

ФРАЗЕОЛОГІЯ ЯК ВІДБИТТЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В МАС-МЕДІЙНИХ КООРДИНАТАХ

У статті аналізується українська фразеологія як вербалізований ідентифікатор національної культури та соціально-політичних подій в Україні. Уточнено поняття фразеостилеми (за Б. Тошовичем) та розширено функціональні межі фразеологічної картини світу / медіафразеологічної картини світу. Отримані результати сприятимуть ідентифікуванню українського масмедійного тексту з-поміж інших за допомогою фразеологічного ресурсу.

Ключові слова: фразеологізм, фразеостилема, фразеологічна картина світу, мова мас-медіа, функціональна стилістика.

Лінгвістичне обґрунтування поняття ‘фразеологізм’ у функціонально-стилістичному контексті формується з початку ХХ ст., що у славистиці пов’язано з іменем В. В. Виноградова¹ та його поняттєвою тріадою «фразеологічні зрощення — фразеологічні єдності — фразеологічні сполучення». Цей підхід традиційно вважають вузьким щодо розуміння фразеології (згадаємо в цьому контексті Ш. Баллі, представників Празького лінгвістичного гуртка та українських фразеологів — послідовників системно-функціонального підходу в лінгвістиці). Нагадаємо, В. В. Виноградов під фразеологізмом розуміє «абсолютно неподільні словосполучення, значення яких незалежне від лексичного складу, компонентного значення і так само умовне й довільне, як значення невмотивованого словникового знака»². Слідом за В. В. Виноградовим фразеологізм інтерпретують як самостійну номінативну одиницю мови О. О. Реформатський, М. М. Кожина, Л. Г. Скрипник, Г. М. Удовиченко та ін. Натомість представники широкого підходу, орієнтуючись на сучасні характеристики фразеології (інтертекстуальність, смислову єдність, здатність до композиційної усталеності в процесі комунікації, експресивність й оцінність та ін.), формують нові ідеї щодо розуміння та функціонального потенціалу досліджуваного поняття. Саме широкий аспект нині домінує в європейській лінгвістиці³, що об’єктивується новими стиліс-

¹ Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в современном русском языке // Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. — М., 1977. — С. 140-161.

² Там же. — С. 143.

³ Див. праці з обґрунтуванням цього питання німецькими, польськими, російськими та іншими дослідниками: Schemann H. Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. — Berlin, 2011. — 1037 S.; Perrin D. Medienlinguistik. — Konstanz, 2006. — 248 S.; Bąba S. Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny. — Poznań, 1989. — 215 s.; Chlebda W. Idiomatykon 4:

тичними можливостями фразеології, не обмежуючи її потенціалу в форматах розмовного та/чи художнього стилів. Фразеологічний ресурс вочевидь покриває всю стильову палітру української літературної мови, а тому можемо твердити про фразеологію як певний комунікативний універсум масової свідомості українців.

Логічно видається і дискусія в сучасній лінгвістиці щодо певних стійких конструкцій, які випадають з традиційного поділу фразеології. Так, Л.І. Даниленко пропонує розглядати прислів'я і приказки в межах окремого пареміологічного рівня мови⁴; Л. П. Дядечко радить крилаті вислови відділяти від фразеології, номінуючи їх рівнем ептології⁵; Н. М. Шарманова в межах афористики пропонує вирізняти афоризми як надфразові структури⁶; фразеологізовані рекламні слогани, на думку Т. П. Романової, слід вивчати в межах слоганістики⁷, а М. І. Степаненко пропонує досліджувати усталені перифрази, що мають фразеологізований характер, у межах перифрастики⁸; інші вчені вважають, що ідіоматичні конструкції фразеологічного характеру треба розглядати в межах ідіоматики⁹, а цитати, які структурно тяжіють до фразеологізмів, — у межах т. зв. рецептивної та алюзійної стилістики¹⁰. Спроби номінації локальних фразеологічних одиниць є, на нашу думку, підтвердженням широкого тлумачення досліджуваного нами об'єкта, який нині зазнає класифікаційних змін. Пояснення цього — в динаміці фразеологічної системи, що визначається як домінанта змін фраземіки української мови (О. А. Стишов, Ю. Ф. Прадід, Ж. В. Краснобаєва-Чорна, Т. А. Космеда та ін.¹¹). Масмедійна, розмовна та художня функціонально-стилістичні сфери,

