО і **виражає контраст**, опозицію (плечі – свої, проблеми – чужі) («День», 06.04.2023).

Якісно-означальна характеристика ФО розширюється за допомогою введення уточнюючих обставин. *Наприклад, у реченні «Ця* ***облуда*** *ще довго* ***спадатиме з очей»*** ФО облуда розширюється компонентами *ще довго*, за допомогою яких автор вказує на протяжність, довготривалість періоду життя героя у стані неправильної інтерпритації ситуації («Дзеркало тижня», 19.01.2023). Синтаксична будова речення *«Тільки не варто занадто* ***задирати носа*** *і виглядати зарозуміло»* містить ФО *задирати носа* з додаванням обставинного компоненту *занадто*, що виражає міру вияву ознаки, яку передає ФО («День», 12.01.2023). Тим самим автор стирає межу категоричного ствердження, яке містить в собі досліджувана ФО і висловлює своє ставлення. У реченні *«Над могилою Володимира Васильовича Карася розвівається прапор України, який видно здалеку і поглянувши на нього, мимоволі* ***знімаєш шапку****»* зустрічається трансформація ФО із розширенням уточнюючою обставиною *мимоволі*, яка в сукупності з ФО *знімати шапку* створює ефект щирості, відстороненості у судженні по відношенню до описаного факту («День», 19.01.2023).

Одним із популярних способів розширення ФО є введення **суб'єкта**. Наприклад: *«…****левова частка*** *молока в Україні виробляється саме в домашніх сільських обійстях»* («Дзеркало тижня», 09.02.2024). ФО *левова частка* розширюється додатком *молоко*, довершуючи значення, конкретизуючи та

пояснюючи її контекст. Таку ж конкретизацію ФО з уведенням суб'єкта спостерігаємо у наступних реченнях: *«Це виконання стало* ***точкою відліку*** *нової* ***історії*** *відомої мелодії»* («День», 19.01.2023); «*Недарма ця квітка отримала звання миротворця – вона* ***зводить нанівець конфлікти****, заспокоює дітей»* («День», 02.02.2024); *«Інакше кажучи, така ситуація* ***відкриває суспільству очі*** *на земельні справи»* («Голос України», 03.03.2024). Це дозволяє модернізувати значення ФО та пристосувати до конкретної ситуації.

Незначну групу становить ТФО поширення дієслівним компонентом – присудком. Наприклад, у синтаксичній конструкції *«Громадянська позиція передбачає готовність* ***розчистити авгієві стайні*** *у власній домівці…»* автор додає лексему розчистити, яка є семантично однорідною у цьому контексті, якщо звернутись до походження цієї ФО міфологічного походження («Дзеркало тижня», 02.02.2023).

Частим явищем є поширення одразу кількома компонентами. До цієї групи ми відносимо різнорідні елементи, а не декілька компонентів однієї групи (двоє чи більше означень, обставин тощо). Наприклад, речення *«Однак не всі українці готові* ***«брати» права у свої руки»*** («Дзеркало тижня», 16.02.2023), у якому за допомогою введення підмета *українці* до ФО *брати у свої руки* та додатку *права* у реченні автор досягає спрямованості на суб'єкт окресленої дії. Поширення за таким же зразком спостерігаємо у межах синтаксичної конструкції *«Якщо «червоний» директор школи вже двадцять років* ***тримає всіх у колючих рукавицях****, то навіть якщо на стінах такого закладу написати концепцію НУШ яскравим маркером, однаково все буде даремно»,* де лексема *директор* є поширюючим суб'єктом, а уточнюючим компонентом-додатком – слово *всі* («Дзеркало тижня», 16.02.2023).

Узагальнивши, ми відобразили частотність вживання ТФО за допомогою різних уточнюючих компонентів у вигляді схеми (Рис.1, Додаток 2), яка ілюструє, що найчастіше розширення відбувається за допомогою додатку, а найменшою продуктивністю вирізняються ТФО з уточнюючими присудками .

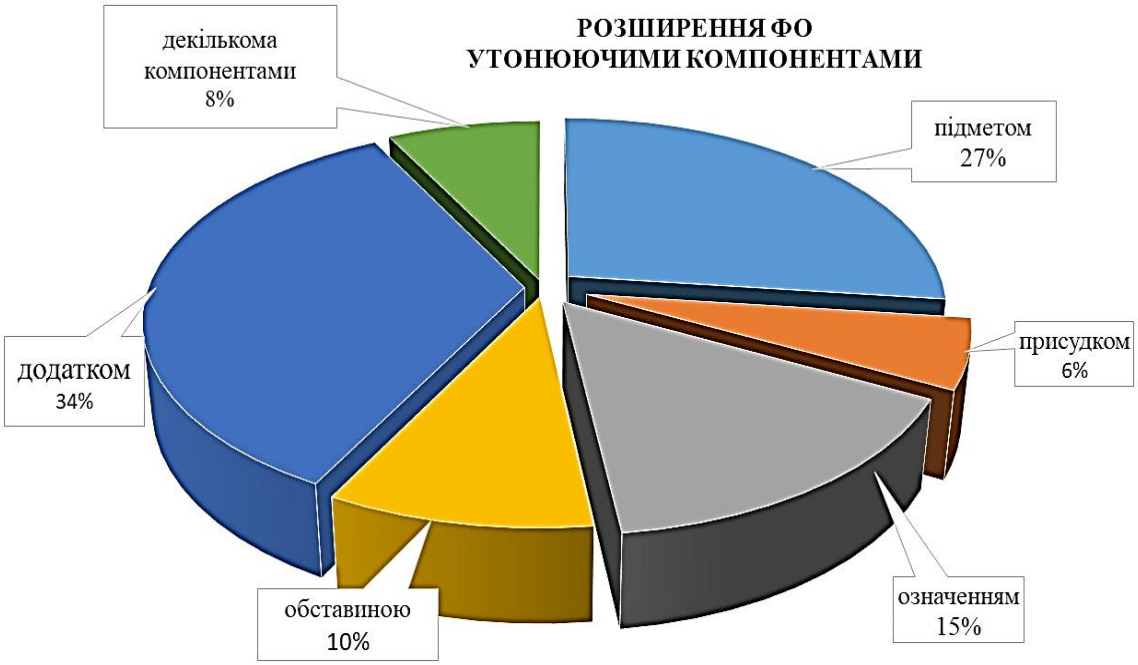


Рис. 1 – Частотність розширення ФО уточнюючими компонентами

2.1.2 Редукція компонентного складу ФО. Усічення нестрижневих компонентів

Ще одним видом трансформацій ФО є редукція, або фразеологічний еліпсис, сутність якого полягає в усіченні нестрижневих компонентів сталого виразу, які зрозумілі з контексту. Наприклад, у реченні *«США вийшли з переговорів про зону вільної торгівлі з Євросоюзом і з Транстихоокеанського партнерства – ось тільки окремі, далеко не вичерпні характеристики згаданого* ***глухого кута»*** проілюстровано опущення **дієслівного компоненту** «виходити, заходити», який є локативним елементом цієї сполуки, зафіксованим у словнику («Дзеркало тижня», 19.01.2024). Подібною є трансформація, яку спостерігаємо у реченні *«Непогані гроші заробили ті, хто* ***«на ти»*** *з тваринами, адже власники багатьох з них виїхали відпочивати»* («Дзеркало тижня», 19.01.2023). Скорочення присудка *потрапляти* відбулось у синтаксичному комплексі *«Чи* ***в добрі руки****?»* («Голос України», 01.03. 2024).

У процесі мовлення частим є редукція дієслівної зв'язки *бути*, тож ця властивість поширюється і на використання ФО у газетних текстах. Окрім редукції дієслівного компоненту, частим є скорочення складу ФО за рахунок використання сполуки без інших компонентів. Наприклад, можуть опускатися числівники: *«Загалом, про першу робочу зустріч Нацради не скажеш, що це був* ***млинець нанівець»*** («Дзеркало тижня», 26.01.2023). Так відбулась редукція компоненту *перший* зі сполуки *перший млинець нанівець*.

Крім того, широкий пласт ТФО належить до редукції, при якій скорочується не лише окремий компонент, а ціла частина сполуки. Наприклад, у реченні «Збирали їх, як то кажуть, **із миру по нитці**» скорочена друга частина ФО з *миру по нитці* – ***голому сорочка*** («Голос України», 15.03.2024). Дві частини фольклорного виразу створюють вузький контекст, хоч і мають узагальнене значення, тож скорочення їх до використання лише однієї частини забезпечує зв'язок із відомою ФО та з сучасним конкретним контекстом.

2.1.3 Заміна компонентів фразеологізму

Заміна компонентів ФО є типовою репрезентацією пристосування змісту ФО до заданого контексту. Вони можуть створювати бурлескний характер (гра на контрасті високе-низьке), гумористичний та інші ефекти. Розглянемо заміни за такою моделлю на конкретних прикладах із газетного тексту.

Так, у реченні *«На нашу думку, нині нагальною житловою проблемою є не так термомодернізація, як просте збереження* ***«даху над головою»*** компонент *мати* з ФО *мати дах над головою* автор замінює на субстантивований іменник *збереження* («Дзеркало тижня», 02.02.2024).

Синтаксична конструкція *«Командирське зростання напрацьовувалося* ***досвідом і кров'ю»*** вміщує ФО *потом і кров'ю*, що трансформована на сполуку *досвідом і кров'ю* («Дзеркало тижня», 16.02.2024). ФО *спіймати на гарячому* трансформовано до вигляду *затримати на гарячому* у реченні *«…на місце події прибули працівники місцевого відділку поліції, однак* ***затримати*** *злодія* ***на гарячому*** *їм не вдалося, бо його налякали працівники РЕС, і він утік на автомобілі»* («Україна молода», 16.01.2023). подібну заміну, але іменникового компонента спостерігаємо у реченні *«Бо ж* ***не посада красить людину, а навпаки****»,* де у ФО *не одяг красить людину, а людина одяг* компонент одяг замінена на лексему *посада* («Голос України», 07.03.2023). Інший приклад: *«Організатори наголосили: вся Україна сьогодні простує своєю Хресною дорогою,* ***приймаючи*** *важкий* ***хрест*** *війни, лихоліть і випробувань…»* («Голос України», 13.03.2024). У цьому реченні компонент *нести* автор замінює на дієприслівник *приймаючи*, що не впливає на значення ФО. Таким чином, замінені та оригінальні компоненти можуть належати до різних частин мови, та не обов'язково мають синонімічні чи інші відношення.

Замінені компоненти можуть виступати також абсолютними або контекстуальними синонімами, виражати різні стилістичні відтінки. Наприклад, компонент *робити* замінюється на дієслово *вчинити* у реченні *«Вони хочуть сим* ***вчинити перший крок*** *до тривалого і для всіх сторін почесного світового мира»* («Дзеркало тижня», 16.02.2024).

Частою є субституція модального дієслова на компонент із конкретним значенням, як наприклад: *«По-друге, ця територія має* ***перебувати під рукою****…»*, де ФО *бути під рукою* у цьому реченні функціонує у вигляді трансформованого виразу з компонентом *перебувати* («Дзеркало тижня» 19.01.2023). Така ж заміна використана в реченнях *«…однозначний прогноз, як розвиватимуться події і які політичні сили в результаті* ***опиняться на гребені хвилі****, зараз дуже важко»* («Україна молода», 03.01.2023) та *«Проекція ж дозволяє* ***залишатися «у невіданні»,*** *не вирішувати своїх проблем, а приписувати їх іншим»* («Дзеркало тижня», 26.01.2023).

Субституція елементів ФО на контекстуальні синоніми проілюстрована в наступних реченнях: *«****Плисти на світло*** *цього маяка довелося значно довше й важче, ніж очікували»* (заміна лексеми *йти* на *плисти,* обидві з яких виражають переміщення у просторі) («Дзеркало тижня», 26.01.2024). Заміна за подібною моделлю відбувається у реченнях «*Так, можна зрозуміти бажання* ***втекти світ за очі*** *від вітчизняних кровопивць-олігархів і кровососів-чиновників»* (заміна елемента *йти* на *втекти)* («Дзеркало тижня», 02.02.2023) та «*Мільйони українців* ***їдуть, як від чуми****, в інші країни…»* (заміна компоненту *тікають* на *їдуть*, який є стилістично нейтральним) («Дзеркало тижня», 19.01.2024).

У реченні *«Гострий дефіцит ресурсу змусив ринок* ***сточувати гострі краї*** *в схемах танкерних поставок у прискореному режимі»* застосовано одразу дві субституції – дієслівна та *іменникова* («Дзеркало тижня», 09.02.2023). Синонімами виступають дієслова *згладжувати* та його відповідник *сточувати*, обидва з яких означають процес вирівнювання чогось. Іншою заміною є субституція іменника *кути* на компонент *краї*, що зберігає значення ФО, але модернізує загальновідомий зворот.

Крім того, субституція компонентів у складі ФО відбувається з метою вираження певних емоційних та стилістичних відтінків. Наприклад, у реченні «*…лідери громадського сектора давно* ***«показали кишені»*** автор використовує дієслово *показали* замість компонента *вивернули,* перше з яких є

стилістично нейтральним («Дзеркало тижня», 27.01.2023). Субституція компонента *вибратися* на його стилістично маркований відповідник *виборсатися, що* відображає емоційно-згрубілий, знижений тон, продемонстрована у реченні *«Тепер хотів би, щоб нове покоління наших громадян* ***виборсалося з тенет*** *періоду дикого первісного накопичення капіталу»* («Дзеркало тижня», 16.02.2023).

Таким чином, субституція компонентів у складі фразеологічних одиниць є одним з продуктивних механізмів стилістичної модифікації, що дозволяє актуалізувати емоційно-експресивні відтінки висловлювання. Заміна нейтральних лексем на стилістично марковані варіанти сприяє посиленню експресивності, створенню зниженої або іронічної тональності, а також адаптації фразеологізмів до конкретного комунікативного контексту. Такий тип трансформації засвідчує гнучкість фразеологічної системи української мови та її здатність до динамічного оновлення в межах публіцистичного дискурсу.

2.1.4 Фразеологічна алюзія

ТФО цього типу зорієнтована на підготовленого, ерудованого реципієнта, який зможе зрозуміти її та інтерпретувати. Найчастіше алюзії реалізуються за допомогою введення в текст компонента, який є елементом канонічної ФО та дозволяє ідентифікувати її значення без відтворення ФО у повному вигляді. На прикладі речення *«Безумовно, важливо сподіватися на позитивний розвиток подій, навіть коли* ***надія вже фактично згасла»*** простежуємо трансформацію ФО *надія помирає останньою* у сполуку *надія вже фактично згасла*, що звучить менш категорично й виражає власну оцінку ситуації («Дзеркало тижня», 19.01.2024). Фразеологічна алюзія на ФО *віддати останній шматок хліба* використана у реченні *«У Миколаєві у нього багато друзів-побратимів, з якими на війні* ***ділив,*** *як то кажуть****, окраєць хліба й останню цигарку****»* («Голос України», 01.03.2024).

Частими є алюзії на ФО літературного походження. Розглянемо деякі з них. Прикладом є покликання на міф про Герострата: «*…і «совок» був би покараний* ***«по-геростратськи»»*** («Дзеркало тижня», 26.01.2023). Алюзію на інший міф простежуємо у реченні *«ЄС побоюється заохочення сепаратистських сил, які загрожують* ***розбратом»****…»* за допомогою введення компоненту *розбрат* («Україна молода», 03.01.2023).

Цікавими є фразеологічні натяки, використані автором у наступних реченні: «*Але, врешті,* ***щуку кинули в річку****, поставивши приватних перевізників у не такі вже й погані умови роботи»* («Дзеркало тижня», 16.02.2023).

Ціла низка фразеологічних алюзій відбувається на основі загальновідомих стійких словосполук. Алюзією на ФО *шлях до серця чоловіка лежить через шлунок*, виражено у реченні ***«****Однак через ці країни лежить* ***шлях у серце*** *Заходу і ЄС…*» («Дзеркало тижня», 19.01.2023). У межах синтаксичної конструкції *«Може, держава просто хоче «****видоїти****» мобільних операторів?»* (автор апелює до ФО *дійна корова)* («Дзеркало тижня», 16.02.2024).

Отже, фразеологічні алюзії, утворені на основі загальновідомих стійких словосполук, є ефективним засобом стилістичної виразності в публіцистичному дискурсі. Їхнє використання грунтується на впізнаваності первинного фразеологізму, що дозволяє автору створювати нові смислові відтінки, зберігаючи при цьому зв’язок із усталеним мовним шаблоном. Такі алюзії сприяють посиленню експресивності, іронічності або критичності висловлювання, а також забезпечують глибший рівень інтертекстуальної взаємодії з читачем. У результаті трансформації фразеологізмів у межах алюзивних конструкцій відбувається не лише стилістичне збагачення тексту, а й активізація когнітивного потенціалу адресата, що є характерною рисою сучасної газетної мови.

2.1.5 Обігрування, перефразування загальновідомих виразів

Одним з продуктивних механізмів стилістичного оновлення фразеологічних одиниць у публіцистичному дискурсі є їхнє переосмислення шляхом модифікації граматичної, лексичної або інтонаційної структури. Така трансформація дозволяє авторам адаптувати усталені мовні конструкції до актуального контексту, надаючи їм нових смислових відтінків, експресивності та іронічності. У межах газетного тексту трансформовані фразеологізми виконують не лише естетичну, а й когнітивну функцію, активізуючи інтертекстуальні зв'язки та залучаючи читача до співтворчості.

Одним з найпоширеніших прийомів трансформації є *зміна модальності фразеологічного вислову* – перехід від стверджувальної форми до заперечної або питальної. Така модифікація істотно змінює прагматичну функцію вислову, посилюючи його експресивність, полемічність або риторичність. Наприклад: «Чи засвоїли ми ці уроки?» (пор. *засвоїти урок*) – замість нейтральної констатації факту використано питальну форму, що створює ефект сумніву або самокритики, спонукаючи читача до рефлексії («Дзеркало тижня», 26.01.2023); «Чому люди тягнуться до вас?» (пор. *люди потягнуться до вас*) – зміна модальності формує аналітичний підтекст, акцентуючи на причинності явища («Дзеркало тижня», 09.02.2023).

