УДК 811.161.2(075.8)

Файчук Т. Г.

канд. філол. наук, старш. наук. співробітник Відділу слов'янських мов, Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України, м. Київ, Україна

Фіголь Б. О.

студент КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна

ФРАЗЕОЛОГІЯ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО ЕЛЕКТРОННОГО ДИСКУРСУ

У статті йдеться про ефективність використання фразеологізмів у заголовках суспільно-політичних медіа, проаналізовано переваги заголовків із використанням фразеологічних одиниць.

Метою статті є з'ясування особливостей використання фразеологічних одиниць у заголовках електронних видань. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснено вибірку фразеологічних одиниць із широкого кола заголовків до статей українських електронних видань, проведено їх типологізацію з погляду семантики, структури, використаних стилістичних прийомів.

Для проведення дослідження було застосовано такі методи: описовий — застосовано для аналізу та опису проблематики вдалого заголовного комплексу; аналіз та синтез було використано для виділення переваг емоційно забарвлених заголовків, характеристики їх ефективності; типологізації — дозволив виділити переваги застосування фразеологізмів у заголовку, визначити їхні характеристики. Використовуючи кількісний контент-аналіз, досліджували частоту появи фразем у заголовному комплексі; а якісний контент-аналіз застосовували, коли цікавив сам факт наявності чи відсутності фразем.

З'ясовано, що фразеологізми в заголовках публіцистичних матеріалів електронних видань є поширеним мовним засобом привернення уваги читача. Приклади демонструють активне використання як традиційних фразеологізмів, так і трансформованих з відповідною видозміною компонентів, семантики, додаткових конотацій. Цікавим явищем у сучасній публіцистиці є заголовки — цитати висловлювань окремих політиків, службовців, громадських діячів, які, незважаючи на чіткі норми політичного красномовства, рясніють образними, експресивними виразами, фразеологічними новотворами, що й може бути предметом подальших досліджень.

Ключові слова: суспільно-політичні медіа, фразеологічна одиниця, заголовок, електронні видання, електронний дискурс, трансформовані фразеологізми.

Faychuk T. H.
PhD of Philology, Senior Research Fellow Institute of Linguistics O.O. Potebni, Kyiv, Ukraine

Figol B. O.
student of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine

PHASEOLOGY OF SOCIAL-POLITICAL ELECTRONIC DISCOURSE

The article deals with the effectiveness of using phraseologisms in the headlines of socio-political media, analyzes the advantages of headlines using phraseological units.

The purpose of the article is to find out the specifics of the use of phraseological units in the titles of electronic publications. The scientific novelty of the research is that for the first time a selection of phraseological units was made from a wide range of titles of articles of Ukrainian electronic publications, typologization was carried out in terms of semantics, structure, and stylistic techniques used.

The following methods were used for the study: descriptive — to analyze and describe the problem of a successful title complex; analysis and synthesis were used to highlight the benefits of emotionally colored headlines, to characterize their effectiveness; typologization — to highlight the advantages of using phraseologisms in the title, to determine their characteristics. Using quantitative content analysis, we investigated the frequency of occurrence of phrases in the titles; and qualitative content analysis was applied when interested in the fact of the presence or absence of phrases.

The phraseologisms found in the headlines of articles in electronic publications have been found to be a common linguistic means of attracting reader attention. The examples demonstrate the active use of both traditional phraseologisms and transformed with appropriate modification of components, semantics, and additional connotations. An interesting phenomenon in modern journalism is the headlines — quotations of statements of politicians, officials, public figures who, despite clear norms of political eloquence, are replete with imaginative, expressive expressions, phraseological innovations, which may be the subject of further research.

Keywords: socio-political media, phraseological unit, title, electronic publications, electronic discourse, transformed phraseologisms.

Постановка проблеми. Українська фразеологія має багату історію свого розвитку, образно та емоційно відображає дух нашого народу, є незаперечною лексичною скарбницею та окрасою мови. Дослідженню питань функціонування фразеологізмів присвячено чимало наукових праць мовознавців: Б. Антоненко-Давидович, Я. Баран, А. Григораш, О. Пономарів, Л. Скрипник, В. Ужченко, Д. Ужченко, Л. Устенко, Н. Шкуратяна, С. Шевчук та ін. [1; 2; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 11]. Актуальним для сучасної лінгвістики є вивчення використання фразеологічних одиниць та їх видозміни в творах різних функціональних стилів, зокрема в публіцистиці (М. Ковальчук, І. Лакомська) [4; 5].