gdzie jesteśmy, dokąd zmierzamy (i parę zdań o tym, skąd przychodzimy) // Podręczny idiomatykon polsko-rosyjski. — Opole, 2009. — S. 9-34; *Chlebda W.* Frazematyka // Współczesny język polski / red. J. Bartmiński. — Lublin, 2001. — S. 9-34; *Liberek J.* Innowacje a użycie kanoniczne frazeologizmu // Poznańskie Spotkania Językoznawcze. — Poznań, 1998. — S. 31-54; *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка. — М., 1996. — 381 с.; *Мокієнко В. М.* Современная фразеология: тенденции и инновации. — СПб., 2016 — 200 с.; *Apresjan J.* On a New Approach to Collocate Lexical Functions // Proceedings of the 29th International Conference on Lexis and Grammar. — Belgrade, 2010. — P. 13-14; *Frazeologia: Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich / W. Mokienko; H. Walter.* — Opole, 2008. — 528 s. та ін.

⁴ *Даниленко Л. І.* Чеська пареміологія в генетичному, лінгвокогнітивному і дискурсивному висвітленні. — К., 2019.— 440 с.

⁵ *Дядечко Л. П.* Крылатые слова нашего времени : Толковый словарь. — М., 2008. — 797 с.

⁶ *Шарманова Н. М.* Українська афористика : структурносемантичний та функціональний аспект : Автореф. дис. ...канд. філол. наук. — Х., 2005.— 20 с.

⁷ *Романова Т. П.* Современная слоганистика. — Саратов, 2011.— 121 с.

⁸ *Степаненко М. І.* Новітня українська мілітарна перифрастика // Лінгвіст. дослідження. — 2017.— Вип. 46. — С. 27–50.

⁹ *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. — М., 2004.— 571 с.

¹⁰ *Сюта Г.М.* Термін 'цитата' як одиниця сучасної рецептивної стилістики: новітній статус, кваліфікативні ознаки, диференційні опозиції // Термінолог. вісн. — 2015.— Вип. 3(1).— С. 165–172.

¹¹ *Стишов О. А.* Українська лексика кінця ХХ століття : На матеріалі засобів масової інформації.— К., 2005.— 388 с.; *Прадід Ю. Ф.* Стан і тенденції розвитку фразеології на сучасному етапі // Учен. зап. Симфероп. гос. ун-та. — 1999. — № 10. — С. 97–103; *Краснобаєва-Чорна Ж. В.* Проблеми фразеологічної термінології: фразеологізація // Вісн. Донец. нац. ун-ту. Серія «Гуманітарні науки». — 2014.— № 1-2.— С. 141-146; *Космеда Т. А.* Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики:

на нашу думку, найкраще ілюструють ці динамічні процеси у фразеології, що мотивовано широким спектром екстралінгвальних чинників, як-от ін-формаційна глобалізація, полікультурність, зняття будь-яких мовних табу, лінгвістична мода на запозичення та ін.

Новий погляд на фразеологію формується в контексті неолінгвістики — умовної номінації інноваційних напрямів лінгвістики, поєднаної з новими ідеями та поглядами. «Поняття **“неолінгвістика”** (виділено нами. — Д. С.) є одним із наукових, а отже, предметних маркерів інформаційної ери в цивілізації. <...> Лінії дискусії окреслюють дуалізм традиційних парадигм, із усім спектром наукових досягнень, результатів й апробованих методів аналізу мовних явищ, а в іншій частині спектру — інноваційного знання, співмірного з часом цивілізації, викликами та тенденціями її розвитку», — наголошує Л. І. Шевченко¹². З цією тезою погоджуємося й ми, досліджуючи фразеологію в новому медіалінгвістичному ракурсі з метою глибшого осягнення сучасного потенціалу фразеологізму як знака культури та комунікативно-ментальної одиниці, що репрезентує масову українську свідомість.