Ще одним ефективним засобом трансформації є *заміна одного або кількох компонентів фразеологізму* на інші лексеми, що часто мають несподіване забарвлення. Така лексична модифікація дозволяє автору створити новий смисловий ефект, зберігаючи при цьому впізнаваність вихідної конструкції. Наприклад: «Наступати на власні граблі» (замість *наступати на граблі*) – додавання займенника *власні* підсилює іронічність вислову, акцентуючи на персональній відповідальності суб'єкта.

Прийом розширення структури (семантичне наповнення) передбачає додавання до фразеологізму нових лексичних або синтаксичних елементів, що сприяє його конкретизації, актуалізації або переосмисленню. У результаті

цього фразеологізм набуває нових значень, зберігаючи при цьому зв’язок із первинною формою. Наприклад: «**Не хлібом єдиним**, а і гідністю живе людина» – розширення класичного вислову *не хлібом єдиним живе людина* за рахунок додавання компонента *гідністю* актуалізує морально-етичний вимір сучасного суспільного життя.

Отже, трансформація фразеологічних одиниць у публіцистичному дискурсі є важливим засобом стилістичного оновлення та виразності. Зміна модальності, лексична заміна та структурне розширення дозволяють авторам адаптувати усталені мовні конструкції до нових комунікативних завдань, зберігаючи їхню впізнаваність і водночас надсилаючи їм нових смислових відтінків.

Такі трансформації сприяють не лише естетичному збагаченню тексту, а й формуванню глибшого зв’язку з читачем, активізуючи його когнітивну діяльність та емоційне сприйняття. У такий спосіб фразеологізми постають як динамічні одиниці мови, здатні до гнучкої інтерпретації та стилістичної еволюції в межах сучасного мас-медійного простору.

2.1.6 Комбіновані типи структурно-семантичних трансформацій ФО

Часто в мас-медійних текстах автори використовують одразу декілька трансформацій для досягнення та підсилення задуманого. Наприклад, у реченні *«Але спершу кілька слів про те, як у світі примудряються* ***обходити граблі, на які Україна знову й знову наступає****»* використана ТФО *наступати на ті ж граблі*, а саме субституція компоненту *наступати* на дієслово *обходити* та розширення компонентного складу шляхом уведення додаткових уточнюючих компонентів – підмета, обставин тощо («Дзеркало тижня», 20.01.2023).

У реченні *«Але горе-крадію* ***фарт*** *того вечора* ***не усміхнувся****…»* автор вдається до ряду трансформацій ФО *удача посміхнулась* («Україна молода», 16.01.2023). Адресант замінює елемент *удача* на абсолютний синонім *фарт*, а також розширює склад сполуки уточнюючими компонентами *того вечора* і змінює тип сталого словосполучення зі стверджувального на заперечне за допомогою введення частки *не*.

Речення *«Кожна дитина колись* ***піде своєю дорогою****, але кожен батько у силі* ***відкрити дверця до всіх стежок****, яку вона в майбутньому може обрати»* демонструє дві ФО (*йти своєю дорогою*) та ФО *всі двері відкриті*, до якої додаються означенні та додаток («День», 26.01.2023).

Таким чином, комбіновані типи трансформацій фразеологічних одиниць у публіцистичному дискурсі є свідченням високого рівня стилістичної майстерності авторів, які поєднують різні структурно-семантичні прийоми з метою посилення експресивності, актуалізації змісту та формування інтертекстуального зв’язку. Застосування одночасно кількох трансформацій (субституція, розширення компонентного складу, модифікація модальності) дозволяє створювати нові смислові конфігурації, зберігаючи при цьому впізнаваність вихідної фразеологічної конструкції. Такий підхід сприяє гнучкому оновленню мовних одиниць, забезпечує їхню адаптацію до сучасного комунікативного контексту та розширює стилістичний потенціал

медіатексту. Трансформовані фразеологізми постають як динамічні елементи мовної системи, здатні до багаторівневої інтерпретації та емоційно-смислового впливу на реціпієнта.

2.1.7 Поєднання двох і більше ФО

Така контамінація відбувається на основі певної спільної ознаки і створює цілісний контекст, градацію тощо. Ця трансформація переважно використовує особливий виду суміщення декількох фразеологічних одиниць у мікроконтексті, часто (але не обов'язково) породжуючи каламбур.

Іноді поєднання двох ФО в одному реченні відбувається на основі спільного компонента або спільного значення, що відображено в наступних синтаксичних конструкціях: *«Держпідприємство дає роботу майже 300 працівникам, почувається нині зовсім не* ***«на коні»****, а, швидше,* ***на роздоріжжі»*** (обидві ФО – ***бути*** *на коні* та ***бути*** *на роздоріжжі* мають спільну лексему *бути*, яку вони опускають) («Дзеркало тижня», 02.02.2023); *«На цьому шляху* ***зроблено*** *лише* ***перші кроки****, але вже нині немає сумнівів, що держава, хоч і дуже повільно,* ***крокує у потрібному напрямку»*** (виділені ФО означають *рух*) («Голос України», 06.03.2023); *«****На місці стояти не можна****, бо ж* ***під лежачий камінь вода не тече»*** (ці ФО несуть *заклик до дій, змін*) («Голос України», 07.03.2023); *«Іншими словами, гітлерівці не просто свідомо* ***викошували до ноги*** *все або майже все цивільне населення конкретного села чи містечка, а також обов'язково* ***змітали з лиця землі*** *й сам населений пункт – життєвий простір цих людей»* (виділені ФО означають *абсолютне знищення*) («Голос України», 01.03.2023). Речення *«Що допомагає вам* ***утримуватись на гребені життєвої хвилі****,* ***не зупинятись на півдороги****?»* (перша ФО означає *найвищу точку успіху*, друга – *зупинитись на півдороги*) («Голос України», 07.03.2023).

Часом автор вводить декілька ФО, які виражають протилежні позиції автора, до прикладу, у реченні *«****Фортуна*** *таки вирішила* ***посміхнутися*** *вам, ощаслививши своїм заступництвом, але краще* ***розраховувати тільки на себе»*** («День», 09.02.2023) перша ФО означає *збіг обставин*, друга має протилежне значення – *досягати чогось власними силами*.

Наведемо приклади ТФО, де використані ФО не пов'язані між собою: *«Громадянам же* ***було невтямки****, що наближається…****заміна шила на***

мило…» («Дзеркало тижня», 19.01.2023); *«Батьки повинні* ***не проґавити моменту****, коли дитина починає цікавитися ліками, і* ***бити на сполох****…»* («Дзеркало тижня», 26.01.2023); *«Я бачу тільки один варіант, як* ***поставити ситуацію з голови на ноги****, взявши за* ***наріжний камінь*** *саме якість наукових публікацій і виключивши майже повністю можливість фальсифікацій»* («Дзеркало тижня», 26.01.2023); *«Не моя справа –* ***стягувати брудну білизну*** *зі* ***скелетів у шафі****»* («Дзеркало тижня», 26.01.2023) тощо.

Досліджені типи ТФО ми проаналізували та відобразили частотність їхнього вживання на шпальтах газет у вигляді схеми (Рис. 2, Додаток 3)

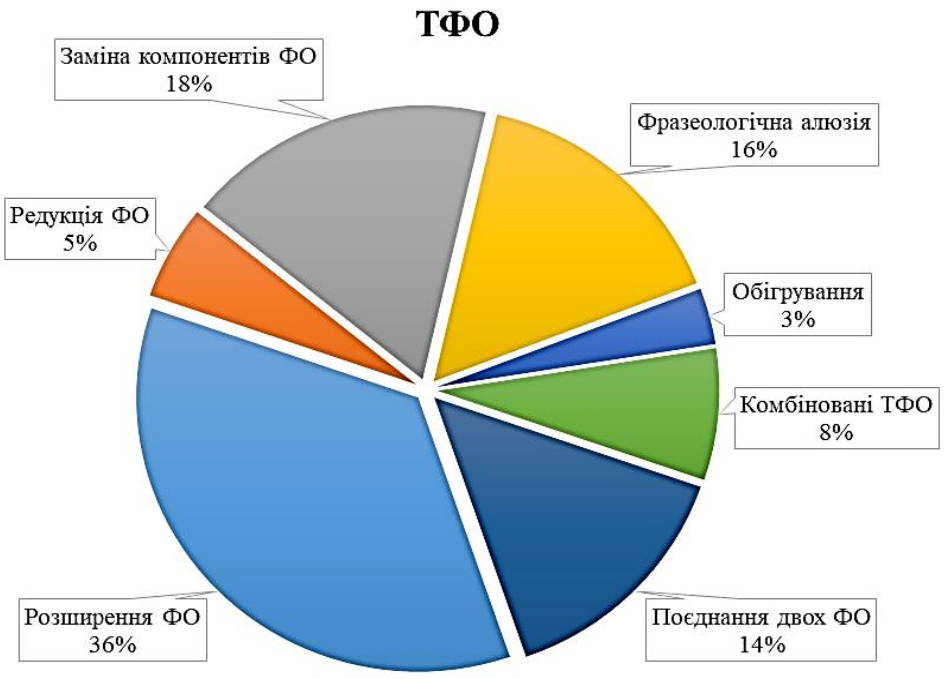


Рис. 2 – Частотність уживання ТФО в газетних текстах

2.2 ТФО в заголовках сучасних мас-медійних текстів

Заголовок – важливий компонент газетного тексту, який акумулює головну думку статті, творчо переосмислену автором. Заголовок має бути стислим, влучним, вимальовувати яскравий образ, який зможе зацікавити читача, і, власне, бути оригінальним, «свіжим» та незаштампованим. Для цього автори нерідко використовують ТФО, яка надає широковідомому вислову оновленого значення, яке базується на влучності стійкого словосполучення із адаптацією його до конкретної ситуації. Ця проблема була предметом наукових розвідок М. Ковальчука [42], О. Коваль [41], В. Богатько [12], О. Пономаріва [66], С. Гурбанської [21], Н. Бойченко [14], М. Шевчука [93] та ін.

Ми проаналізували заголовкові комплекси газет «Вінниччина», «Дзеркало тижня», «Україна молода», «Молодь України», «Голос України», «День» за 2023-2025 роки та, опираючись на створену нами класифікацію, доповнили її деякими позиціями (зокрема, група ТФО афористичного типу). Проаналізувавши кожну з груп, ми створили схему, яка відображає частотність уживання виокремлених ТФО у заголовках (Рис. 3, Додаток 4).

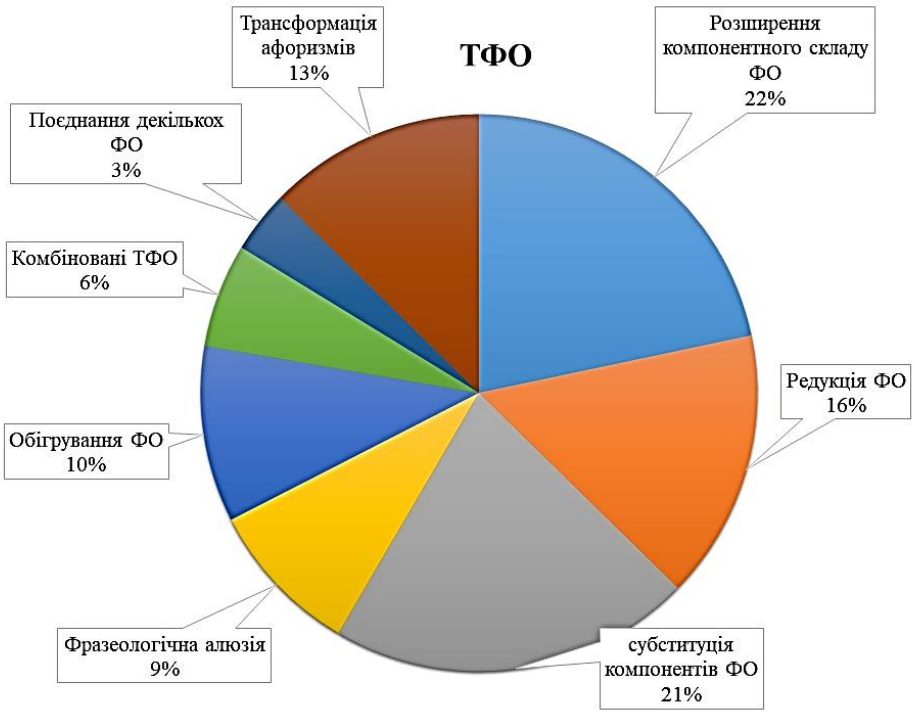


Рис. 3 – Частотність уживання ТФО в газетних заголовках

Пропонуємо розглянути кожну з груп на прикладі заголовків, дібраних із газет. Найбільшу групу становить ТФО, які змінюють свою структуру за рахунок *розширення компонентного складу ФО* (22%). Відомо, що на синтаксичному рівні ФО виступають одним членом речення, однак, після трансформації до вони можуть втрачати здатність виступати єдиним членом речення. Це часто є наслідком розширення ФО додатковими компонентами, які виступають іншими членами речення. Одним із таких прийомів є уточнення змісту фразеологізму, за допомогою увиразнюючого компоненту. Цю тенденцію спостерігаємо на прикладі заголовку *«**Місія** майже **нездійсненна**»* («Україна молода», 18.08.2023), у якому уточнюється міра складності завдання часткою *майже*.

Чільне місце серед ТФО є розширення **підметом**, який знайомить реципієнта із темою статті. Наведемо приклади таких заголовків на шпальтах газети: *«Колядка **пішла у люди**»* («Україна молода», 12.01.2024); *«Депутати – **собі не вороги**»* («Молодь України», 24.01.2023); *«Авдіївка **муляє очі**»* («Дзеркало тижня», 28.02.2023); *«Хліб **на вагу золота**»* («Україна молода», 24.02.2025); *«Вільні села **муляють очі**»* («Молодь України», 29.11.2024); *«Білий дім **тримає удар**»* («Молодь України», 08.02. 2024) тощо, в яких автор додає об'єкт, якого стосується ФО. Поширення підметом сприяє послабленню узагальненого звучання ФО та, водночас, звужує смисл стійкої сполуки до теми статті.

Значну групу ТФО, в результаті якої відбувається розширення компонентного складу ФО, становить поширення *означеннями.* У заголовку «Наталка Поклад: І знову **б'ю у** свого втомленого **дзвона.**..» ФО *бити у дзвона* поширюється займенником *свого* та прикметника *втомлений* («Україна молода», 20.01.2023). У заголовку «Поступова **зміна декорацій**» спостерігаємо розширення за рахунок компонента *поступова*, який вказує на перебіг процесу змін («Молодь України», 24.01.2024). Використовуючи означення *віденський*, автор локалізує значення ФО в реченні *«**У ритмі** віденського **вальсу**»* («Україна молода», 15.03.2023). Заголовок «**Спіймати**

кредитного **облизня**» демонструє поширення ФО за допомогою уточнюючого компонента, який загальне значення ФО *спіймати облизня* конкретизує й пристосовує до заданої тематики («Молодь України», 20.09.2023). У заголовку «Страшна **правда очі коле**» автор застосовує ТФО поширення означенням *страшна*, щоб сфокусуватись на характері викривальної істини, про яку буде йти мова («Україна молода», 25.05.2024).

Рідше вдається натрапити в заголовках на поширення *обставинними* компонентами, які, за зразком поширень означеннями, додають додаткову інформацію, оцінне ставлення автора або описують конкретну мовленнєву картину, як от у заголовку «**У гречку скочити** по-італійськи: у Театрі на Подолі презентували виставу «Вільні стосунки» («Україна молода», 07.03.2024).

Наведемо інші приклади: «**Покласти край** недоторканності» («День», 12.07.2023); **«Зв'язані руки»** стражів спадщини» («Дзеркало тижня», 06.06.2025). Додатковий компонент адаптує ФО до створеного контексту.

У заголовках трапляються приклади поширення компонентного складу сполуки за рахунок додавання одразу декількох членів, які відносяться до однієї ФО. До прикладу, заголовок «Журналісти **втерли носа** слідчим» демонструє, як ФО *втерти носа* поширюється підметом *журналісти* та додатком *слідчим*, чим у лаконічній формі описує ситуацію, про яку буде йти мова у статті («Вінниччина», 12.05.2023).

Іншим способом розширення ФО є додавання другої частини речення, яка може вступати з ФО у синонімічні, антонімічні та інші відношення. Наприклад, протиставні відношення між частинами відображені у заголовку «**Вовчі закони** олігархів чи демократичні засади?» («Дзеркало тижня», 11.07.2023). Фраза *вовчий закон* у переносному значенні вживається на позначення відносин у суспільстві, де панує воля сильних, а вислів *демократичні засади* має значення принципів рівноправності, порядності та загальної справедливості для всіх членів громади, тож поєднання цих сполук створює контраст.

Додаткова частина може включати співзвучний компонент із ФО або виражати загальне синонімічне значення. Зі стилістичного погляду – це один із тих індивідуально-авторських художніх засобів, які використовуються для підвищення експресивності та емоційності висловлювання. Наприклад: «**Мутні схеми** – мутний Дніпро» (спільний компонент *мутний)* («Молодь України», 03.02. 2024); «Як зігрітися Україні, або Як **«нагрівають»** українців» (гра слів за допомогою спільної кореневої морфеми *гріти* у прямому та переносному (обман, шахрайство) значеннях з метою зацікавити читача) («Дзеркало тижня», 19.01.2023).

Другу по репрезентації групу ТФО за результатами нашого дослідження становить **субституція фразеологічних компонентів** (21%). Найчистіше заміни робляться з метою 1) стилістичного увиразнення думки; 2) розгортання дії в потрібному плані, конкретному напрямі чи апеляція до певної сфери діяльності тощо; 3) створення гумористичного колориту чи сатиричного ефекту (в цьому випадку заміна часто відбувається на словесній подібності чи стилістичній контрасності); 4) модернізація та оновлення семантики традиційних образів; 5) рідше – конкретизації викладу, деталізації тощо; 6) вираженні підвищеної експресивності чи появи нового зниженого чи високого «звучання» виразу та ін.

До заголовків цієї категорії відносимо декілька типів, виокремлюємо чотири типи ТФО із заміною компонентів ФО – це субституція словами вільного вжитку, синонімічними одиницями, антонімічними сполуками до компонента, який замінюється та співзвучними компонентами для створення каламбуру. Розглянемо та проаналізуємо детальніше ці типи ТФО на конкретних прикладах.