Метою статті є з'ясування особливостей використання фразеологічних одиниць у заголовках електронних видань.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснено вибірку фразеологічних одиниць із широкого кола заголовків українських електронних видань, проведено їх типологізацію з погляду семантики, структури, використаних стилістичних прийомів.

Результати дослідження. Джерельною базою стали 205 електронних медіа, зокрема проаналізовано 375 заголовків, до складу яких увійшли класичні й трансформовані фразеологізми.

Уживання фразеологізмів у заголовках статей електронних медіа сьогодні є поширеним явищем, оскільки закодована в цих конструкціях інформація дає можливість влучно, стисло та максимально експресивно донести зміст розвідки, привернути увагу читача, викликати зацікавлення, роздуми, емоції. Значення та роль заголовків у загальній структурі публіцистичного тексту важко переоцінити, оскільки саме від майстерності називання статті досить часто залежить результат — прочитання читачем усього матеріалу. Фразеологізми як структурна частина заголовка допомагають ефективно реалізовувати його інформативну функцію в ознайомленні з основною ідеєю повідомлення, а також безперечно працюють на виконання функції атрактивності, внаслідок чого читач спочатку «чіпляється» за заголовок, а далі цікавиться змістом. Для реалізації функції привертання уваги та зосередження на змісті статті заголовок може мати різні характеристики: бути інтригуючим, сенсаційним, іронічним, експресивним. На нашу думку, фразеологізми (традиційні та трансформовані) у складі заголовків є визначальним інструментом атракції для прочитання статті. Розглянемо приклади заголовкових назв з використанням фразеологізмів в електронних медіа.

Вираз *«золоті руки»* у значенні «майстер своєї справи, вправна, уміла, здібна людина» [ФСУМ ІІ, 768] вживається у своєму традиційному значенні з додатковими суб'єктно-об'єктними конотаціями: *«Золоті руки Доманівщини»*, URL: https://domanivska-gromada.gov.ua/album/1165/ (дата звернення: 22.09.2019), *«Олена Малик — майстер-золоті руки»* [Вісник Кіровоградщини. — 17.06.2019], URL: http://vk.kr.ua/society/8195-olena-malik-mayster-zolot-ruki.html (дата звернення: 22.09.2019). Для підсилення сприйняття фразеологізму фіксуємо приклади доповнення назви ще однією конструкцією *«Світлий розум та золоті руки»*, URL: http://sumykhimprom.com.ua/svitlij-rozum-ta-zoloti-ruki/ (дата звернення: 22.09.2019). Водночас засвідчені випадки зміни семантики фраземи на негативну, що легко визначається з контексту, авторського коментаря *«Золоті руки»*: *у Туреччині почала тріскатися АЕС, яку будує Росія* [ZIK. — 15.05.2019], URL: https://zik.ua/news/2019/05/15/zoloti_ruky_u_turechchyni_pochala_triskatysya_aes_yaku_buduie_rosiya_1571777 (дата звернення: 22.09.2019); *Золоті руки: в мережі висміяли ядерну НП, влаштовану Росією в Туреччині* [Апостроф. — 15.05.2019], URL: https://apostrophe.ua/ua/news/world/2019-05-15/zolotyie-ruki-v-seti-vyismeyali-yadernoe-chp-ustroennoe-rossiey-v-turtsii/162811 (дата звернення: 22.09.2019). Примітним є те, що фразема *«золоті руки»* в іронічному значенні є складовою частиною заголовка статей двох різних видань для висвітлення однієї події, що може свідчити про надзвичайно вдалий її ефект.

Фразеологізм *«ведмежа послуга»* досить часто використовують у заголовкових назвах з огляду на своє значення (послуга, яка, всупереч добрим намірам, завдає шкоди, неприємностей). Поширеними є заголовки з такою структурою: фразема *«ведмежа послуга»* + конкретизація *кому? від кого?*: *«Ведмежа послуга президенту і країні»* [Спільне. — 19.04.2019], URL: https://commons.com.ua/uk/vedmezha-posluga-prezidentu-i-krayini/ (дата звернення: 22.09.2019); *«Ведмежа послуга Міхеїлу Саакашвілі»* [Високий Замок. — 22.12.2017], URL: https://wz.lviv.ua/article/212381-vedmezha-posluha-mikheilu-saakashvili (дата звернення: 22.09.2019); *«Ведмежа послуга від кандидатки»* [Первый городской. — 17.07.2019], URL: https://one.kr.ua/scenes/4678 (дата звернення: 22.09.2019). Засвідчуємо також приклади фраземи у початковій частині назви з розширеним коментарем, що фактично розкриває зміст статті: *«Ведмежа послуга: коли дитині*