У зв'язку з тим, що фразеологія є комплексним фрагментом мовної картини світу, вона словесно втілює матеріальну та духовну культуру народу. Дослідники неодноразово відзначали національну унікальність фразеологізмів у мовних картинах, відображення в ній елементів національного менталітету, здатність бути комунікативними ідентифікаторами¹³.

Об'єктивованим видається в цьому контексті формування фразеологічної картини світу¹⁴, яка розглядається як частина цілісної мовної картини

формування і розвиток категорії оцінки. — Л., 2000. — 350 с.

¹² Шевченко Л. І. Українська неолінгвістика: пошуковий простір, напрями, проблеми // Народна творчість та етнологія. — 2018. — №3. — С. 22.

¹³ У світовій лінгвістиці були спроби комплексного аналізу фразеологізмів як фрагмента мовної картини світу: польська дослідниця О. Макаровська слідом за А. Вежбицькою аналізує культурні, культурно-особистісні та комунікативно-стильові детермінанти фразеологічної картини (*Wierzbicka A. Język, umysł, kultura.* — Warszawa, 1999. — 592 s.; *Макаровська О.* Концепт как единица сознания и составляющая этнической картины мира // Исследования по семантике и прагматике единиц. — Уфа, 2004. — С. 5-18); хорватські дослідники А. Менац та Й. Матешич звертають увагу на трансформовані фразеологізми в контексті глобалізаційних процесів сучасності (*Menac A. Hrvatska frazeologija.* — Zagreb, 2007. — 270 s.; *Matešić J. Frazem kao posljedica značenjske preinake riječi* // *Filologija* 11. — Zagreb, 1983. — S. 405-412); учені-богемісти Ф. Чермак, М. Чехова аналізують фразеологію (традиційну і нову) як лінгвокогнітивні елементи мови (*Čermák F. Frazeologie a idiomatická česká a obecná.* — Praha, 2007. — 718 s.; *Čechová M. Frazeologie v komunikaci* // *Jazyk a komunikácia v súvislostiach.* — Bratislava, 2011. — S. 151-158); російські вчені В. М. Телія та В. М. Мокієнко розглядають фразеологізм у лінгвокультурному (*Телія В. Н. Фразеология в контексте культуры.* — М., 1999. — 333 с.; *Мокиенко В. М. Образы русской речи.* — СПб, 1999. — 464 с.), а білоруська дослідниця В. А. Маслово — у когнітивному (*Маслова В. А. Когнитивная лингвистика.* — Минск, 2008. — 272 с.; *Маслова В. А. Лингвокультурология.* — М., 2001. — 208 с.) ракурсах та ін.

¹⁴ Д. О. Добровольський наголошує на насиченості (і певною мірою сплутуванні) в науковому просторі понять «фраземний фрейм», «культурний код», «фразеоконцепт», «ідіома» та ін. (*Добровольський Д. О. Образная составляющая в семантике идиом* // *Вопр. языкознания.* — 1996. — № 1. — С. 71-93; *Сопоставительная фразеология (на материале германских языков): курс лекций.* — Владимир, 1990. — 79 с.), а тому логічно було б об'єднати все це у комплексне поняття «фразеологічна картина світу» (див.: *Венжинович Н.Ф.* Українська фразеологічна картина світу (на матеріалі лексикографічних джерел) // *Сучасні проблеми*

світу, вираженої фразеологічними одиницями мови, що функціонують у різних типах комунікації. Саме за посередництва масової комунікації фразеологізми відіграють провідну роль у виявленні національно-культурних особливостей: фразеологічні одиниці, відбиваючи у своїй семантиці тривалу еволюцію культури народу, фіксують і передають від покоління до покоління культурні установки та стереотипи, еталони й архетипи, адже «говорячи про фразеологічний рівень / контекст, ми маємо на увазі два відмінні й водночас співвідносні типи мовних утворень: по-перше, внутрішню структуру окремо взятих фразем і, по-друге, семантичну (зовнішню) структуру фразеологічних утворень»¹⁵. На цій підставі і постулюється наявність особливої фразеологічної картини світу. Наведемо кілька аргументів: «фразеологічна картина світу є частиною мовної картини світу, що фактично описана засобами лексики і фразеології, — це так звані «нижні яруси» мовної картини світу, на яких ґрунтується опис об'єктивної дійсності»¹⁶, «систематична форма відображення у свідомості носіїв мови об'єктивної реальності, системних відносин самого світу реалій»¹⁷, «закріплена в мові система про результати інтелектуальної обробки свідомістю людини інформації про світ та відображення сукупності різних етнічно зумовлених категорій, які формують світогляд народу про цей світ»¹⁸ та ін.