Кожен приклад демонструє, як традиційна фразеологічна конструкція зазнає змін – лексичних, стилістичних або семантичних – з метою актуалізації , увиразнення чи створення експресивного ефекту.

Так, фразеологізм *не сотвори собі кумира* трансформовано у заголовку «Не сотвори собі медіа-персону» («Україна молода», 20.06.2023), де заміна

ключового компонента на сучасне поняття «медіа-персона» модернізує вислів і надає йому актуального значення.

У заголовку «Гуртом і москаля легше бити» («Молодь України», 28.03.2023) відбувається переорієнтація фразеологізму *гуртом і батька легше бити* на конкретну політичну ситуацію, що посилює емоційний вплив і створює контекстуальну насиченість.

Фразеологізм *не хлібом єдиним* трансформовано «Не сировиною єдиною («Дзеркало тижня», 05.07.2023), що є прикладом часто вживаної ТФО, адаптованої до економічної тематики.

Фразеологізм *камінь спотикання* у заголовку «Цифра спотикання» («Вінниччина», 13.07.2023) трансформовано шляхом заміни конкретного предмета на абстрактне поняття, що дозволяє адаптувати вислів до аналітичного контексту.

У заголовку «Дід поперек горла?» («Дзеркало тижня», 27.06.2023) фразеологізм *кістка поперек горла* набуває емоційної виразності через заміну неособового компонента на особовий, що посилює драматизм.

Фразеологізм *не все те золото*, *що блистить* у заголовку «Не все те золото, що вкрадене» («Вінниччина», 18.07.2023) трансформовано шляхом заміни прикметника на дієприкметник, що створює негативну конотацію.

У заголовку «До глибини кишені» («Україна молода», 17.01.2023) фразеологізм *до глибини душі* набуває стилістично зниженого звучання, що відповідає сатиричному або критичному контексту.

Фразеологізм *дурні думкою багатіють* у заголовку «Українці думкою багатіють» («Голос України», 12.01.2023) трансформовано шляхом заміни згрубілої лексики на нейтральну, зберігаючи при цьому значення вислову.

Нарешті, у заголовку «Дипломатів восени рахують» («Дзеркало тижня», 08.08.2023) фразеологізм *курчат рахують восени* трансформовано шляхом заміни назви *дитинчат тварин* на *назву осіб з високим статусом*, що створює жартівливий, стилістично знижений ефект.

Усі наведені приклади свідчать про активне функціонування трансформованих фразеологізмів у публіцистичному стилі, їхню здатність адаптуватися до нових контекстів, зберігаючи при цьому образність, експресивність і комунікативну силу.

Такі трансформації активізують читача, додають експресивності та оцінного значення статті ще до її прочитання. Ми виявили, що в більшості випадків, обидва компоненти – традиційний і замінений (авторський) – зазвичай належать до однієї і тієї ж частини мови та граматичної форми, хоч можлива і структурно невпорядкована заміна, наприклад, одного компонента на групу слів. Наприклад: «Не **дровами** єдиними» (субституція компонента *хліб* (однина) на компонент *дрова* (множина) («Голос України», 17.01.2024); «Не все те золото, що **вкрадене**» (заміна частин мови: *блищить* – дієслово, *вкрадене* – дієприслівник) («Вінниччина», 18.07.2023). Цікавою є заміна широкого поняття на вузьке, конкретного на абстрактне, до прикладу: «**Дружба** пізнається у біді» (субституція компонента *друг* на *дружба)* («Дзеркало тижня», 19.09.2024).

Часто зустрічається субституція компонентів, які є синонімічними до тих, які зафіксовані в оригінальній ФО. Синонімія відбувається на основі певної подібності.

Так, у заголовку «Світ не без чесних людей» («Україна молода», 01.08.2023) трансформовано фразеологізм *світ не без добрих людей* шляхом заміни прикметника добрих на чесних, що конкретизує позитивну характеристику людини та надає вислову морально- етичної спрямованості.

Фразеологізм *своя сорочка ближче до тіла* у заголовку «Своя кишеня ближче до тіла («Вінниччина», 23.01.2024) трансформовано через заміну загального поняття сорочка на конкретніше – кишеня, що посилює матеріальну конотацію та створює іронічний ефект.

У заголовку «Із такими цінами борщу не звариш» («Голос України», 16.05.2023) відбувається субституція у фразеологізмі *каші не звариш*, де заміна

каші на борщу зберігає загальне значення, але адаптує вислів до економічної тематики.

Фразеологізм *темна конячка* у заголовку «Чорна конячка» («Україна молода», 17.01.2024) трансформовано шляхом синонімії, де *темна* замінено на *чорна* – це зберігає образність і значення , але надає вислову більш прямого, менш метафоричного звучання.

У заголовку «Говорити – не ціпом махати» («Вінниччина», 20.01.2024) трансформовано фразеологізм *язиком вихати*, замінивши експресивно марковану одиницю на стилістично нейтральну конструкцію, що зберігає зміст, але знижує емоційне забарвлення.

Фразеологізм *картина масло* у заголовку «Картина мастилом» («Дзеркало тижня», 16.01.2024) трансформовано шляхом заміни компонента на близький за значенням – *масло* на *мастило*. Обидва слова позначають речовини зі схожою консистенцією, що дозволяє зберегти образність, водночас створюючи стилістичний ефект оновлення.

Усі приклади демонструють, що трансформація фразеологізмів у публіцистичному стилі є засобом мовної гри, актуалізації значення та створеннянових асоціативних зв’язків. Такі зміни не руйнують структуру фразеологізму, а навпаки – розширюють його функціональні можливості, адаптуючи до сучасного мовного простору.

Субституція у компонентному складі на основі синонімічних відношень відбувається за наявності спільної сфери вживання, певного аспекту, на засадах конкретного й абстрактного. Таке явище сприяє оновленню складу ФО та стирання заштампованості.

Нерідко трапляються заміни на основі *протиставлень одного з компонентів ФО,* наприклад: «У кінці тунелю – суцільна темрява» («Вінниччина», 31.01.2023). ФО у *світло в кінці тунелю* після трансформації містить антонімічний компонент *темрява*, чим створює враження безнадії, протилежне до значення ФО. Наведемо інший приклад: «Лихо з туману» – назва «Лихо з розуму» трансформує компонент *розум* на слово *туман*, яке в

межах ФО *туман вісімнадцятий* має значення недалекості, дурості і утворює антонімію) («Молодь України», 17.01.2023).

Ще однією субституцією, яка часто зустрічається у заголовках, є *заміна співзвучними компонентами для створення каламбуру* (досягнення іронічного ефекту за допомогою гри слів). Приклад ілюструють заголовки «Ну і Бонд із тобою!» (субституція *Бог* на компонент *Бонд*) («Україна молода», 22.02.2024); «Хаб або пропав», у ФО *Хап або пропав* замінює компонент, в якому відрізняються звуки *[б]* і *[п]*, що утворюють корелятивну пару глухий – дзвінкий («Вінниччина», 27.09.2024); «Щоб не ЗНОсило «дах» (графічне виділення окремих літер) («День», 07.03.2025); «КОПайте глибше» («Молодь України», 20.01.2025).

Окрему групу ТФО цього типу складають заголовки, які вміщують омонімічний компонент. Наприклад, компонент *грім* у заголовку «І буде «Грім» серед ясного неба: чим вражатиме цьогорічний парад до Дня Незалежності» є складовою ФО *як грім серед ясного неба*, але в окресленому контексті йдеться не про явище природи, а про комплекс «Грім-2», що ми дізнаємось, ознайомившись із статтею («Вінниччина», 05.09.2024). Цікавим є використання омоніму *яблуко* у заголовку «Яблуко» спокуси», який інформує про компанію Apple (з англійської – *«яблуко»*) («Молодь України», 07.08.2024).

Однією із найбільших груп (16%) є ТФО, що полягає в *редукції компонентного складу ФО.* Редукція – явище характерне для живого мовлення, яке використовується для мовної економії. Наведемо деякі з прикладів цього явища: «Де зимують раки» («Молодь України», 12.07.2023); «На двох стільцях» («День», 24.11.2024); «На гарячому» («Вінниччина», 03.01.2024) тощо. Більшість пропущених компонентів – дієслова. Це можна пояснити тенденцією до використання іменникових заголовків у газетах, наприклад, у таких конструкціях: «Як сир у маслі» (пропущений компонент – *крутитися*) («Молодь України», 02.03.2024); «Плече в пеклі війни» (порівняймо, *підставити плече*) («Вінниччина», 01.03.2025); «Мінорні ноти»

(«День», 07.03.2025) (ФО *закінчувати на мінорній ноті*); «Романси про фінанси» (редукція компоненту *співають*) («Молодь України», 15.02.2024); «На гарматний постріл» (редукція *не підпускати*) («День», 08.08.2024); «На дві голови вище» (скорочення дієслова *стрибати*) («Вінниччина», 21.03.2025); «Замки на піску» (опущено компонент *будувати*) («Молодь України», 19.01.2024). Утрата дієслівного компонента пояснюється тим, що в цих ТФО важливий не стільки процес дії, скільки факт її наявності та результат.

Значний пласт ТФО з редукованими компонентами мають в основі прислівну структуру: «Риба шукає, де глибше» (пор. *риба шукає, де глибше, а людина – де краще*), у якій залишається лише перша частина вислову. Редуковані ФО такого типу є загальновживаними, відомими у повному вигляді, тому немає потреби вживати ФО повністю. Таким чином, таке скорочення не впливає на його інтерпретацію реципієнтом. Така редукція відображена в наведених реченнях: «Яблуко від яблуні...» (скорочення компонентів *недалеко падає*) («Молодь України», 02.06.2025); «Що посієш...» (відкидання другої частини *те й пожнеш*) («Вінниччина», 22.02.2024); «Чули дзвін» («День», 17.01.2024); «Мовчання – золото» («Вінниччина», 12.09.2024); «Говорили, балакали...» («Молодь України», 08.02. 2025); «Дим не без вогню» («Вінниччина», 28.07.2025) та ін. Подібні заголовки відзначаються не лише лаконічністю, а й додатковою експресивно-емоційною виразністю. У всіх проаналізованих ФО звузились межі ФО, але скоротились лише мало важливі компоненти, стрижневі компонентів ж зберігаються.

Ще однією вагомою групою є *фразеологічні алюзії (фразеологічні натяки)* (9%). Цей засіб трансформації апелює до вже відомих виразів, фраз, які можуть мати найрізноманітніше джерело: від літератури, мистецтва до рекламних слоганів тощо. Почнемо аналіз фразеологічних алюзій, які реалізуються через використання однорідного компоненту.

Широкий пласт ТФО цієї групи базується на *використанні однорідних з одним із компонентів ФО слів.* Заголовок «Чорна скринька» *політв'язнів»*

нагадує ФО *скринька Пандори* («Молодь України», 13.01.2024). Використання спільного компонента *скринька* дозволяє ідентифікувати трансформацію. У цьому ФО тільки два компоненти, але заміна може бути не лише синонімічною, а буквально за допомогою використання тільки одного компоненту, вмонтованого в іншу структуру, як наприклад, у заголовку «Наше болото вже в Європі» («Вінниччина», 6.01.2024). Автор трансформує ФО *кожна жаба своє болото хвалить*, залишаючи лише стрижневий компонент *болото*, означення своє змінює на займенник тієї ж категорії *наше*. Заголовок «Ліс – не голка!» нагадує ФО *шукати голку в стозі сіна,* але автор трансформує його у заперечно-окличне твердження з чіткою авторським баченням («Молодь України», 17.07.2024). Це створює експресивний та емоційно-виразний ефект. ФО *камінь спотикання* трансформується у заголовку «Новобудова **спотикання**» («Вінниччина», 20.04.2024). Крім того, частим є фразеологічні алюзії, в яких відбувається покликання на прислів'я та приказки. До прикладу, у заголовку «У вмілого *руки не бояться»* спостерігаємо схожість із ФО *очі бояться, а руки роблять* («Молодь України», 14.11.2024).

Інша група ТФО цієї категорії – *ТФО з використанням синтаксичних конструкцій уже існуючих ФО чи загальновідомих виразів із заміною їх компонентів.* Цей засіб виражає протилежну тенденцію фразеологічного натяку. У залученні синтаксичної конструкції ФО автор використовує відомий вираз лише в якості «скелету» з подальшим заповненням його потрібними для створеної комунікативної ситуації лексемами. Конструкції, які автор бере за основу, можуть мати різне джерело: прислів'я, приказки та інші ФО, відомі вислови діячів науки, телевізійні та рекламні слогани, крилаті вислови, фрази з художньої літератури, які стали відомими.

Частою є трансформація конструкції ФО *око за око: «Постріл за постріл».* За аналогією до ФО *ворон ворону око не виклює* автор використовує заголовок «Генпрокурор прокурору ока не виклює» («Молодь України»,

31.10.2024), чим виражає своє ставлення до ситуації та створює стилістичне й емоційне навантаження.

Іноді автор використовує синтаксичні конструкції з наукової сфери, до прикладу, ФО *дайте мені опору і я переверну світ*, яка належить Архімеду, автор адаптує декілька компонентів на ті, які конкретизують зміст статті, формулюючи наступний заголовок: «Дайте модель фінансування науки, і я…» («Вінниччина», 26.01.2024).

На шпальтах газет зустрічаються також літературні конструкції, які зазнали трансформацій. Так, заголовок «Хроніка зради, про яку всі знають наперед» є перелаштуванням компонентного складу ФО-назви твору Г. Г. Маркеса «Хроніка однієї смерті, про яку знали наперед» («Вінниччина», 01.08.2023). Прочитавши статтю, ми розуміємо зв'язок ТФО з її змістом, в якій заголовок відіграє викривальну роль, виражає підсумок цілого тексту та особисте ставлення автора до подій.

Отже, конструкціями, які лягають в основу таких трансформацій, можуть бути популярні вислови з усіх сфер людської життєдіяльності, з різних мов. Головною умовою цього типу трансформації є те, щоб читач зрозумів заміну, щоб вона виявилась ефективною. Але конструкції, які мають походження літературних, наукових та інших сфер, стають відкритими для повної інтерпритації читачем лише за умови, що реципієнт знайомий з їхнім джерелом.

Не менш цікавою є група ТФО на основі *обігрування, перефразування загальновідомих виразів* (10%). Переосмислення загальновідомого вислову автори здійснюють, перетворивши його із стверджувального на заперечний або із запитального на стверджувальний, чим додають експресивної виразності.

Наприклад, такі ТФО спостерігаємо у заголовках «Насильно милим будеш?» («Україна молода», 12.07.2024); «Біда» навчить?» («День», 10.01.2024); «Чи дістанеться на горіхи?» («Україна молода», 11.07.2024); «Не стрибати вище голови?» («День», 29.08.2024); «Не б’є – значить, любить»

(«Україна молода», 15.12.2023); «На кого перевести стрілки?» («Україна молода», 21.03.2023); «Куди тягнуться ниточки?» («День», 05.04.2024) та ін. автор трансформує із розповідного типу речення на питальне. Більшість заголовків, які використовують цей прийом, змушують читача сумніватись. Якщо в початковому вигляді ФО констатує загальну істину, то у питальному реченні автор народжує сумніви у читача, не дає однозначної відповіді. Її для себе має знайти кожен читач, оцінивши аргументи, наведені у статті. Отже, питальна структура разом із трансформованими питальними засобами (питальні частки, слова, порядок слів, є частим методом при формулюванні заголовку.

Частим є *обігрування ФО завдяки трансформації способу висловлення ФО із стверджувальних у заперечні та навпаки.* Таким чином, стверджувальні ФО можуть переходити у розряд заперечних, а заперечні – у стверджувальні. Заголовки «Треті – не зайві» (пор. *третій зайвий*) («Україна молода», 18.07.2024); «Гроші таки пахнуть» (пор. *гроші не пахнуть*) («Дзеркало тижня», 21.03.2024); «Копійка гривню не береже» (пор. *копійка гривню береже*) («Україна молода», 04.07.2024); «І один у полі воїн» (пор. *один у полі не воїн*) («Дзеркало тижня», 22.02.2024); «Не втримав за зубами» (пор. *втримати язика за зубами*); («Україна молода», 17.05.2023). Завдяки зміні способу висловлення, автор піддає сумніву зміст ФО та інтригує, кидає виклик читачеві. Тому така заміна підвищує зацікавлення до матеріалу завдяки трансформованому заголовку.

Менш продуктивною, але однаково цікавою для нашого дослідження є група ТФО, яка полягає в *поєднанні двох і більше ФО* в одному контексті (3%). Розглянемо деякі з них: «Великому кораблю – велике плавання. І... підводні камені» (поєднання двох ФО на основі асоціативної спорідненості, морської тематики) («Україна молода», 05.04.2023); «Управа на «троянського коня» (поєднання ФО знайти управу та троянський кінь) («День», 23.02.2024); «Коли Адамові хочеться у гречку: «Розбитий глек» перекладали Іван Франко і Юрій

Андрухович» (поєднання двох ФО, зв'язок яких зрозумілий лише після прочитання книги) («Україна молода», 08.12.2023).

Натрапляємо на змішані ТФО, які ми виокремили у групу *комбінованих типів структурно-семантичних ТФО* (6%). Іноді важко виокремити тільки один вид ТФО, адже автор може змінювати ФО різнопланово для досягнення своєї мети. Тому доцільно розглядати групу, яка вміщує різноманітні ТФО для витворення заголовків: «За сином – на край світу» (редукція компонента *піти* та розширення ФО додаванням уточнюючого сполучення *за сином* («День», 23.06.2025); «Язик до миру доведе?» (обігрування за метою виловлювання та заміна компонента *Києва* на контекстуальний компонент *миру* («Дзеркало тижня», 07.02.2024); «А крайній – півень» (редукція повної ФО реченнєвого типу (*хто крайній – невістка*) та субституція компоненту невістка на *півень* з метою пристосування ФО до конкретної ситуації) («День», 31.01.2024); «Прокурори «під ковпаком» (скорочення *бути під ковпаком* та розширення компонентного складу словом вільного вжитку) («День», 21.03.2024); «Світ під прицілом» (редукція слова *бути*, пор. бути під прицілом та розширення додаванням слово *світ*) («Дзеркало тижня», 22.02.2023); «Дрібка музики у діжку воєнного дьогтю...» (субституція *ложка дьогтю* на компонент *дрібка музики* та розширення означенням *воєнного*) («День», 08.02. 2023).