допомагати не варто?» [Obozrevatel. — 11.11.2016], URL: https://www.obozrevatel.com/mamaclub/news/46927-vedmezha-posluga-koliditini-dopomagati-ne-varto.htm (дата звернення: 22.09.2019); *«Ведмежа послуга. Суд покарав чоловіка, який замовив для брата фальшиві документи на авто»* [Експрес. — 04.02.2019], URL: https://expres.online/adventures/vedmezha-posluga-sud-pokarav-cholovika-yakiy-zamoviv-dlya-brata-falshivi-dokumenti-na-avto (дата звернення: 22.09.2019). Окремої уваги заслуговують заголовки, у яких прихована у фразеологізмі семантика з'ясовується лише після прочитання статті. Так, у назві *«Миротворці на Донбасі: чим загрожує «ведмежа послуга» Україні»*[Znaj.ua.—05.02.2019],URL:https://znaj.ua/politics/myrotvorcina-donbasi-chym-zagrozhuye-vedmezha-posluga-ukrayini (дата звернення: 22.09.2019) *«ведмежа послуга»* трактується як *«запропонований Росією варіант введення миротворців на Донбас»*.

Останнім часом у суспільно-політичному житті України активно послуговуються фразеологізмом *«кіт у мішку» — «купити кота в мішку»* «придбати що-небудь, не бачачи й не знаючи його якостей» [ФСУМ І, 405]: *«Якого «кота» ховає у «мішку» Зеленський?»* [Вголос. — 12.04.2019], URL: https://vgolos.com.ua/politic/yakogo-kota-hovaye-u-mishku-zelenskyj_962058.html (дата звернення: 22.09.2019); *«Кіт у мішку» на один президентський термін* [Українська правда. — 03.04.2019], URL: https://www.pravda.com.ua/columns/2019/04/3/7211173/ (дата звернення: 22.09.2019); *«Новий очільник Київщини: «кіт в мішку» від Президента Зеленського»* [Столичний регіон. — 27.06.2019], URL: https://stolychno.news/mista/kiyivska-oblast/noviy-ochilnik-kiyivshhini-kit-v-mishku-vid-prezidenta-zelenskogo/ (дата звернення: 22.09.2019). Засвідчуємо також приклади фраземи у початковій частині назви з наступним розширеним коментарем, що фактично розкриває зміст статті: *«Кіт у мішку: звідки завозять дешеві автівки до України»* [ВолиньPost. — 27.02.2019], URL: http://www.volynpost.com/news/132644-kit-u-mishku-zvidky-zavoziat-deshevi-avtivky-do-ukrainy (дата звернення: 22.09.2019); *«Кіт у мішку: з російськими паспортами пенсій і соціальних виплат не буде»* [Народна правда. — 03.05.2019], URL: https://narodna-pravda.ua/2019/05/03/kit-u-mishku-z-rosijskymy-pasportamy-pensij-i-sotsialnh-vyplat-ne-bude/ (дата звернення: 22.09.2019). Окремо виділяємо групу заголовків, які є цитатами окремих політиків (наводяться без змін, оскільки є доволі експресивними, образними,

самодостатніми): *Ви — не кіт у мішку, а мішок із олігархами та ексрегіоналами, — Порошенко до Зеленського* [ZIK. — 19.04.2019], URL: https://zik.ua/news/2019/04/19/vy__ne_kit_u_mishku_a_mishok_iz_oligarhamy_ta_eksregionalamy__poroshenko_1556061 (дата звернення: 22.09.2019), *«Краще «кіт у мішку», ніж «вовк в овечій шкурі»: Зеленський «наїхав» на Порошенка»* [Depo.ua. — 18.04.2019], URL: https://www.depo.ua/ukr/about/krashche-kit-u-mishku-nizh-vovk-v-ovechiy-shkuri-zelenskiy-naikhav-na-poroshenka-20190418950793 (дата звернення: 22.09.2019).