Формуючи поняттєвий обсяг «медійного фразеологізму» в контексті мовної картини світу¹⁹, ми наголошуємо на формуванні так званої медіафразеологічної картини світу, яку дефінітивно розуміємо як вербалізацію концептуальної картини світу, що виявляється в динаміці акумулятивних процесів інформації у масовій свідомості та слугує її ретранслятором в суспільній комунікації. Побудова цього поняття мотивована логікою розуміння фразеології як «знакової моделі інтелектуального розвитку національної літературної мови» (за Л. І. Шевченко)²⁰ та формування в масовій свідомості поняття фразеостилеми (за Б. Тошовичем)²¹. По-перше, фразеологія відбиває закономірні еволюційні зміни в мові відповідно до вимог часу. По-друге, такі зміни ведуть до усталеності в масовій свідомості фразеостилем, що фактично є результатом концептуального осмислення мови в її динаміці: стиль → стилема → фразеостилема.

Фразеостилеми стають особливо актуальними в текстах мас-медіа, якщо вони мають певний концептуальний характер. Це стосується передусім:

(1) узусної (традиційної) фразеології. В її основу закладаються додаткові конотації та смисли, а також з її допомогою підсилюється ефект впливу

мовознавства та літературознавства.— 2008.— Вип. 12.— С. 84-86; Хайруллина Р. Х. Фразеологическая картина мира: от миропонимания к миропониманию.— Уфа, 2000.— 285 с.; Добровольский Д. О. Знач. праця).

¹⁵ Єрмоленко С. С., Бечко Я. В. Відображення семантичної структури багатозначних слів на фразеологічному рівні // Мовознавство.— 2010.— № 6.— С. 45.

¹⁶ Хайруллина Р.Х. Знач. праця.— С. 22.

¹⁷ Телия В.Н. Фразеология в контексте культуры.— М., 1999.— С. 26.

¹⁸ Венжинович Н.Ф. Про формування фразеологічної картини світу // Вісн. Дніпропетр. ун-ту. Серія «Мовознавство».— 2007.— Т.1.— С. 84.

¹⁹ Сизонов Д. Ю. Медійний фразеологізм в контексті мовної картини світу // Лінгв. дослідження.— 2018.— Вип. 47.— С. 72–77.

²⁰ Шевченко Л. І. Інтелектуальна еволюція української літературної мови : Теорія аналізу — К., 2001.— С. 245.

²¹ Тошович Б. Інтернет-стилістика.— М., 2015.— С. 10.

на реципієнта. В архітектоніці медіатексту найбільше смислове навантаження припадає на заголовок (у рекламі — на слоган): «Це знову *альфа й омега* зовнішньої та внутрішньої політики» (Gazeta.ua, 22.04.2019), «Імітація процесу як *Ахіллесова п'ята* політичної еліти» (НВ, 28.05.2019), «*“Повернення блудного сина”*»: Укрзалізницю знову віддали Мінінфраструктурі» (ZiK, 18.10.2019), «Після 2:0 за підсумками першого тайму бельгійці взагалі були на сьомому небі від щастя, після матчу, хоча й бурхливо святкували, говорили й про розчарування від нічиєї» (Футбол, 08.10.2019) та ін.