Вагомий пласт ТФО становлять *зміни ФО афористичного типу.* Афоризми за ступенем сконцентрованості думки і образністю є близькими до ФО. Крім того, вони вносять широку палітру смислів, додаткову експресію. Перефразування відомих крилатих фраз, поширених у ЗМІ, і не стільки свідчать про ерудицію мовця, скільки про характер сприймання світу сучасною людиною. В межах цієї категорії ми виділили шість груп ТФО,

співвідношення частотності вживання яких відображено у вигляді діаграми (Рис.3, Додаток 4).

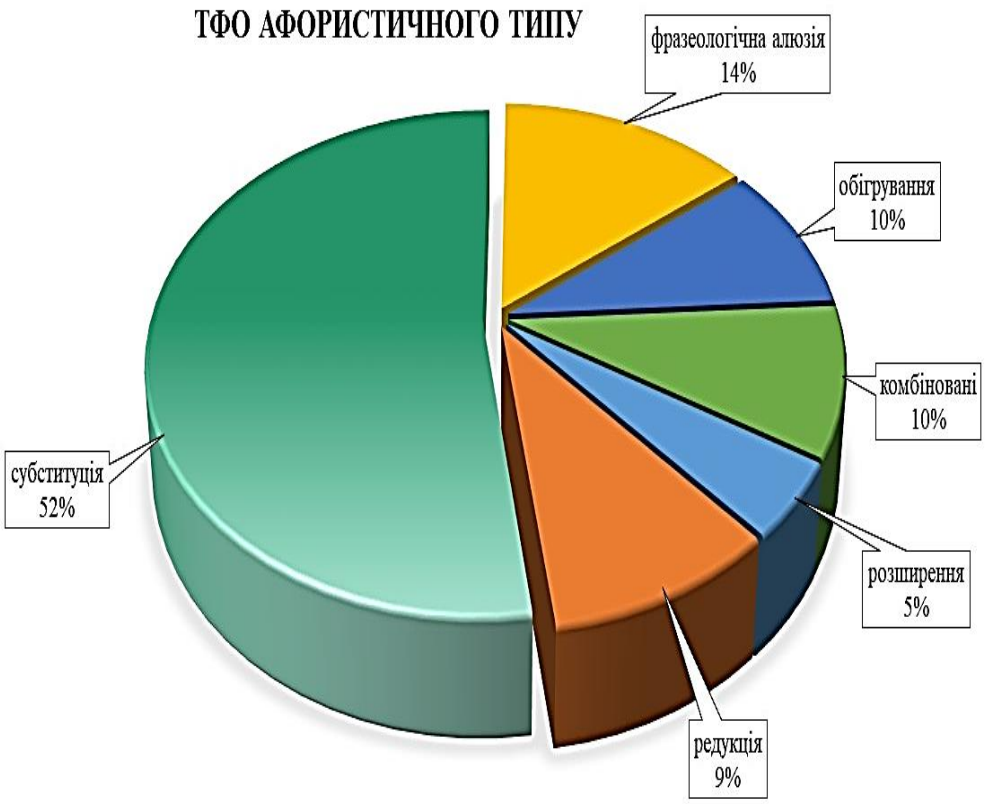


Рис. 3 – Співвідношення видів ТФО афористичного типу в заголовках мас-медійних текстів

У межах цієї групи знаходимо приклади *розширення компонентного складу* ФО: «Алгоритм життя або «лихо з розуму»: рецензія на книгу Сенеки «Моральні листи до Луцілія» (додавання другої частини речення) («Дзеркало тижня», 15.08.2023) та *редукції компонентного складу* ФО: «...І свого не цурайтесь» («День», 07.11.2024); «А на тім рушникові...» («Україна молода, 15.08.2024).

Найбільш продуктивною для окресленої групи ТФО є *субституція компонентного складу ФО,* а саме заміна компонентів фразеологізму словами вільного вжитку: *«Садок вишневий для валюти»* (пор. *садок вишневий коло хата*, використана ТФО створює негативу конотацію, перетворюючи мальовничу картину природи, зображену Т. Шевченком, на ФО зі зниженою,

викривальною конотацією) («Голос України», 05.12.2023); Ще одна цитата Т. Шевченка трансформована в заголовку «Додолу пальми гне високі...» («Вінниччина», 29.03.2023). Назва книги «Їж, молися, люби» трансформована на ФО *«Їж, дивися, люби!»* («Голос України», 12.09.2023). Заголовок «Слони не винні» ілюструє заміну компонента *кон*і на *слони* («Вінниччина», 22.12.2023); Трапляються випадки субституції на основі гри, наприклад: «Плач по Ярославу» («Голос України», 29.08.2024).

Частина ТФО із субституцією стосується загальновідомих фраз, як от «І все-таки вона йде!..» (за аналогією до *і все-таки вона крутиться* – Галіллео) («Голос України», 11.05.2023). Зазначимо, що переважна більшість компонентів, які зазнали заміни – це іменники, і лише незначний відсоток – дієслова.

Великий пласт ТФО афористичного типу припадає на *фразеологічну алюзію.* Наведемо деякі приклади: «Зупинити геростратів» («Україна молода», 28.02.2023); «Пернаті не винні» (за аналогом *«Коні не винні»*) («Дзеркало тижня», 17.03.2024); «В очікуванні Судного дня» (за зразком до *«В очікуванні Годо*») («Голос України», 17.02. 2024).

Серед виокремлених ФО невелику групу становлять *обігрування, перефразування загальновідомих виразів:* «Чи «зареве» Ревучий?» (Зміна розповідного типу речення на питальний) («Голос України», 17.02. 2024); «Над прірвою не у житі» (зміна ствердження на заперечення) («Дзеркало тижня», 04.10.2024).

Отже, фразеологічна алюзія як різновид афористичного типу трансформованих фразеологічних одиниць посідає вагоме місце в сучасному газетному дискурсі, зокрема в заголовках. ЇЇ використання дозволяє авторам не лише актуалізувати культурний і літературний контекст, а й створити яскравий емоційно-експресивний ефект. що сприяє глибшому сприйняттю змісту. Наведені приклади демонструють як алюзії на відомі вислови, літературні назви чи крилаті фрази набувають смислових відтінків у контексті актуальних подій.

Окрему стилістичну функцію виконують обігрування та перефразування загальновідомих виразів, які, змінюючи синтаксичну структуру або модальність, створюють ефект несподіваності, іронії чи глибокої метафоричності. Такі трансформації не лише збагачують заголовковий фонд, а й свідчать про високий рівень креативності журналістського мовлення.

Таким чином, афористичні ТФО. Зокрема фразеологічні алюзії та перефразування, є потужним інструментом стилістичного впливу, що поєднує інтертекстуальність, емоційність і прагматичну спрямованість сучасної медіамови.

2.3 Висновки до розділу ІІ

Отже, процес ТФО особливо помітний на шпальтах сучасної періодики, що дає можливість актуалізувати архаїчні ФО у газетних текстах, оновлюючи й урізноманітнюючи їхню внутрішню форму за рахунок змін їхнього лексичного значення та структури.

З огляду на отримані нами результати, найчастіше ТФО трапляються у вигляді *розширення та скорочення компонентного складу, субституції*, ТФО афористичного типу, рідше – у формі *фразеологічних алюзій, обігрувань, комбінувань та поєднань декількох ФО в одному контексті*.

Аналіз уживання ТФО у газетних текстах та в їхніх заголовках довів, що у процентному відношенні частота використання автором таких засобів, як субституція компонентів ФО та використання комбінованих типів ТФО в обох випадках показують фактично однакові результати. Адресанти в реченнєвих конструкціях мас-медійних текстів набагато частіше вдаються до фразеологічних алюзій та введення одразу двох ФО в синтаксичну конструкцію, ніж у заголовках. Тоді, як ТФО в заголовкових комплексах ілюструють переважання серед таких категорій, як розширення компонентного складу ФО, редукції компонентів та обігруванні відомих виразів. Варто зазначити, що в межах ТФО в заголовках періодичних видань виділяємо набагато ширший спектр трансформацій та їхніх видів, наприклад, ми виокремили окрему категорію «ТФО афористичного типу».

Досліджувані нами типи ТФО дають можливість авторові заінтригувати, зацікавити чи насмішити реципієнта, викликати певне враження ще до прочитання головного тексту.

Таким чином, трансформації ФО на сторінках періодичних видань влучно інтерпретують народний голос, надаючи нового життя загальновідомим мовним одиницям. Різноманітність ТФО засвідчує актуальний стан розвитку мови та допомагає прослідкувати її динамічний розвиток у площині фразеологічних явищ.

РОЗДІЛ 3.
МЕТОДИКА ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНОГО ЗВУЧАННЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В ЗАКЛАДІ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

3.1 Методичні засади вивчення фразеологізмів у шкільному курсі української мови

Фразеологія є важливою складовою мовної системи, що сприяє розвитку образного мислення, мовного чуття та комунікативної компетентності учнів. Вивчення фразеологізмів у шкільному курсі української мови має не лише лінгвістичне, а й виховне значення, оскільки фразеологізми відображають національну культуру, ментальність, історію та світогляд українського народу.

Згідно з Державним стандартом базової середньої освіти (2020) та Типовими навчальними програмами з української мови (5–9 класи), вивчення фразеології спрямоване на формування в здобувачів:

Сучасна методика вивчення фразеологізмів грунтується на інтеграції комунікативно-діяльнісного, когнітивного та культурологічного підходів, що забезпечує цілісне сприйняття фразеологічної одиниці як мовного, мисленнєвого та культурного феномена. Такий міждисциплінарний підхід сприяє формуванню в здобувачів загальної середньої освіти не лише лінгвістичної, а й комунікативної, соціокультурної та когнітивної компетентностей.

Комунікативно-діяльнісний підхід орієнтований на формування мовленнєвої діяльності, у якій фразеологізми виступають як засоби реалізації мовленнєвих інтенцій. Він передбачає:

- ✓ використання фразеологізмів у реальних комунікативних ситуаціях (діалоги, дискусії, рольові ігри);
- ✓ контекстуалізацію фразеологічних одиниць у текстах різних жанрів (зокрема публіцистичних і медійних);
- ✓ розвиток мовленнєвої інтуїції через вправи на трансформацію, варіативність, стилістичну адаптацію фразеологізмів.

Когнітивний підхід дозволяє розглядати фразеологізми як репрезентанти концептів, що відображають національно-культурну картину світу. У межах цього підходу:

- ✓ аналізуються когнітивні механізми формування фразеологічного значення (метафора, метонімія);
- ✓ здійснюється семантичне моделювання фразеологізмів з залученням концептуального аналізу.

Культорологічний підхід спрямований на усвідомлення фразеологізмів як носіїв культурної пам’яті. Він реалізується через:

- ✓ вивчення етимології фразеологізмів, пов’язаної з історичними подіями, традиціями, фольклором;
- ✓ аналіз фразеологічного матеріалу в контексті сучасної масової культури, зокрема в медіатекстах, рекламі, публіцистиці.

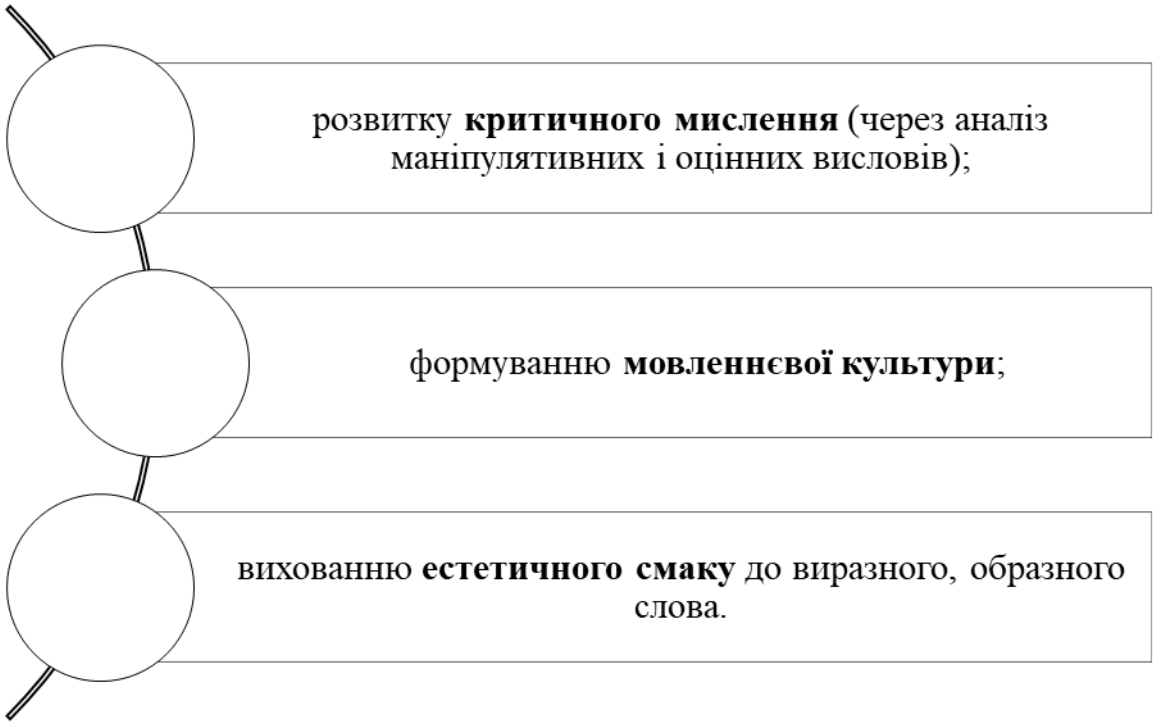
Практична інтеграція в освітній процес зазначених підходів забезпечує зв’язок між мовною теорією та практикою мовлення, між шкільною лінгвістикою та рекламним мовним середовищем. Особливо важливою є робота з фразеологізмами з газетних дискурсів, де вони виконують експресивну, оцінну та маніпулятивну функції, а також слугують індикаторами мовної динаміки та актуальних соціокультурних процесів.

Таким чином, сучасна методика вивчення фразеологізмів здобувачами загальної середньої освіти не лише розширює їхній кругозір, а й формує в них критичне мислення, інтерпретаційну компетентність і чутливість до мовних нюансів, що є необхідними для повнозначної участі в сучасному комунікативному просторі.

3.2 Формування емоційно-експресивної компетентності здобувачів загальної середньої освіти у процесі роботи з газетними текстами

Вивчення емоційно-експресивного потенціалу фразеологізмів у закладі загальної середньої освіти доцільно здійснювати на матеріалі сучасних публіцистичних текстів, адже саме газета є живим джерелом фразеологічної творчості, відображенням мовної динаміки та актуальних суспільних процесів.

Газетні тексти – це зразок функціонального використання фразеологізмів у ролі засобів емоційного впливу на читача. Робота з ними сприяє:



У газетних заголовках, новинних повідомленнях, аналітичних статтях та інтерв'ю активно використовують фразеологізми як засоби емоційного впливу, оцінки, іронії, сатири, що робить їх надзвичайно ефективним дидактичним матеріалом.

Формування *емоційно-експресивної компетентності* здобувача освіти сприяє розвитку мовленнєвої чутливості, критичного мислення, що є важливими складовими сучасної освіти.

Емоційно-експресивна компетентність охоплює здатність здобувачів освіти:

- ✓ розпізнавати емоційно забарвлені мовні одиниці;
- ✓ інтерпретувати їхню стилістичну функцію в контексті;
- ✓ адекватно використовувати фразеологізми у власному мовленні для вираження ставлення, оцінки, емоційного забарвлення.

Газетна мова активно використовує фразеологізми для:

- ✓ **експресивного загострення повідомлення**: *Уряд наступив на ті самі граблі* («Вінниччина», 23.04.2924);
- ✓ **іронічного дистанціювання**: *Обіцянки – як з гуски води* («Голос України», 12.03.2923);
- ✓ **емоційної оцінки**: *Сіли на голову виборцям – і не злазять* («Молодь України», 23.09.2024);
- ✓ **стилістичного маркування теми**: *Замість реформ – ганяють вітер по світу* («Україна молода», 26.09.2024).

Такі приклади не лише демонструють не лише стилістичну гнучкість фразеологізмів, а й дозволяють здобувачам аналізувати емоційний тон повідомлення, позицію автора, прагматичну мету тексту.

У процесі формування емоційно-експресивної компетенції здобувачів доцільно застосовувати такі методичні прийоми роботи з газетними текстами:

- ✓ контекстуальний аналіз фразеологізмів у заголовках і статтях;
- ✓ інтерпретаційні вправи: *визначення емоційного тону, стилістичної функції, авторської позиції*;
- ✓ трансформаційні завдання: *перефразування, стилістичне редагування, створення альтернативних заголовків*;
- ✓ порівняльний аналіз: *зіставлення фразеологізмів у різних медіа* (новини, реклама, блоги);
- ✓ творчі завдання: *написання власних публіцистичних текстів з використанням фразеологізмів*.

На уроках української мови доцільно використовувати такі форми роботи:

Такі види діяльності сприяють формуванню мовленнєвої творчості, комунікативної гнучкості та емоційної грамотності здобувачів.

Таким чином, цілеспрямоване та систематичне вивчення фразеології на матеріалі сучасної публіцистики забезпечує не лише поглиблення знань про мову, а й сприяє формуванню мовленнєвої творчості, комунікативної гнучкості та емоційної грамотності школярів, що є ключовим завданням сучасної філологічної освіти.

3.3 Урок-дослідження на тему «Емоційно-експресивний потенціал фразеологізмів у газетних текстах» (8–9 класи)

У шкільному курсі української мови (8–9 класи) вивчення фразеології є сприятливим моментом для розвитку мовленнєвої творчості здобувачів, уміння відчувати стилістичні відтінки слова, розрізняти емоційне й нейтральне забарвлення вислову. Тому дослідження емоційно-експресивного потенціалу фразеологізмів у газетних текстах має не лише теоретичне, а й практичне значення: воно сприяє формуванню у здобувачів культури мовлення, аналітичного мислення, здатності інтерпретувати тексти засобів масової інформації.