Фразеологічний вислів *«не на життя, а на смерть»* використовується у заголовках для максимально емоційного відтворення ситуацій, за яких людина чогось дуже прагне, *«не жаліючи своїх сил, не боячись за своє існування»* [ФСУМ І, 295]. Фіксуємо назви зі словами бій, протистояння, битва: *«Бій не на життя, а на смерть: всесвітньо відомий футуролог пояснив, чому Росія так відчайдушно бореться за Україну»* [ТСН Блоги. — 31.03.2018], URL: https://www.facebook.com/tsn.ua.blogi/posts/1657048167663867/ (дата звернення: 22.09.2019); *«Протистояння Сенцова з Путінім — це бій не на життя, а на смерть»* [Радіо Свобода. — 10.08.2018], URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29424819.html (дата звернення: 22.09.2019); *«Битва не н*а життя, а на смерть: каракурт і скорпіон зійшлися в страшній сутичці» [Obozrevatel. — 27.09.2015], URL: https://www.obozrevatel.com/ukr/abroad/95708-bitva-ne-na-zhittya-a-na-smert-karakurt-i-skorpion-zijshlisya-v-strashnij-sutichtsi--video-boyu.htm (дата звернення: 22.09.2019); *«Запеклий бій не на життя, а на смерть»* [Livejournal. — 15.02.2013], URL: https://fil0saf.livejournal.com/153582.html (дата звернення: 22.09.2019).

Фразеологічну одиницю *«стріляти (бити) з гармат по горобцях»* у значенні «затрачати непомірні, великі зусилля, волю там, де вони зайві, недоцільні» [ФСУМ ІІ, 867] фіксуємо в заголовках як з дієслівним компонентом *«Варшава вистрелила з гармати в горобця — ЗМІ Польщі про ескалацію польсько-українського конфлікту»* [Радіо Свобода. — 10.11.2017], URL: https://www.radiosvoboda.org/a/28847146.html (дата звернення: 22.09.2019); *«Стріляємо з гармати по горобцях»: на КВБЗ популярно пояснили, чому Раківці потрібна нова котельня* [Телеграфъ. — 13.06.2018], URL: https://www.telegraf.in.ua/kremenchug/10070589-strlyayemo-z-garmati-pogorobcyah-na-kvbz-populyarno-poyasnili-chomu-rakvc-potrbna-nova-

kotelnya.html (дата звернення: 22.09.2019), так і без нього, однак з обов'язковим авторським коментарем-роз'ясненням: *З гармат по горобцях: особливості національного декларування доходів громадянами* [«Дебет-Кредит». — 09.01.2013], URL: https://news.dtkt.ua/taxation/common/22830 (дата звернення: 22.09.2019); *«З гармати по горобцях. Чому ліміт «три посилки на місяць» не зупинить контрабанду»* Ukrainian Retail Association. — 11.01.2018], URL: https://rau.ua/novyni/iz-pushki-po-vorobyam/ (дата звернення: 22.09.2019).

Трансформацію фраземи спостерігаємо у назві *«З гармати по зайцях» за рахунок зміни її компонентного складу* [Агробізнес Сьогодні. — 28.12.2012], URL: http://agro-business.com.ua/agro/mekhanizatsiia-apk/item/946-z-harmaty-po-zaitsiakh.html (дата звернення: 22.09.2019). Крім цього, очевидною є зміна семантики виразу, адже слово *гармата* в статті вживається у своєму прямому значенні *«зброя — акустичний пугач-відлякувач»*.

Окремої уваги, на нашу думку, заслуговує заголовок *«Маскульт, гламур і соцмедіа: з гармат по горобцях чи горобцями по гарматах?»* [Дзеркало тижня. — 24.04.2019. — № 15], URL: https://dt.ua/SOCIUM/maskult-glamur-i-socmedia-z-garmat-po-gorobcyah-chi-gorobcyami-po-garmatah-309668.html (дата звернення: 22.09.2019), який, на перший погляд, здається гарною грою слів зі створення авторського новотвору. Однак уважне прочитання статті переконує у своєрідності філософського трактування фраземи, з відповідною зміною семантики: *«Раніше пропаганда могла стріляти по горобцях, коли її перестали сприймати як справжню комунікацію і вона стала ритуалом. Сьогодні горобці (тобто соцмедіа) можуть стріляти по гарматах і перемагати їх (тобто держави)»*.