(2) трансформованої фразеології. Стилїстична трансформація фразеологізмів у медіакомунікації можлива лише тоді, коли ці одиниці відомі широкій аудиторії (ефект непередбачуваності, який вважається основним у медійній комунікації, буде можливий у похідному фразеологізмі лише за умов урахування фонових знань реципієнта): «Податки до люстрації доведуть» (трансформація фразеологізму *Язык до Києва доведе.* — Д.С.) (Експрес, 11.04.2016), «Поправки до голосування додали велику ложку дьогтю у антикорупційну бочку» (ТСН, 11.11.2014), «Сім раз відміряй — один раз прийми: депутати Верховної ради, не вагаючись, приймають нові закони» (Факти, 11.09.2014), «*“На городі бузина, а в Києві хунта”*: українці жартують над пропагандою» (Реально, 06.11.2015) та ін.

(3) нової фразеології. Цікаво, що нові усталені конструкції, що фразеологізуються в медіа, формують і нові фразеостиліми, що популяризуються масовою комунікацією: «*Стадіон, так стадіон*: як Порошенко без Зеленського проводив дебати» (24 канал, 15.04.2019), «*Венесуельська гра Мадуро: чим закінчиться криза*» (ДТ, 05.03.2019), «*“Рамочка турборежиму”*: у “Слузі народу” планують ухвалювати не менше 7–10 законопроектів за день» (УНІАН, 06.09.2019), «У новому році на українських водіїв чекає відразу кілька сюрпризів: нові ціни на паливо і *“листи щастя”*» (у значенні «поштового повідомлення про порушення правил дорожнього руху». — Д. С.) (Радіо «Свобода», 11.01.2019)²². Зазначимо, що нова фразеологія також структурно й семантично трансформується в медіа. Головною умовою для цього процесу є врахування фонових знань реципієнтів та прецедентність подій, які супроводжують фразеологізацію (наприклад, для українців у 2019 р. це були суспільно-політичні зміни, пов'язані з президентською та парламентською кампаніями): «*“Поліграф — так поліграф”*: соцмережі про “корупційний скандал” в “Слузі народу”» (ВВС.Україна, 23.10.2019); «*“Зелені чоловічки”*»: Геращенко позбавили права брати участь у п'яти пленарних засіданнях парламенту» (Прямий, 12.09.2019); «*“Листи антищастя”* для нових депутатів: нові сюрпризи від голови партії “СН”» (Znaj.ua, 22.03.2019).

Пор. з медіатекстами про Україну у світових ЗМІ: «*It should be the stadium, so let it be the stadium: Ukraine's Poroshenko Agrees To Stadium Debate*» — «Стадіон так стадіон: український президент Порошенко погодився на дебати на стадіоні» (RadioFreeEurope, 10.04.2019), «Парашэнка прыняў выклік Зяленскага: *“Стадыён — дык стадыён”*» — «Порошенко прийняв виклик Зеленського: *“Стадыён — дык стадыён”*» (Навіны Беларусі, 04.04.2019), «*Abgesehen von dem Krieg im Kohlrevier Donbass und der damit verbundenen Notwendigkeit der Armeemodernisierung, warten auf den neuen Staatschef jede*

²² Докладніше див.: Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа: Словник.— К., 2017–2019.— Ч. 1–3.

Menge anderer Herkulesaufgaben, vor allem der lange halbherzig geführte Kampf gegen Korruption» — «Окрім війни на Донбасі та відповідної необхідності модернізації армії, новий глава держави має безліч інших геркулесівських завдань, зокрема тривалу боротьбу з корупцією» (DW, 30.03.2019), «“Little green men” or “Russian invaders”?» — «“Маленькі зелені чоловічки” чи “російські загарбники”?» (BBC, 11.03.2014), «Critics of President Vladimir Zelensky and the party “servant of the people” has launched an online flashmob with the hashtag “little green men”» — «Критики президента Володимира Зеленського та партії “слуг народу” запустили віртуальний флеш-моб з хештегом “маленькі зелені чоловічки”» (Post, 16.09.2019).