Метою уроку-дослідження є з'ясування ролі фразеологізмів у створенні емоційно-експресивного забарвлення газетних текстів, визначення їхніх стилістичних функцій і вироблення в здобувачів освіти навичок самостійного аналізу мовних явищ у публіцистичному стилі.

Тип уроку: Урок-дослідження (проєктно-аналітична діяльність)

Мета:

✓ **формувальна**: навчити здобувачів знаходити фразеологізми у газетних текстах, визначати їх стилістичну роль;

✓ **розвивальна**: удосконалювати навички аналізу інформаційних матеріалів, критичного читання, вміння працювати з джерелами;

✓ **виховна**: формувати культуру мовлення, емоційно-ціннісне ставлення до українського слова, медіаграмотність.

Очікувані результати:

Після уроку здобувачі освіти:

✓ визначають фразеологізми та їхні типи;

✓ розкривають їхнє емоційно-експресивне забарвлення в газетних текстах;

✓ аналізують вплив фразеологізмів на читача;

✓ створюють міні-аналітичний матеріал (інфографіка, нотатка, короткий допис).

Обладнання та ресурси:

✓ роздруківки газетних статей / електронні версії (наприклад: «Укрінформ», «Суспільне», «Дзеркало тижня»)

✓ стікери, маркери, гаджети

✓ інтерактивна дошка Padlet

Хід уроку

1. Організаційний момент

Емоційний настрій – вправа «Термометр відчуттів»

2. Актуалізація знань

Мозковий штурм:

✓ Що таке фразеологізм?

✓ Які з них емоційно забарвлені?

Колективне створення хмари слів (онлайн дошка).

https://padlet.com/dashboard?filter=combined_recents&mobile_page=LayoutPicker

3. Мотивація

Чому журналісти використовують фразеологізми? Що вони додають тексту – серйозності, гумору, виразності?

4. Дослідницький блок

Здобувачі працюють у групах за алгоритмом:

Завдання:

1. Отримайте газетний текст.
2. Знайдіть фразеологізми (2–5 одиниць).
3. Визначте:

✓ значення;

✓ емоційно-експресивне забарвлення (іронія, критика, підтримка, співчуття тощо);

✓ мету використання.

4. Складіть міні-таблицю

Фразеологізм	**Значення**	**Емоційне забарвлення**	**Для чого використано**
з перших уст	інформація з джерела	довіра	підсилення достовірності

Створіть:

✓ *інфографіку / міні-пост*, використовуючи платформу Canva «Фразеологізми, що роблять текст живим»;

або

✓ *короткий усний «звіт журналіста».*

5. Презентація результатів

Кожна група презентує дослідження (1–2 хв).

Критерії оцінювання:

✓ точність аналізу;

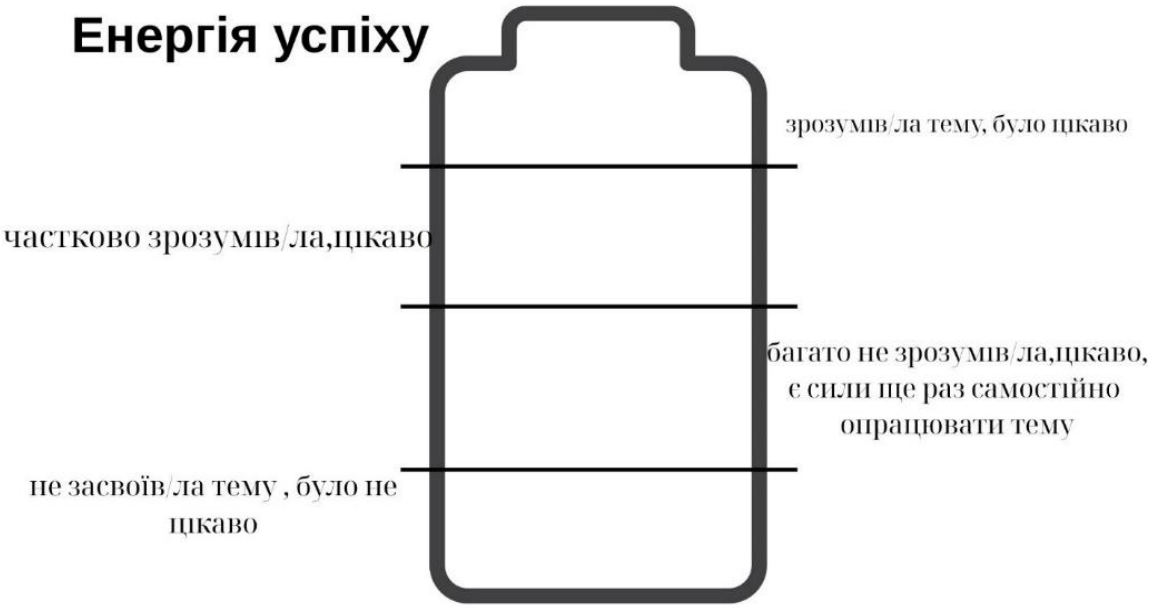
✓ повнота інтерпретації;

✓ творчий підхід;

✓ співпраця в групі.

6. Рефлексія

Метод «*Енергія успіху*»:



Запитання:

Який фразеологізм сьогодні вам найбільше сподобався? *Чому*?

Домашнє завдання (на вибір):

✓ **творче**:

Створити міні-газетну замітку (7–10 речень) із 3–5 фразеологізмами.

✓ **аналітичне**:

Знайти в інтернет-виданні 5 фразеологізмів і визначити їх емоційний ефект.

✓ **проєктне (для охочих):**

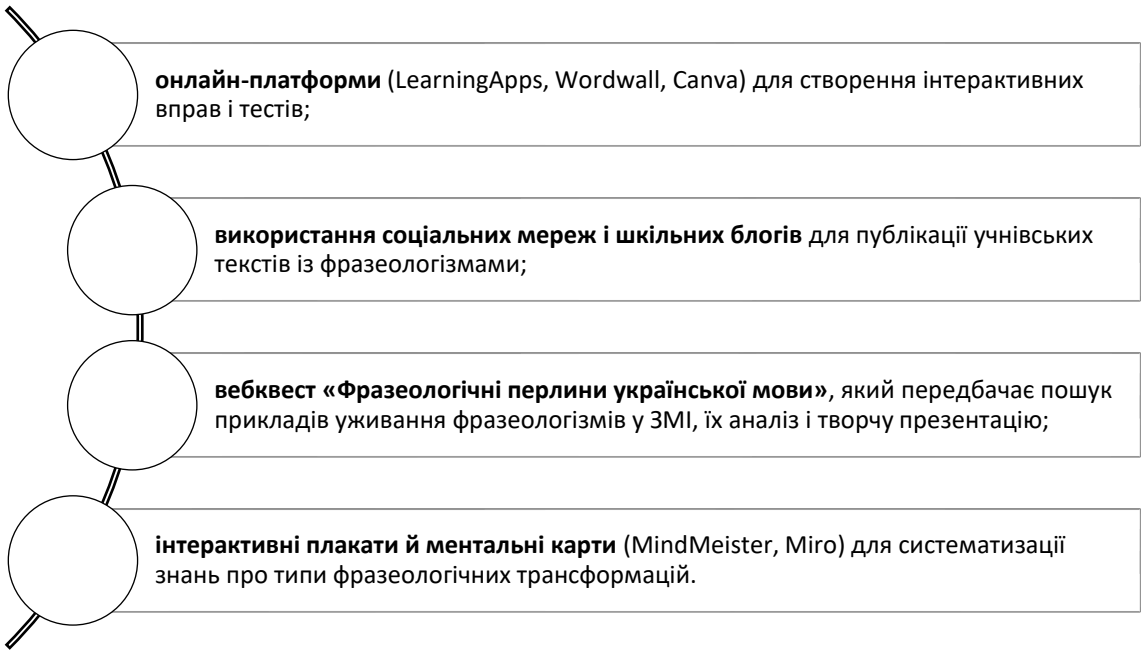
Створити «Фразеологічний словник молодіжного репортера» (10 одиниць).

Отже, за нашими спостереженнями, для здобувачів 8–9 класів робота з фразеологізмами в газетних текстах є ефективним засобом формування комунікативної компетентності, збагачення словникового запасу, розвитку критичного мислення та медіаграмотності.

3.4. Використання інноваційних технологій у процесі вивчення фразеологізмів

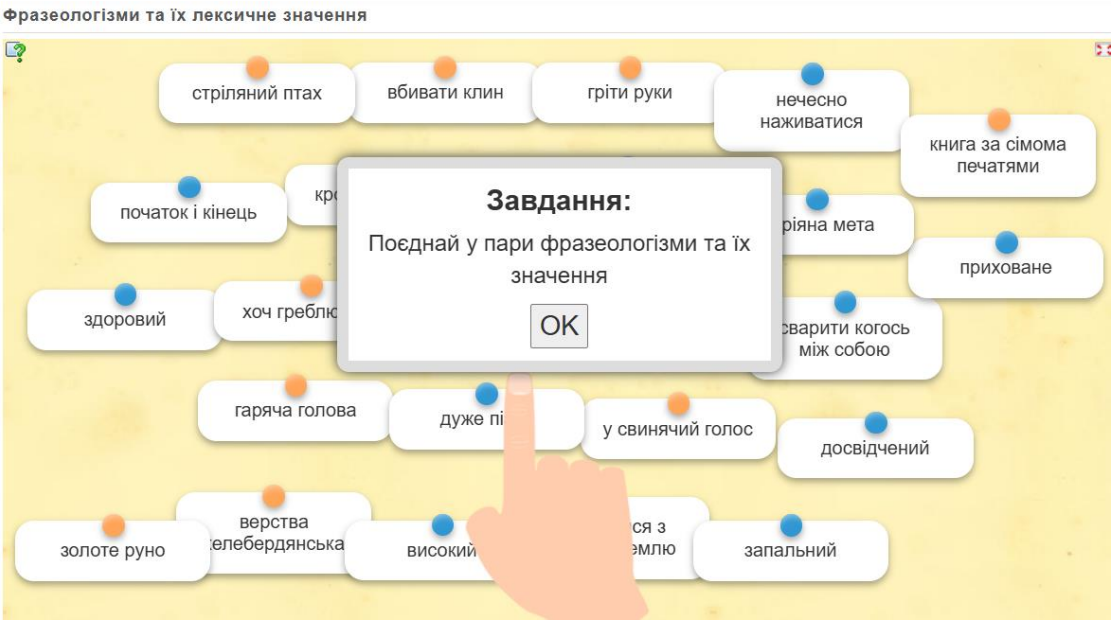
У контексті активного впровадження компетентнісного підходу та вимог Нової української школи (НУШ), сучасна методика викладання української мови вимагає переосмислення традиційних підходів до вивчення лексичних і фразеологічних одиниць. Складна семантика фразеологізмів, їхня культурна конотація та експресивний потенціал вимагають використання інноваційних, візуально насичених та інтерактивних технологій, які здатні активізувати пізнавальну діяльність учнів та забезпечити ефективне засвоєння матеріалу.

Сучасний урок української мови в закладі загальної середньої освіти неможливо уявити без застосування цифрових інструментів і медіаосвітніх технологій. Ефективними є:



У межах реалізації методичного аспекту дослідження було розроблено авторські інтерактивні вправи з теми *«Фразеологізми емоційно-експресивного звучання»*, створені за допомогою освітніх онлайн-платформ **LearningApps** та **Canva**. Наведемо приклади таких вправ.

✓ Інтерактивна гра *«**Знайди пару**»* (LearningApps) – зіставлення фразеологізму та його значення



https://learningapps.org/42531615

✓ Інтерактивна вправа «***Заголовковий конструктор***», створена на платформі **Canva** передбачає розроблення здобувачами власних газетних заголовків із використанням трансформованих фразеологізмів. Завдання реалізує принципи діяльнісного та комунікативного навчання, сприяє формуванню емоційно-експресивної компетентності школярів, розвиває критичне й творче мислення.

1. Здобувачі обирають одну тему (наприклад, освіта чи спорт).

2. Вибирають або самостійно придумують фразеологізм, який можна творчо перетворити.

3. Трансформують фразеологізм відповідно до контексту (змінюють компонент, форму, додають гру слів).

4. Створюють власний заголовок у шаблоні Canva, наприклад:

✓ *Україна тримає руку на пульсі реформ*

✓ *Школа під мікроскопом: що ховається за «новими стандартами»?*

✓ *Ахіллесова п'ята бюджету – освіта чи медицина?*

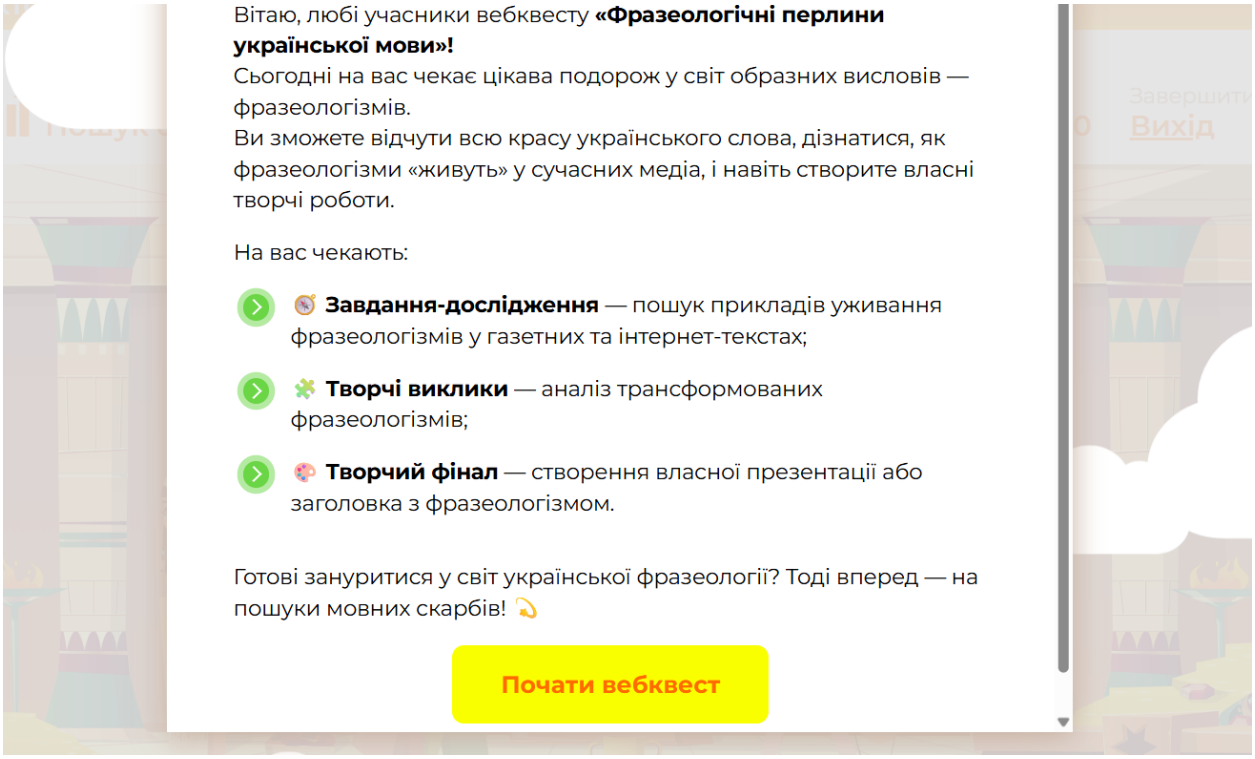
Під час виконання вправи здобувачі обирають актуальну суспільну тему, творчо переосмислюють фразеологізм, конструюють заголовок і коментують його експресивний ефект. Робота може виконуватися індивідуально або в групах, з подальшою презентацією результатів.

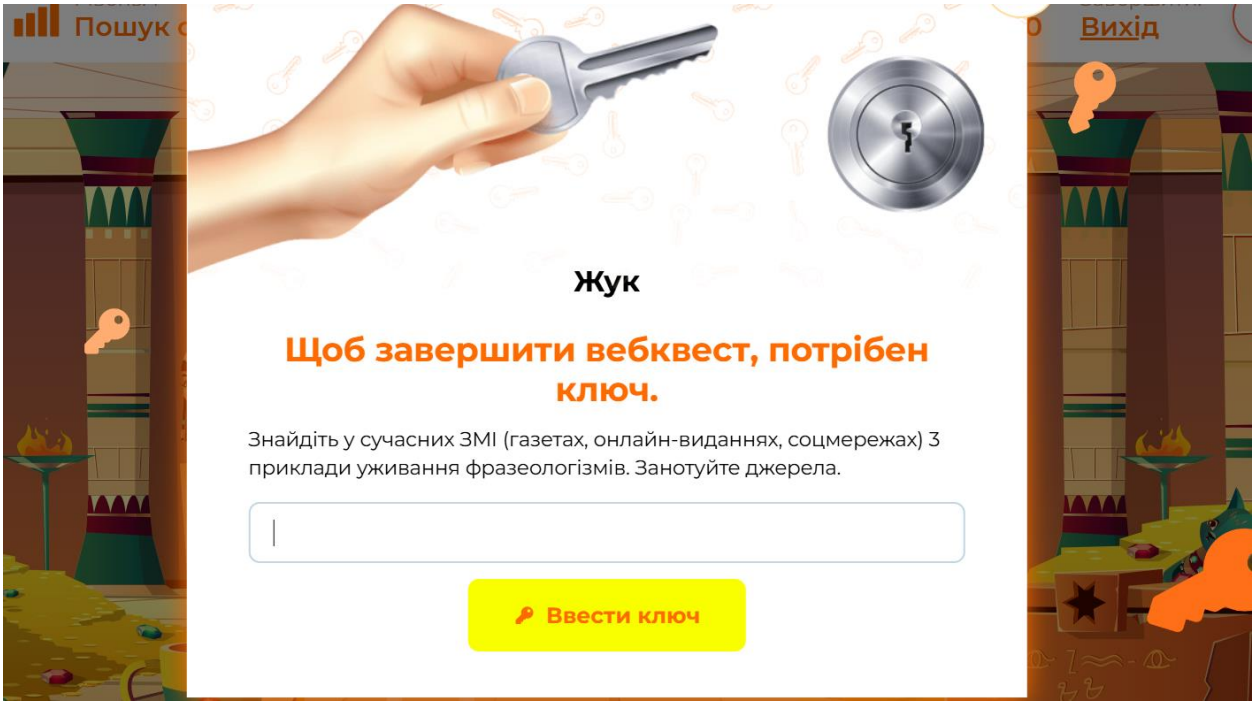
✓ Вебквест «***Фразеологічні перлини української мови***», створений на платформі **«Всеосвіта»** є інтерактивною формою навчальної діяльності, спрямованою на формування емоційно-експресивної компетентності школярів.