Фразема *«п'яте колесо до воза»* «хто-небудь, що-небудь зайве, непотрібне» [ФСУМ І, 385] уживається як заголовкова назва самостійно, без будь-яких додаткових компонентів чи коментарів: *«П'яте колесо до воза»* [Голос України. — 25.12.2009], URL: http://www.golos.com.ua/article/150540 (дата звернення: 22.09.2019); *«П'яте колесо до воза»* [Україна молода. — 28.02.2006], URL: https://www.umoloda.kiev.ua/number/624/118/22607/ (дата звернення: 22.09.2019). І лише ознайомлення безпосередньо зі змістом статей дає зрозуміти, у якому контексті використано конструкцію: щодо реформування освіти й ЗНО; щодо перебігу чемпіонату з хокею. Такий прийом, на нашу думку, створює максимально інтригуючий ефект і стимулює до

прочитання всього матеріалу. Також засвідчуємо низку заголовків, які повно або частково розкривають трактування фразеологізму: *«Абетка демократії: П'яте колесо до воза української демократії»* [Радіо Свобода. — 11.04.2003], URL: https://www.radiosvoboda.org/a/901032.html (дата звернення: 22.09.2019); *«Швидкі» — п'яте колесо до воза* [Svoboda.fm. — 25.02.2013], URL: http://svoboda.fm/economic/chernigov/222275.html?language=ua (дата звернення: 22.09.2019). Натрапляємо на приклади трансформації фразеологізму *«Сьоме колесо до воза»* [Україна молода. — 27.04.12. — № 63], URL: https://www.umoloda.kiev.ua/number/2068/180/73697/, щоправда компонентна (числівникова) заміна в назві має на меті не зміну семантики, а її експресивне підсилення.

Фразеологізм *«латати дірки»* «частково задовольняти потреби в чомусь вкрай необхідному; відшкодовувати що-небудь» [ФСУМ І, 417] у складі заголовків здебільшого вживається для висвітлення питань бюджету й фінансів: *«Кому латати діри у бюджеті?»* [Я-КОРРЕСПОНДЕНТ. — 21.09.2018], URL: https://blogs.korrespondent.net/blog/politics/4014030/ (дата звернення: 22.09.2019) *«Дірки» в спортивній галузі Кременчука збираються латати за рахунок зарплат»* [Кременчуцька газета. — 19.03.2019], URL: https://kg.ua/news/dirki-v-sportivniy-galuzi-kremenchuka-zbirayutsya-latati-za-rahunok-zarplat (дата звернення: 22.09.2019). Також засвідчуємо випадки розширення компонентного складу фраземи додатковими конотаціями: *«Святі отці з Тернопільщини йдуть латати політичні дірки»* [Teren.in.ua. — 16.10.2015], URL: http://teren.in.ua/2015/10/16/svyati_ottsi_z_ ternopilshchyny_ydut_lataty_politychni_dirky/ (дата звернення: 22.09.2019). Зафіксовано чимало прикладів заголовків, у яких слово *«дірки»* у відповідному контексті вжито в прямому значенні (дірки в стінах, дірки (ями) на дорогах): *«Членам ДВК доводиться латати дірки в кабінках портретами Леніна і скріплювати їх скотчем — КВУ»* [UNN. — 21.07.2019], URL: https://www.unn.com.ua/uk/news/1814473-chlenam-dvk-dovoditsya-latati-dirki-v-kabinkakh-portretami-lenina-i-skriplyuvati-yikh-skotchem-kvu (дата звернення: 22.09.2019); *«Латати дірки в асфальті мусять комунальники після нічної грози у Києві»* [UA:Перший. — 19.08.2018], URL: http://1tv.com.ua/news/103849 (дата звернення: 22.09.2019).

Фразема *«між двох вогнів»* «опинитися у такому скрутному становищі, коли небезпека загрожує з обох боків» [ФСУМ І, 140] стає, як

правило, початковою частиною заголовків із наступним розлогим авторським коментарем: *«Між двох вогнів: чим небезпечний для України продаж акцій «Мотор Січ»* [Слово і діло. — 30.08.2019], URL: https://www.slovoidilo.ua/2019/08/30/kolonka/denys-popovych/polityka/mizh-dvox-vohniv-chym-nebezpechnyj-ukrayiny-prodazh-akczij-motor-sich (дата звернення: 22.09.2019); *«Україна між двох вогнів: чи відправлять у відставку Трампа через дзвінок Зеленському»*, URL: https://www.youtube.com/watch?v=s3ZmDXgN_zg (дата звернення: 29.09.2019); *«Між двох вогнів. Якою буде зовнішня політика нового президента Південної Кореї»* [Delo.ua. — 14.05.2017], URL: https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/mizh-dvoh-vogniv-jakoju-bude-zovnishnja-politika-novogo-preziden-330868/ (дата звернення: 22.09.2019); *«Між двох вогнів: шанси України у світовій торговельній війні»* [Європейська правда. — 05.07.2018], URL: https://www.eurointegration.com.ua/experts/2018/07/5/7083972/ (дата звернення: 22.09.2019). За рахунок уживання в заголовках зазначеної конструкції досягається максимальний ефект, робиться влучний акцент на певній проблемі.