Фактично можна говорити про появу та подальшу інтерпретацію фразеологізмів у новій реальності — масмедійній²³. Саме фразеологізми у масовій комунікації вживаються як маркери актуальних подій сучасності, що відповідає ментальним особливостям реципієнта. І навіть нові явища, які з’являються в суспільній свідомості, також знаходять відбиток через фразеологію. Згадаймо в цьому контексті фразеологізми, народжені під час Помаранчевої революції та Революції гідності: *Разом нас багато, Ці руки нічого не крали!, Бандитам — тюрми!, Небесна сотня, майданить країну, куля в лоб* (у значенні «іти на все»); *палити шини; виходити на Майдан* (у значенні «боротися за свої права») та ін. Розширення семантики лексеми *Майдан* констатує й О. О. Тараненко: «Уже двічі протягом останніх десяти років спалах словотворчої активності спостерігається навколо слова *майдан / Майдан* (мається на увазі майдан Незалежності в центрі Києва), що розвинуло метонімічне процесуальне значення “тривалий масовий протест проти влади в центрі міста”»²⁴. Розширюючи погляд дослідника, наголосимо, що *майдан* став дериватом і для нової медіафразеології. Кожний із згаданих вище неофразеологізмів формується навколо аксіологічних опозиційних домінант: *добро / зло, правда / неправда, корупція / антикорупція, злочин / кара, патріотизм / здача національних інтересів* та ін. Подібні аксіологічні смисли закладаються та активно функціонують у сучасному українському медіапросторі.

У мас-медіа фразеологізми становлять великий обсяг «згорнутої» культурно-маркованої інформації, оскільки актуалізують більш релевантні явища на певному етапі розвитку соціуму. «Символи модерної культури становлять складну ієрархію мовних одиниць, що естетизують і насичують смислами медійний простір»²⁵, а отже, за допомогою медіафразеологізмів простіше зрозуміти культуру певного народу. У цьому можуть допомогти прецедентні цитати та афоризми, що виступають головними ідентифікаторами масової

²³ Див., наприклад: *Стишов О.А.* Неофраземи в суспільно-політичному дискурсі українських мас-медіа // Філол. студії.— 2015.— Вип. 4.— С. 19–23; *Стишов О.А.* Основні джерела поповнення фразеологічного складу української мови кін. ХХ – поч. ХХІ ст. // Мовознавство.— 2015.— №1.— С. 33–46; *Пашинська Л. М.* Походження фразеологічних неологізмів (на матеріалі сучасних українських ЗМІ) // Наук. вісн. кафедри Юнеско КНЛУ : Серія «Філологія».— 2010.— № 20. С. 56–57; *Сизонов Д. Ю.* Фразеологічні інновації в літературній мові: до проблеми стилістичного аналізу // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика.— 2016.— Вип. 33.— С. 87–97, та ін.

²⁴ *Тараненко О.О.* Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ–ХХІ ст.).— К., 2015.— С. 15.

²⁵ *Шевченко Л.І.* Символи модерної культури в інтертексті слов’янських медіа // Актуальні задачі стилістики.— 2018.— №4.— С. 78.

свідомості українців. Це передусім відомі для масового реципієнта фразеологізовані культурні маркери, як-от: *Сад божественних пісень, любов проростає з любові* (Г. Сковорода), *Як умру, то поховайте, Борітеся — поборете* (Т. Шевченко), *Ви знаєте, як липа шелестить* (П. Тичина) — література; *Я не здамся без бою* (С. Вакарчук), *Де правди шукати, коли брат на брата* (А. Кузьменко) — музична сфера; *Маємо те, що маємо* (Л. Кравчук), *Ці руки нічого не крали* (В. Ющенко), *Якщо куля в лоб...* (А. Яценюк) — політична комунікація та ін. Див. у медіакомунікації: «Сад божественних пісень від Президента: які “пісні” співають під час кампанії?» (Сьогодні, 22.02.2019), «Т. Петриненко. Сад нерозкручених пісень» (афіша концерту, 2018 р.); «Як умру, то поховайте»: голлівудський актор Міккі Рурк, який нещодавно відзначив 67-й день народження, здивував українців дивною заявою, мовляв, хотів би після смерті упокоїтися в українській глибинці на Хмельниччині, звідки родом його помічник Дмитро Корнійчук, — в селі Загірці Білогірського району» (КП, 27.09.2019); «“Борітеся — поборете”: правда про прифронтовий Донбас» (Сніданок з 1+1, 12.02.2016); «minfin.com.ua підказав, як вибрати депозит “у місячні весняні ночі”» (телевізійна реклама, 2019 р.); «“Я не здамся без бою”: Вакарчук іде у депутати» (ТСН, 16.05.2019); «“Куля в лоб”: знаменитій фразі Арсенія Яценюка виповнилося 5 років» (УНІАН, 22.01.2019); «І зараз маємо те, що маємо. І, власне, маємо дуже неприємну річ, що воно вже починає нагадувати вибіркове правосуддя» (Прямий, 09.10.2019).