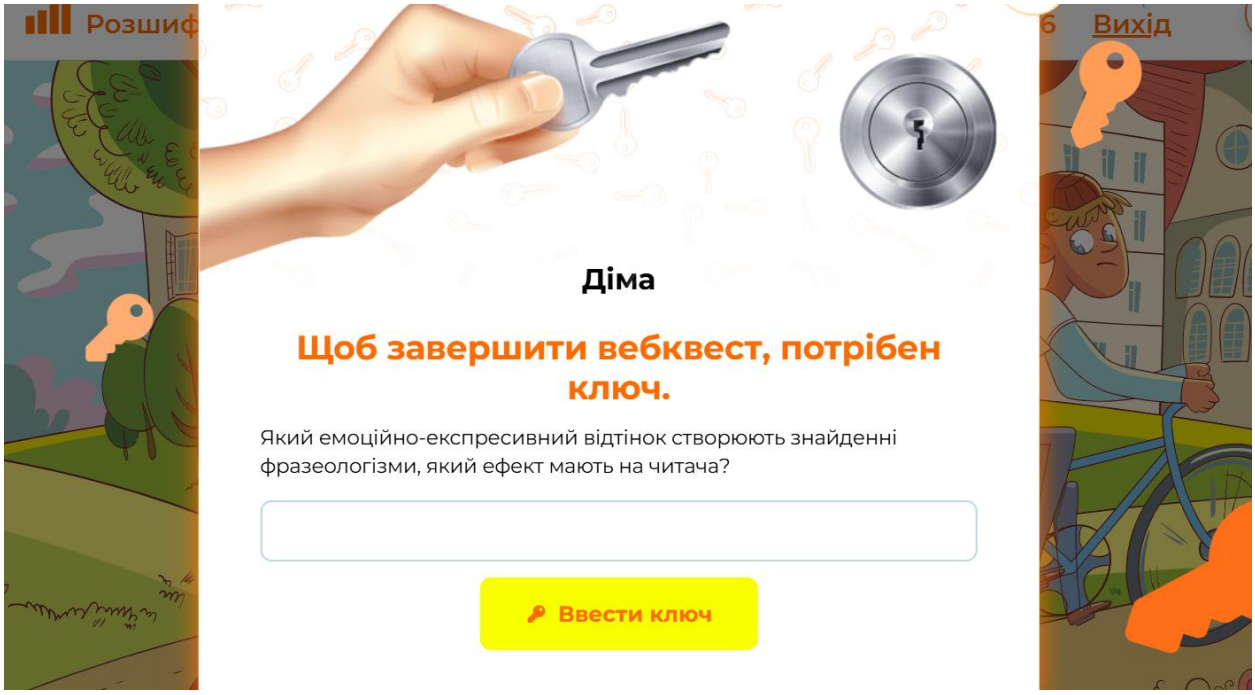
У процесі виконання завдань здобувачі освіти здійснюють пошукову роботу з медійними текстами, аналізують уживання фразеологізмів у сучасних ЗМІ, визначають їх стилістичну роль і створюють власні публіцистичні заголовки чи короткі тексти.

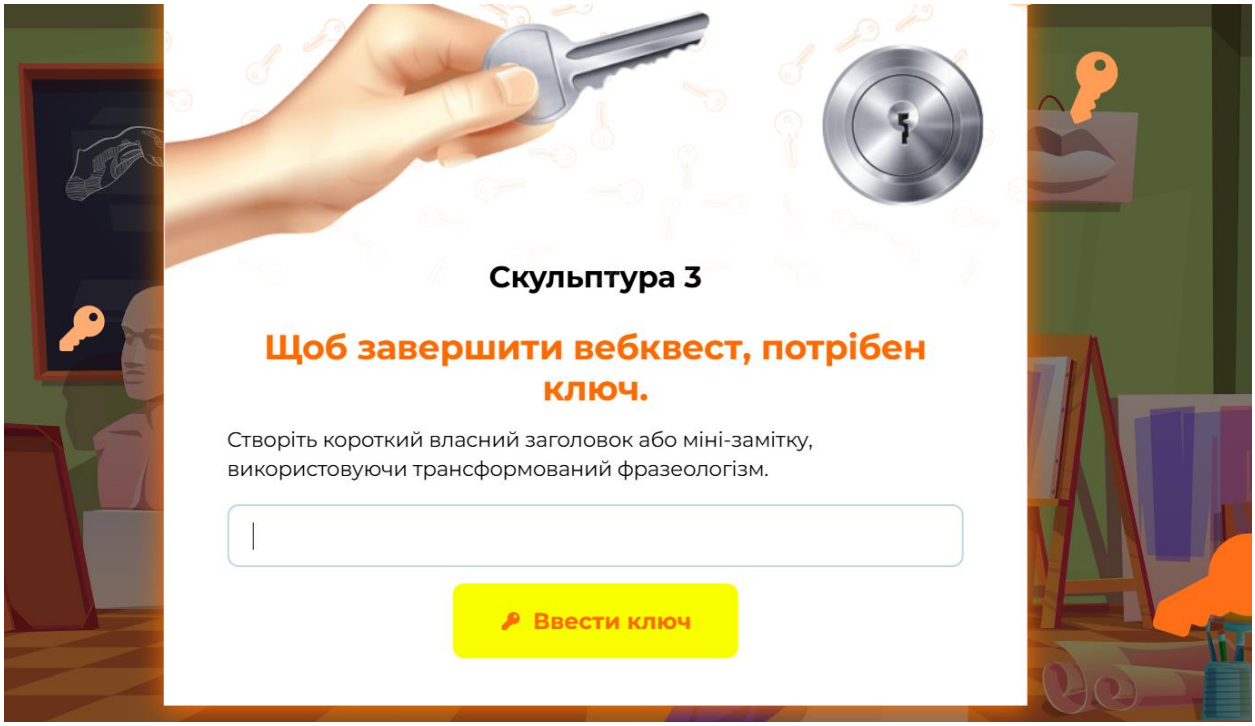
Вебквест поєднує елементи дослідження, гри та творчої діяльності, що сприяє розвитку критичного мислення, мовленнєвої гнучкості та емоційної виразності здобувачів.

Результати діяльності здобувачі освіти оформлюють у вигляді електронних презентацій, інтерактивних плакатів.






Розшиф
Вихід
Діма
Щоб завершити вебквест, потрібен ключ.
Який емоційно-експресивний відтінок створюють знайденні фразеологізми, який ефект мають на читача?
Ввести ключ


Скульптура 3
Щоб завершити вебквест, потрібен ключ.
Створіть короткий власний заголовок або міні-замітку, використовуючи трансформований фразеологізм.
Ввести ключ

Такі інноваційні вправи та завдання спрямовані на розвиток навичок розпізнавання й тлумачення фразеологізмів, визначення їхнього емоційно-експресивного забарвлення, а також на вдосконалення комунікативної компетентності здобувачів.

Інтеграція таких технологій не лише підвищує мотивацію здобувачів освіти, а й сприяє розвитку медіаграмотності, критичного мислення, уміння аналізувати мовні явища в інформаційному просторі.

3.5 Висновки до розділу ІІІ

Методика вивчення фразеологізмів у школі має бути спрямована на розвиток не лише знань про структуру сталих виразів, а й емоційно-експресивної компетентності здобувачів, що передбачає вміння розуміти, інтерпретувати й адекватно використовувати фразеологізми у власному мовленні. Такий підхід сприяє усвідомленню образної природи мови, вихованню мовного чуття та формуванню інтересу до українського слова.

Ефективним є використання матеріалу сучасних газетних і медійних текстів, які демонструють живе функціонування фразеологізмів у публіцистичному стилі. Аналіз трансформованих сталих виразів у заголовках і статтях дозволяє учням побачити, як за допомогою фразеологізмів автори створюють емоційний ефект, оцінність, іронію, гумор або експресію.

У практиці навчання доцільно застосовувати *інтерактивні технології,* які підвищують мотивацію школярів і роблять процес опанування фразеології цікавим та продуктивним. Серед них – вебквести, інтерактивні ігри, робота з цифровими платформами (наприклад, *Всеосвіта*, *LearningApps*, *Canva*), створення власних медіапродуктів. Так, у межах вебквесту **«Фразеологічні перлини української мови»** здобувачі шукають приклади вживання фразеологізмів у сучасних ЗМІ, аналізують їхнє емоційно-експресивне забарвлення, а також створюють власні презентації чи інфографіки.

Завдання типу **«Заголовковий конструктор»** (Canva) сприяють розвитку творчого мислення: здобувачі добирають або трансформують фразеологізми для створення оригінальних газетних заголовків.

Важливо, щоб учитель не лише пояснював значення фразеологічних одиниць, а й створював ситуації їх практичного використання, стимулював емоційне реагування на мовні образи, залучав здобувачів до дискусій і творчих мініпроєктів. Уроки фразеології можуть стати засобом формування естетичного смаку, культурного світогляду, уміння бачити в мові засіб самовираження.

Таким чином, шкільна практика засвідчує, що фразеологізми – це не лише розділ мовознавства, а й ефективний інструмент розвитку емоційного інтелекту, комунікативної культури та мовленнєвої особистості здобувача загальної середньої освіти. Їхнє вивчення в поєднанні з інтерактивними технологіями забезпечує зв’язок між мовною теорією й живим мовленням, формує ціннісне ставлення до слова як до культурного феномена.

ВИСНОВКИ

Фразеологія є важливим і самобутнім пластом української мови, що відображає ментальність народу та засвідчує рівень розвитку мовної системи. Її вивчення сприяє глибшому розумінню процесів формування мовної картини світу, а також актуалізує інтерес до образної природи слова, що особливо важливо в умовах сучасної комунікації, де емоційність та експресивність набувають особливого значення.

У першому розділі кваліфікаційної роботи ми окреслили лінгвістичний статус фразеологічних одиниць, розглянули проблему дефініції поняття, місце серед інших сталих виразів, а також проаналізували експресивний потенціал фразеологізмів у мові мас-медіа.

Установлено, що фразеологізми в заголовках газетних текстів виконують функцію маркерів експресивності, сприяють емоційному впливу на реципієнта, а також є засобом стилістичного увиразнення авторської позиції. Особливу увагу приділено явищу трансформації фразеологічних одиниць (ТФО), яке розглянуто крізь призму історії досліджень і типологічного розмаїття.

У другому розділі кваліфікаційної роботи досліджено специфіку функціонування трансформованих фразеологізмів у мові сучасної періодики. Виявлено стилістично–комунікативні особливості ТФО, зокрема такі типи, як розширення та редукція компонентного складу, заміна компонентів, алюзія, обігрування, комбіновані типи структурно-семантичних трансформацій, поєднання кількох фразеологізмів.

Аналіз показав, що в заголовках газет переважають редукції, алюзії та ігрові трансформації , тоді як у текстах – подвійна актуалізація, комбінування та переосмислення. У межах заголовкових комплексів спостерігається ширший спектр трансформацій, зокрема виокремлено категорію ТФО афористичного типу.

Трансформовані фразеологізми не лише інтерпретують народний голос, а й створюють нові смисли, активізують асоціативне мислення читача, сприяють емоційному залученню та формують індивідуальний стиль автора.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи окреслено методологічні орієнтири щодо вивчення фразеологізмів у шкільному курсі української мови. Доведено, що ефективне навчання фразеології має бути спрямоване не лише на засвоєння значень сталих виразів, а й на розвиток емоційно-експресивної компетентності здобувачів освіти.

Використання матеріалів сучасної преси, інтерактивних технологій (вебквестів, цифрових платформ, творчих завдань) сприяє формуванню мовного чуття, естетичного смаку та ціннісного ставлення до українського слова.

Уроки фразеології можуть стати дієвим засобом розвитку комунікативної культури, емоційного інтелекту та мовленнєвої особистості здобувача. Запропоновані методичні моделі, зокрема *урок-дослідження* та завдання «*Заголовковий конструктор*», демонструють практичну реалізацію теоретичних положень в освітньому процесі.

Результати дослідження мають як теоретичне, так і практичне значення. Вони можуть бути використані у викладанні української мови, створенні навчально-методичних матеріалів, а також у подальших наукових студіях з фразеології, стилістики та медіа лінгвістики.

Вивчення фразеологізмів у поєднанні з інтерактивними технологіями забезпечує зв’язок між мовною теорією й живим мовленням, формує цілісне уявлення про мову як культурний феномен, а також сприяє розвитку творчого потенціалу здобувачів, їхньої здатності до критичного мислення та естетичного сприйняття мовних явищ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамчук О. Крилаті вислови у ЗМІ. Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 22–24 березня 2017 р. URL: https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2017/paper/view/2490

2. Арделян О. Семантична класифікація фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом (на матеріалі слов'янських мов). *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. №9. Т. 2. С. 52 – 56.

3. Баран Я. Фразеологія у системі мови: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15. Івано-Франківськ, 1998. 391 с.

4. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. С. 115–121.

5. Баранник Д. І. Фразеологія української мови: функціональний аспект. Харків: Основа, 2008. С. 45–52.

6. Берта Е. Фразеологізми із соматичним компонентом у сучасних угорській та українській мовах. *Вісник КНЛУ*. Сер. Філологія. Том 20. № 2. 2017 С. 54–62.

7. Бикова О. Комунікативно-стилістичні можливості використання фразеологічних одиниць у текстах сучасних пресових репортажів. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 232–237.

8. Бичко З. Діалектна лексика Опілля Львів : Фенікс, 1997. 136 с.

9. Білоноженко В. М. та ін. Словник фразеологізмів української мови. Київ: Наукова думка, 2003. 788 с.

10. Білоноженко В., Гнатюк І. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів. Київ : Наук. думка, 1989. 153 с.

11. Білоус Ю. Комунікативно-прагматичний потенціал фразеологічних одиниць з соматичним компонентом у німецькій мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2014. №8, Т. 1. С. 55–58.

12. Богатько В.В. Синтаксис і стилістика неповних речень у мові сучасної української періодики. Навчальний посібник для спецкурсу. Вінниця: НОВА КНИГА, 2010. 176 с.

13. Богатько В. Текстотвірний потенціал заголовкових комплексів у мові сучасних ЗМІ. *Філологічні студії* : зб. наук. ст. Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2011. Вип. 9. С. 66–72.

14. Бойченко Н. Стійкі дієслівні сполуки у публіцистичному тексті: типологічні ознаки та експресивний потенціал : автореф. дис. … к. філол. н. : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2002. 19 с.

15. Бузько С. Оказіональні фразеологізми в текстах сучасної української прози. *Філологічні студії* : Науковий вісник Криворізького нац. ун-ту : зб. наук. пр. Кривий Ріг, 2014. Вип. 11. С. 152–157.

16. Булаховський Л. А. Вибрані праці з українського мовознавства. Київ: Наукова думка, 1977. С. 215–218.

17. Васильєва О. М. Заголовок як засіб реалізації авторської інтенції в публіцистичному тексті. *Стилістика української мови*. 2021. № 2. С. 85–90.

18. Винарчик М.-К. Фразеологізми в заголовках сучасних ЗМІ. *Мовознавчий вісник*. 2021. №2. С. 58–63.

19. Городенська К. Г. Слово і контекст у публіцистичному тексті. Київ: Наукова думка, 2018. 256 с.

20. Горбенко І. Трансформація фразеологізмів у мові регіональних друкованих ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 42. 2011. С. 103–106.

21. Гурбанська С. Фразеологічна ідентифікація узуальних та оказіональних стійких висловлювань у художніх текстах. *Studia Linguistica* : зб. наук. пр. 2009. Вип. 3. С. 68–75.

22. Гулієва Е. Експресивний потенціал фразеологічних одиниць у мові мас-медіа. *Наукові записки*. Серія: Філологічні науки. 2021. № 2. С. 45–50.

23. Данильчук Д. Частотрансформовані фразеологізми *як* різновид штампів публіцистичного мовлення. *Мандрівець*. 2010. № 6. С. 54–58.

24. Дем’яненко Н. Фразеологічні одиниці у засобах масової інформації (на матеріалі польської та російської мов). *Мовні і концептуальні картини світу.* 2015. Вип. 51. С. 146–150.

25. Дудик П. С. Стилістика української мови: навч. посіб. Київ: Академія, 2003. 304 с.

26. Жук Т. Фразеологізми з компонентами на позначення кольору (на матеріалі «Фразеологічного словника української мови»). *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]*. Серія: Філологічні науки. 2010. Кн. 2. С. 73–74.

27. Журавель М. Історія і стан дослідження англійської та української фразеології. *Людина. Комп'ютер. Комунікація* : зб. наук. пр. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. С. 170–172.

28. Заблоцький Ю. Прагматична спрямованість текстів масової комунікації. *Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізаційних процесів*: Матеріали II Міжнародної науково-практичній конференції, 15 – 16 жовтня 2009 р. С. 84–87.

29. Завальнюк І. Специфіка й форми вияву інтертекстуальності в заголовках газет. *Проблеми гуманітарних наук.* Сер.: Філологія. 2016. Вип. 38. С. 199–208.

30. Завальнюк І. Синтаксичні засоби експресивізації мови українських газет сьогодення. Актуальні проблеми синтаксису: сучасний стан і перспективи дослідження. Чернівці, 2022. С. 107–109.

31. Завальнюк І. Синтаксичні одиниці в мові вітчизняних масмедіа періоду російсько-української війни: оновлення змісту й структури. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : збірник наукових праць, Вінниця, Вип. 37, 2023. С.120–130. URL: https://doi.org/10.31652/2521-1307-2023-37-120-130 DOI: https://doi.org/10.31652/2521-1307-2023-37-120-130

32. Ідзьо М. В. Мовні засоби експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ: дис. … кандидата філол. наук: 10.02.03 – слов'янські мови, Київ, 2016. 222 с. DOI: https://doi.org/10.1055/s-0036-1579716

33. Ільченко О. Фразеологічні трансформації в сучасних україномовних ЗМІ: призначення, функції, способи продукування. *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]*. Серія: Філологічна. 2014. Вип. 48. С. 67 – 69.

34. Каленич В. М. Медіафразеологія в газеті «Дзеркало тижня». Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки, Вип. 48, 2019. С. 154–158.

35. Каленич В. М. Інтертекстуальність заголовкових комплексів у медіатекстах. *Актуальні проблеми української лінгвістики* : теорія і практика, № 44, 2022. С. 130–146. URL: https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.130-146

36. Каленич В. Фразеологічна експресивність у вінницькій пресі. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.* Серія: Філологія (мовознавство), 2024. С. 57–64.

37. Камінська В. Теоретичні дослідження фразеологічних одиниць у сучасній лінгвістиці. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова*. Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов. 2011. №5. С. 123–129.

38. Кевлюк І. Структурно-семантична та етнокультурологічна характеристика соматизмів (на прикладі фразем із компонентом око). *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2012. Вип. 8. С. 75–83.

39. Кедич Т. Фразеологічні одиниці, співвідносні за структурою зі словосполученням (на матеріалі історичного роману П. А. Загребельного «Роксолана»). *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія: Мовознавство. 2010. Т. 18. Вип. 16. С. 145–151.

40. Ковальова К., Савицька Л. (). Засоби експресивності у текстах онлайн-медіа. Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство, Вип. 66, том 2, 2023. С. 122–127.

41. Коваль О. Трансформація фразеологізмів як засіб увиразнення художнього тексту (на матеріалі творів ХХ століття). *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. Вип. IV. С. 124–132.

42. Ковальчук М. Перетворення фразеологізмів у газетних заголовках. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2013. С. 134–140.

43. Ковпак Л. І. Фразеологізми в мові засобів масової інформації: функціональний аспект. *Наукові записки*. Серія: Філологічні науки (мовознавство). 2016. № 146. С. 74–8.

44. Кожуховська Л. Системні класифікації фразеологічних одиниць в україністиці. *Мовознавчі студії.* Вип. 2: Фразеологізм і слово у тексті і словнику (За матеріалами Всеукраїнської наукової конференції на пошану 75-річчя від дня народження професора М. Демського). Дрогобич: Посвіт, 2010. С. 192–198.

45. Колоїз Ж. Порушення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові засобів масової інформації. *Мандрівець.* 2004. №2. С. 34–39.

46. Комар Л. Фразеологія як наука та її предмет дослідження. *Молодь і ринок.* №3 (74). 2011. С. 128–132.

47. Коновець С. Деякі національно-культурні особливості фразеології (на прикладі іспанської та української мов). *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. Іноземна філологія. Київ, 2001. № 31. С. 47 – 49.

48. Кочукова Н. І., Соломко А. Ю. Контаміновані фразеологічні одиниці в мові ЗМІ. *Молодий вчений*. 2017. № 12 (52). С. 98–101.

49. Кочан І. М. Фразеологізми в заголовках ЗМІ: функції та трансформації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Вип. 74. С. 45–52.

50. Кочан І. М. Стилістичні функції заголовків у сучасних ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. № 1(76). С. 51–56.

51. Крашеніннікова Т. Фразеологічні сполуки з компонентами на позначення частин тіла людини (на матеріалі українських літературних казок XIX ст.). *Лінгвістичні студії:* зб. наук. пр. Донецьк, 2011. С. 298–303.

52. Ліпіна Н. Трансформація проекцій фразеологічних одиниць у культурному просторі. *Молодий вчений*. № 2 (02). Грудень. 2013. С. 58 – 64.

53. Маслова Ю. Експресивність як домінантна ознака сучасного газетного дискурсу України воєнного періоду. Актуальні питання гуманітарних наук. *Мовознавство.* Вип. 67, 2023. С. 226–230.

54. Мацюк З. В. Мовна гра як засіб актуалізації фразеологізмів у заголовках газетних текстів. *Лінгвістичні студії*. 2021. № 43. С. 112–118.

55. Медведєв Ф. Українська фразеологія: чому ми так говоримо. Харків : Вища школа, 1982. 291 с.

56. Мицан Д. Локативне вживання фразеологізмів з компонентами-назвами частин тіла. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Сер. : Філологічна. 2012. Вип. 29. С. 124–127.

57. Мирошніченко І. Фразеологізми в заголовках українських медіа: когнітивно-прагматичний аспект. *Інтегровані комунікації*. 2024. №1(17). С. 110–115.

58. Мирошніченко І. Заголовок як елемент семантичної структури медіатексту. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1(17). С. 102–108.

59. Мирошніченко І., Файчук Т., Стогній І. Фразеологізми в заголовках українських та польських електронних медіа: лінгвістичний і соціокомунікаційний аналіз. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1 (17). С. 112–123. DOI: https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1716

60. Найда А. Стійкі народні порівняння як об'єкт фразеології (семантичний і структурний аспекти): дис. … канд. філол. наук : 10.02.01:Українська мова. Дніпропетровськ, 2002. 208 с.

61. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа : словник / Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 114 с.

62. Омельяненко О. Українські фразеологізми з компонентами-соматизмами як засоби вербалізації танатологічної семантики. *Лінгвістичні дослідження*. 2013. Вип. 36. С. 44–51.

63. Патен І. Національно-культурний компонент у структурі фразеологічних одиниць української мови. *Молодь і ринок* : щомісячний науково-педагогічний журнал. 2012. № 8 (91). С. 62–67.

64. Патен І. Соматичний компонент у складі фразеологічних одиниць зі значенням переміщення у просторі (на матеріалі української, польської та англійської мов). *Проблеми гуманітарних наук*: зб. наук. пр. ДДПУ. Дрогобич : Видавничий відділ ДДПУ ім. І. Франка, 2015. Випуск 36. Філологія. С. 88–96.

65. Пашинська Л. Трансформовані стійкі сполучення слів у заголовках сучасних ЗМІ. *Мова і час*. 2011. №74. С. 131–136.

66. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови: навч. посіб. Київ: Либідь, 1997. 254 с.

67. Приймак В. Топ-20 українських фразеологізмів: їхні значення та приклади. *UAInformation*. 2025. URL: https://uainformation.com/pro-ukrayinu/ukrayinske-slovo/top-20-ukrayinskih-frazeologizmiv-yihni-znachennya-ta-prikladi/

68. Пташник С. Структурно-семантичні особливості фразеологічних модифікацій та їхні функції в німецьку газетному тексті : автореф…. дис. на здоб. наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» Львів, 2003. 18 с.

69. Романюк С. Фразеологізми та неофразеологізми в українському політичному дискурсі. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2015. Т. 3. С. 249–257.

70. Руснак В. Зоосемічні фразеологічні одиниці як носії національно маркованої вторинної номінації. *Наук. записки. Сер. «Філологічна»*. Острог : Вид-во НаУОА 2011. Вип. 19. С. 329–336.

71. Савенко А. Прецедентні цитати як різновид дискурсивної фразеології. *Studia germanica et romanica*. 2009. № 1. С. 141–148.

72. Свердан Т. Явище усічення фразеологізмів на тлі розрізнення процесів варіювання і трансформації. *Учені записки Таврійского нац. ун-ту ім. В. Вернадского.* Серія: Філологія. Т. 20 (59). № 6. 2007. С. 35–41.

73. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2020. 512 с.

74. Семашко Т. Знакова природа фразеологічних одиниць. *Вісник Маріупільського державного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2009. № 2. С. 314–322.

75. Сизонов Д. Фразеологізми як засіб реалізації функцій масової комунікації. *Мовознавчий вісник*. 2020. № 3. С. 112–117.

76. Сизонов Д. Медійний фразеологізм в контексті мовно картини світу. *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. пр. ХНПУ ім. Г. Сковороди. 2018. Вип. 47. С. 72–77.

77. Сизонов Д. Стилістика медійної фразеології: слов'янська проблематика та перспективи дослідження. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. V(28). Вип. 115. С. 51–54.

78. Сизонов Д. Ю. Оцінність як категорія сучасної фразеології. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2018. Вип. 37. С. 39–53.

79. Сизонов Д. Ю. (). Медійна фразеологія та категорія експресивності: стилістичні взаємозалежності. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Вип. 38, 2019. С. 94–108. URL: https://doi.org/10.17721/APULTP.2019.38.94-108

80. Скиба Н. Категорія інтертекстуальності й фразеологія. *Мовознавчі студії*. 2006. С. 56–60.

81. Сковронська І. Фразеологічні новотвори, явище трансформації у пресі української діаспори США і Канади. *Теле- та радіожурналістика*. 2012. № 11 С. 69– 4.

82. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ : Наукова думка, 1973.

83. Стадній А. Роль фразеологізмів у створенні експресивності публіцистичних текстів. *Лінгвістичні студії* : зб. наук. праць / Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. Черкаси : Брама-Україна, 2006. Вип. 2. С. 167–172.

84. Сучасна українська мова: Підручник / О. Пономарів, В. Різун, Л. Шевченко та ін.; За ред. О. Пономаріва. 2-ге вид., перероб. Київ : Либідь, 2001. 400 с.

85. Тоненчук Т. Структурно-семантичний, ідеографічний та функціональний аспекти фразеологізмів у сучасній англійській мові: автореф….дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / германські мови. Чернівці, 2016. 23 с.

86. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка. Луганськ: Альма-матер, 2005. 399 с.

87. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови) та ін. Київ, 2007. 854 с.

88. Устенко Л. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя*. Серія: *Філологічні науки*. 2011. С. 40–44.

89. Файчук Т., Фіголь Н. Модифіковані фраземи в заголовках сучасних медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Т. 1 (76). С. 85–92. URL: https://inmo.org.ua/assets/files/2021/faichuk_модифіковані-фраземи-в-заголовках-сучасних-медіа.pdf

90. Федоренко Л. Модифікації структурного і семантичного складу фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка*, 2007. Житомир, Вип. 34. С. 193–197.

91. Фразеологічний словник української мови: [у 2-х кн.] / [укл. В. Білоноженко, В. Винник, І. Гнатюк та ін.]. Кн. 1–2. Київ : Наук. думка, 1993. 984 с.

92. Ципердюк О. Д., Калин В. М. Експресивний потенціал фразеологізмів у заголовках медіатекстів. *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Філологія. 2022. Вип. 67. С. 32–38.

93. Шевчук М. Дискурсивні характеристики публіцистичного тексту україномовної періодики (на основі матеріалів газети «Україна молода. *Вісник Прикарпатського національного ун-ту ім. В. Стефаника.* Філологія. Івано-Франківськ: Видавничо-дизайнерський відділ ЦІТ, 2007. Вип. XV–XVIII. С. 683–687.

94. Шкуратяна Н. Г., Шевчук С. В. Сучасна українська літературна мова : навч. посіб. Київ : Літера, 2000. С. 165–172.

95. Щербачук Л. Загальномовна та індивідуально-авторська фразеологія в художніх текстах (на матеріалі творів О. Гончара): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 Українська мова. Сімферополь, 2000. 211с.

96. Юрченко О. Формування фразеологічного фонду української літературної мови кін. XVIII – поч. XIX ст. Харків: Вища школа, 1984. 208 с.

97. Яковенко Л. Семантичні трансформації фразеологічних одиниць у художньому мовленні М. Стельмаха. *Вісник ОНУ.* Сер.: Філологія. 2015. Т. 20. Вип. 2 (12). С. 101 – 106.

98. Яцьків М. Здобутки сучасної української фразеології у контексті новітніх парадигм лінгвістичних досліджень. *Міжнародний науковий вісник.* 2014. Вип. 8 (27). С. 253–262.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Класифікація структурних типів фразеологічних одиниць Ф. Медведєва

1. **Прислів'я** (життя прожити – не поле перейти; на віку – як на довгій ниві; нове тепер у нас життя, нема старому вороття та інші).

2. **Приказки** (собака на сіні; не всі в дома (в кого); п'яте колесо до воза; ні риба ні м'ясо; сьома вода на киселі; нечистий на руку; буде і на нашій вулиці свято; загляне сонце і в наше віконце; заткнути за пояс тощо).

3. **Крилаті вислови** (У нас нема зерна неправди за собою; Вогонь в одежі слова; Чуття єдиної родини та багато інших).

4. **Різні ідіоматичні словосполучення** (байдики бити; баляндраси точити; пальці знати; задніх пасти та інші).

5. **Мовні штампи, кліше** (здоровенькі були; просимо завітати; приділяти увагу та інші).

6. **Каламбури** (правда твоя, що на вербі груші, на осиці – кислиці; тринди-ринди – завтра празник; на вовка помовка, а зайці кобилу з'їли)