Отже, ідеться про явище фразеологічної інтертекстуальності, коли фразеологізм виступає інструментом створення авторського тексту, викликаючи асоціації з іншими текстами, що обмежено сприймаються певним колом комунікантів. У розгляді медійного фразеологізму як вербалізованого ідентифікатора українців урахується його культурологічна специфіка, особливо коли йдеться про масову свідомість. У процесі наукової інтерпретації традиційних фразеологізмів у медіа, їх трансформованих аналогів або ж при появі нової фразеології, на наше переконання, має враховуватися національна специфіка комунікантів, пов'язана передусім з історико-культурним контекстом.

Список скорочень джерел ілюстративного матеріалу:

24 канал	– інформаційний канал «24 канал»,
BBC	– британська телерадіомовна корпорація «BBC New»,
DW	– радіостанція «Deutsche Welle»,
Gazeta.ua	– інтернет-сайт «Gazeta.ua»,
Post	– інформаційний портал «Post»,
RadioFreeEurope	– радіостанція «RadioFreeEurope»,
ZiK	– інформаційний канал «ZiK»,
Znaj.ua	– інтернет-портал «Znaj.ua»,
BBC.Україна	– україномовне відділення британської телерадіомовної корпорації «BBC.Україна»,
ДТ	– український тижневик «Дзеркало тижня»,
Експрес	– газета «Експрес»,
КП	– газета «КП» в Україні»,
Навіны Беларусі	– інформаційний портал «Навіны Беларусі»,
НВ	– радіостанція «НВ»,
Прямий	– телеканал «Прямий»,
Радіо «Свобода»	– радіостанція «Радіо «Свобода»,

Реально	– інформаційний портал «Реально»,
Сніданок з 1+1	– програма телеканалу «1+1»,
Сьогодні	– програма телеканалу «Україна»,
ТСН	– програма телеканалу «1+1»,
УНІАН	– Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин,
Факти	– програма телеканалу «ICTV»,
Футбол	– телеканал «Футбол».

D.Y. SYZONOV

PHRASEOLOGY AS A REFLECTION OF NATIONAL IDENTITY IN MASS MEDIA COORDINATES

The article analyzes Ukrainian phraseology in the context of broad approach adopted in world stylistics. Phraseologisms are considered in mass consciousness as: (a) verbalized identifiers of national culture; (b) markers of social transformations in Ukraine; (c) conceptual ideologues of political processes. A new viewpoint on phraseology is formed in the context of neolinguistics – a conditional combined nomination of innovative linguistics directions with new views and ideas that are relevant today. Due to the fact that phraseology is a complex fragment of language picture of the world, it actually expresses material and spiritual culture of people. It is through mass communication that phraseologisms play a leading role in identifying national and cultural features. The author expands functional limits of phraseological picture of the world and clarifies the concept of phraseological stylema (by B. Toshovich). Phraseostylems become especially relevant in mass media texts if they are of a certain conceptual nature. This particularly applies to: (1) *usus* phraseology; (2) transformed phraseology; (3) new phraseology. The concept of media phraseological picture of the world is developed, which is understood as verbalization of conceptual picture of the world that is manifested in dynamic accumulative processes of information in mass consciousness and serves as its transponder in public communication. The conclusions drawn will help to identify a Ukrainian media text among other media texts through a phraseological resource. When considering a media phraseologism as an identifier of Ukrainians, its cultural specificity is taken into account, especially when it comes to mass communication. The author believes that in the process of scientific interpreting of traditional phraseologisms in media or their transformed analogues national specificity of communicators should be taken into account, which is primarily related to the background knowledge as well as historical and cultural processes.

Keywords: phraseologism, phraseological stylema, phraseological picture of the world, media language, functional stylistics.