Додаток 2

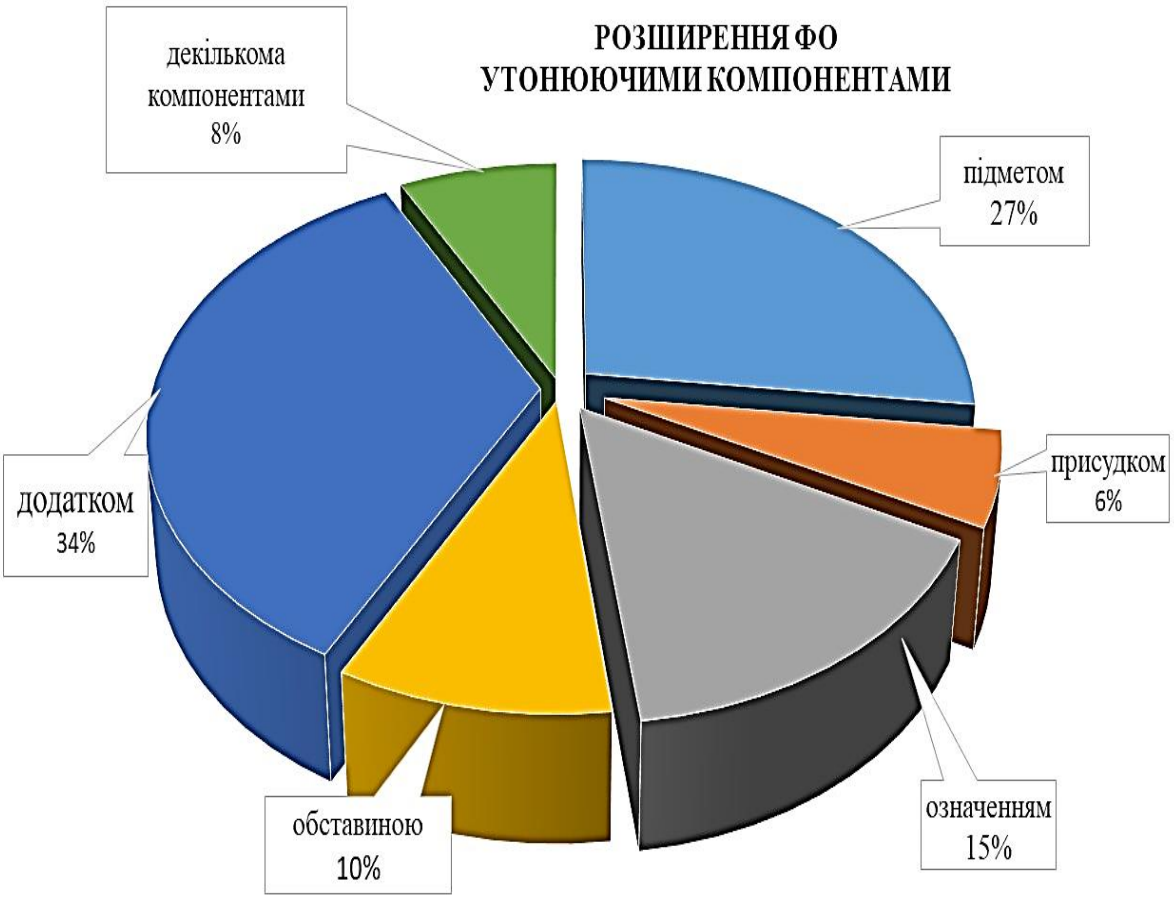


Рис. 1. – Частотність розширення ФО уточнюючими компонентами

Додаток 3

Рис. 2. – Частотність уживання ТФО в газетних текстах

Додаток 4

Рис. 3 – Частотність уживання ТФО в газетних заголовках

Додаток 5

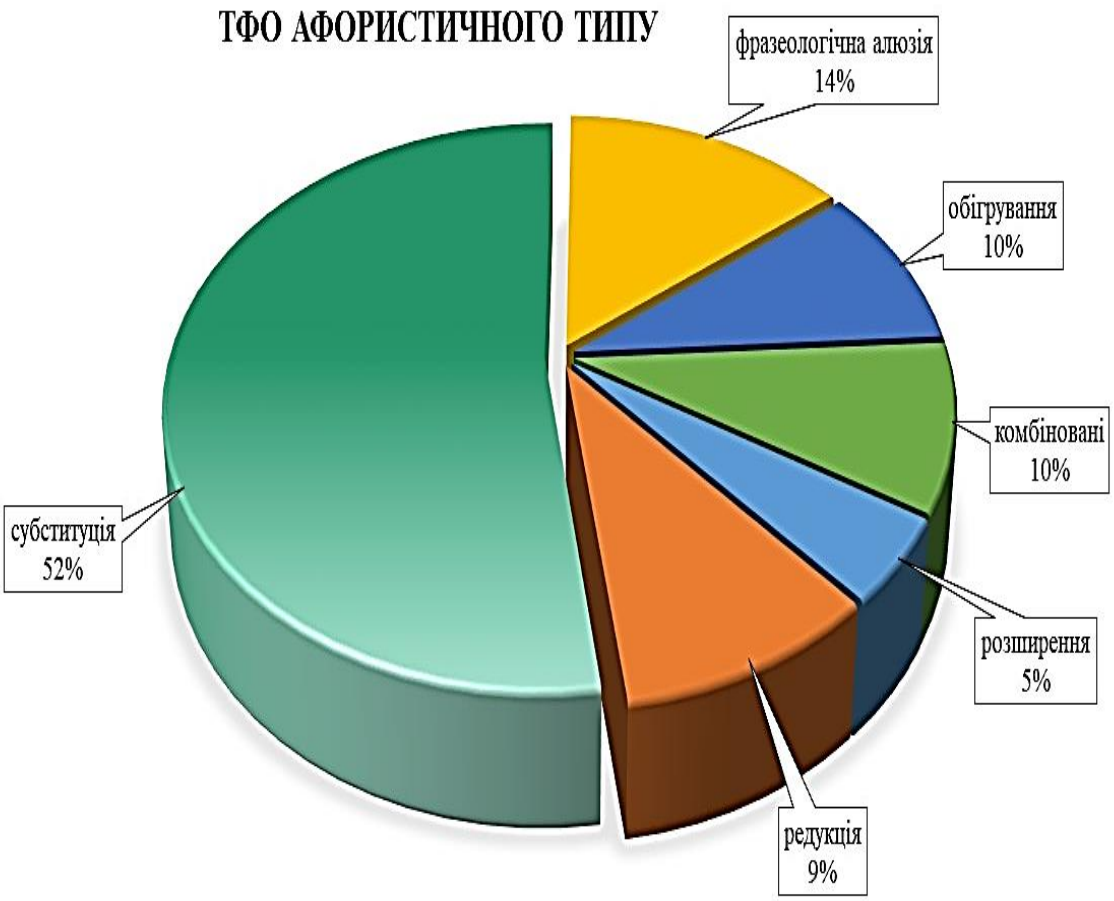
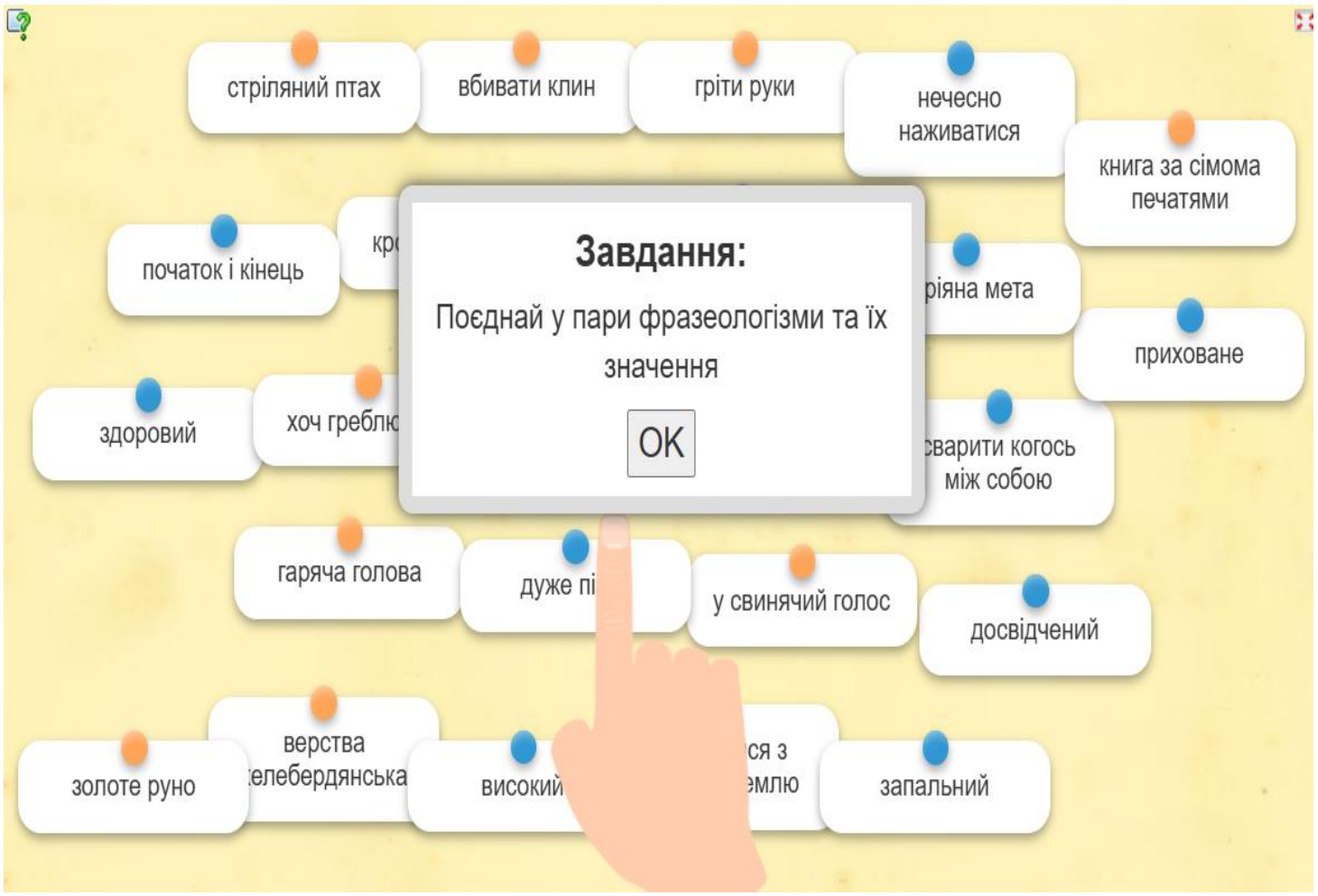


Рис. 4 – Співвідношення видів ТФО афористичного типу в заголовках мас-медійних текстів

Додаток 6

Фразеологізми та їх лексичне значення



Додаток 7

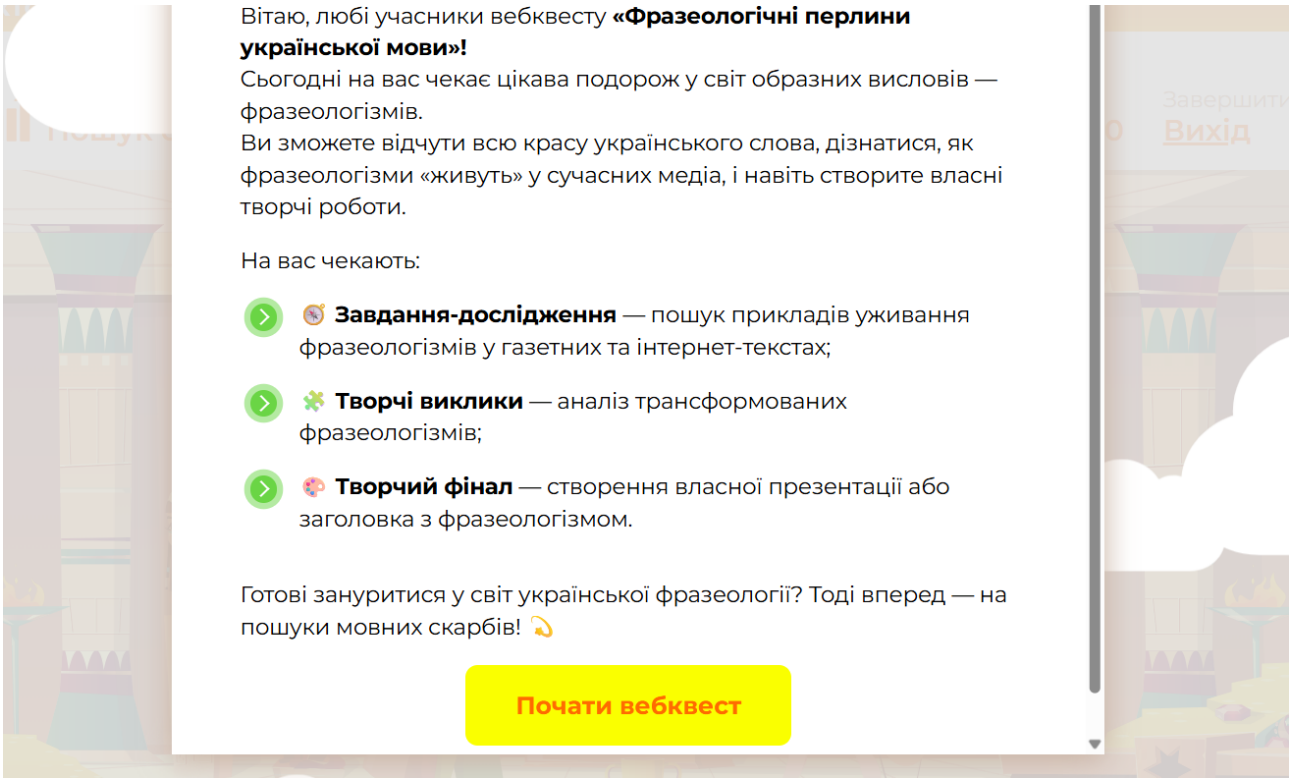
Назва газети **Дата**

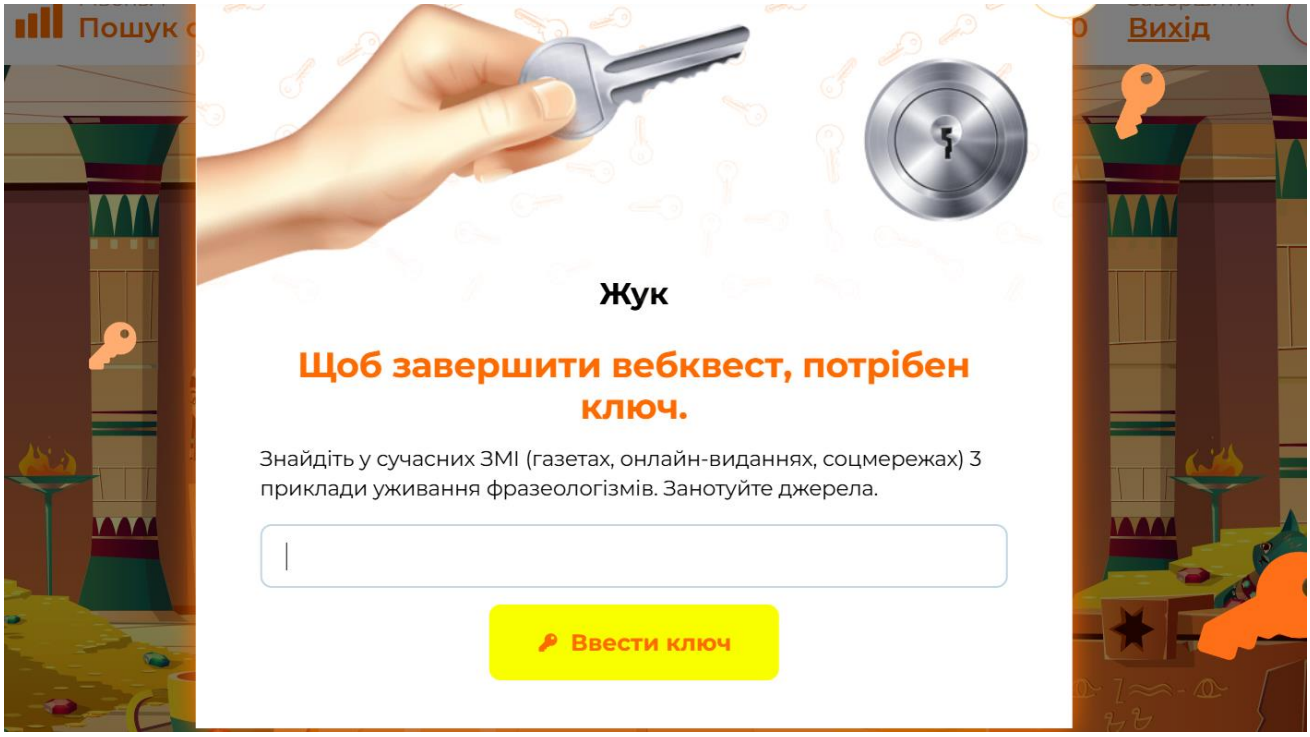
МІЙ ЗАГОЛОВОК

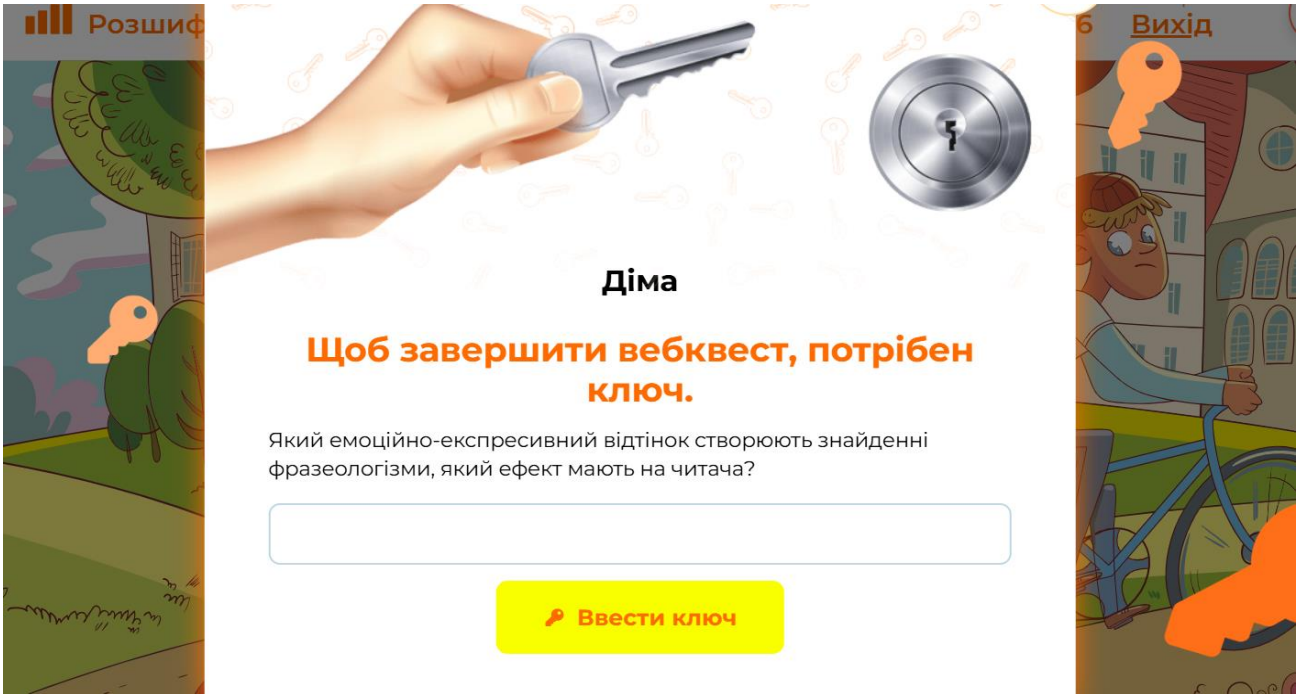
- **приклади фразеологізмів** (наприклад: тримати руку на пульсі, залити за шкіру сала, ахіллесова п'ята, за спиною у когось);
- **приклади газетних тем** (економіка, спорт, освіта, екологія, війна, культура тощо).

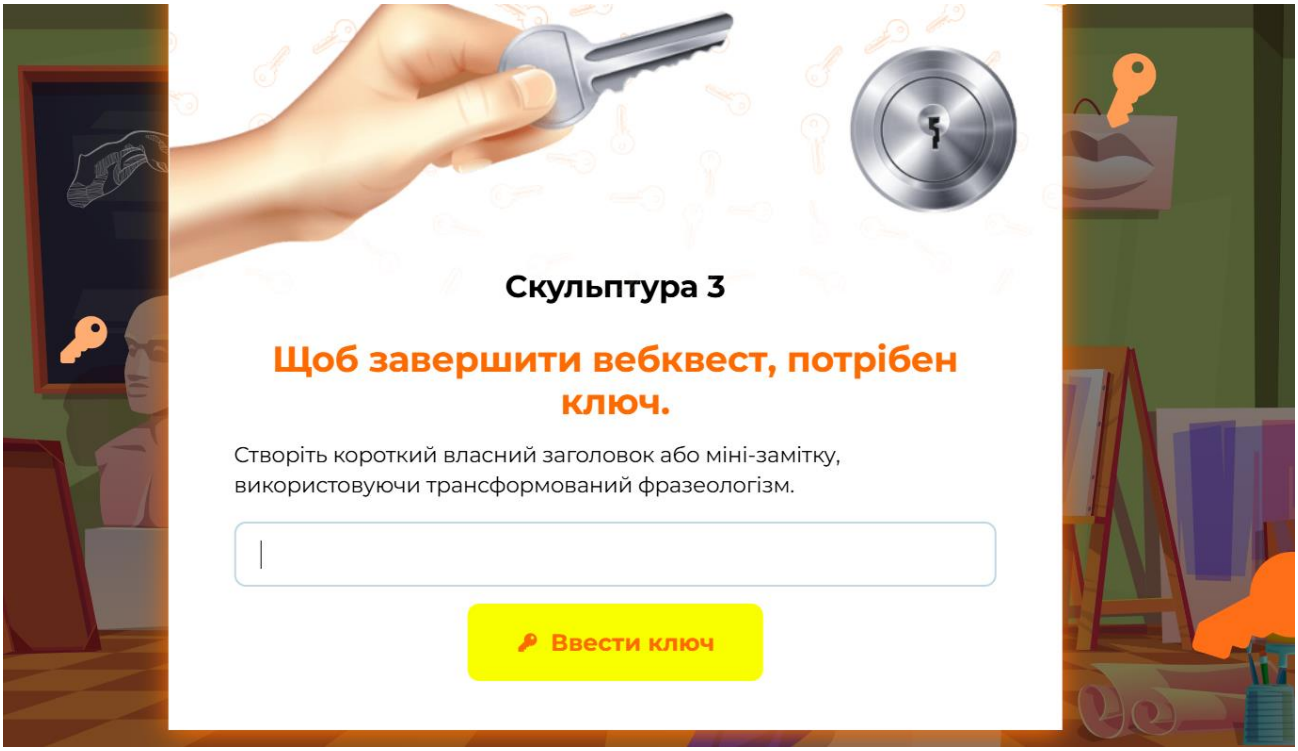
Додаток 8

Вебквест «Фразеологічні перлини української мови»






Розшиф
Вихід
Діма
Щоб завершити вебквест, потрібен ключ.
Який емоційно-експресивний відтінок створюють знайденні фразеологізми, який ефект мають на читача?
Ввести ключ


Скульптура 3
Щоб завершити вебквест, потрібен ключ.
Створіть короткий власний заголовок або міні-замітку, використовуючи трансформований фразеологізм.
Ввести ключ