Висновки. Отже, фразеологізми в складі заголовків публіцистичних матеріалів електронних видань є поширеним, цікавим та різноманітним явищем. Активно використовуються як традиційних (усталених) фразеологізмів, так і трансформованих з відповідною видозміною компонентів, семантики, додаткових конотацій. З'ясовано, що фразеологізми-заголовки виконують переважно функцію атракції, інформативний же складник забезпечують насамперед додаткові авторські коментарі-роз'яснення. Відзначено, що надзвичайно інтригуючий ефект мають назви, що утворюють лише фразеологізми (*«П'яте колесо до воза»*), адже образність фраземи спонукає до прочитання всього матеріалу. Цікавим явищем у сучасній публіцистиці є заголовки — цитати висловлювань окремих політиків, службовців, громадських діячів, які, незважаючи на чіткі норми політичного красномовства, рясніють образними, експресивними виразами, фразеологічними новотворами, що й може бути предметом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Антоненко-Давидович Б. Д.* Як ми говоримо. Київ : Рад. письменник, 1970. 182 с.

2. *Баран Я. А.* Фразеологія у системі мови. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. С. 115–121.
3. *Григораш А. М.* Систематизация приемов авторской интерпретации фразеологических единиц // Система і структура східнослов'янських мов: Міжкафедральний зб. наук. пр. Київ: УДПУ ім. М.П. Драгоманова, 1999. С. 194–199.
4. *Ковальчук М. Перетворення* фразеологізмів у газетних заголовках // Рідне слово в етнокультурному вимірі. 2013. С. 134–140.
5. *Лакомська І. В.* Сугестивна функція фразеологізмів у пресі (на прикладі газетних заголовків) // Записки з українського мовознавства. 2013. Вип. 20. С. 82–90.
6. *Пономарів О. Д.* Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посіб. [2-ге вид., стер.]. Київ: Либідь, 2001. С. 142–143.
7. *Пономарів О. Д.* Стилістика сучасної української мови : підручник. 3-тє вид., перероб. і допов. Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2000. С. 120–128.
8. *Скрипник Л. Г.* Фразеологія української мови. Київ : Наук. думка, 1973. С. 98–100.
9. *Ужченко В. Д., Ужченко Д. В.* Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. Луганськ, 2005. 400 с.
10. *Устенко Л. Ф.* Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови // Наук. зап. Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. 2011. Кн. 1. С. 40–44.
11. *Шкуратяна Н. Г., Шевчук С. В.* Сучасна українська літературна мова : навч. посіб. Київ: Літера, 2000. С. 165–172.

REFERENCES

1. Antonenko-Davy'dovy'ch, B. D. (1970). Yak my' govory'mo [As we speak]. Ky'yiv: Rad. py's'menny'k, 182.
2. Baran, Ya. A. (1997). Frazeologiya u sy'stemi movy' [Phraseology in the language system]. Ivano-Frankivs'k: Lileya-NV, 115–121.
3. Gry'gorash, A. M. (1999). Sy'stematy'zacy'ya pry'emov avtorskoj y'nterpretacy'y' frazeology'chesky'x edy'ny'cz [Systematization of techniques of author's interpretation of phraseological units]. Sy'stema i struktura sxidnoslov'yans'ky'x mov: Mizhkafedral'ny'j zbirny'k naukovy'x pracz' Ky'yiv: UDPU im. M.P. Dragomanova, 194–199.

4. Koval'chuk, M. (2013). Peretvorennya frazeologizmiv u gazetny'x zagolovkax [Transformation of phraseologisms in newspaper headlines]. Ridne slovo v etnokul'turnomu vy'miri, 134–140.
5. Lakoms'ka, I. V. (2013). Sugesty'vna funkciya frazeologizmiv u presi (na pry'kladi gazetny'x zagolovkiv) [Suggestive function of phraseologisms in the press (on the example of newspaper headlines)]. Zapy'sky' z ukrayins'kogo movoznavstva, 20, 82–90.
6. Ponomariv, O. D. (2001). Kul'tura slova: Movnosty'listy'chni porady' : navch. posib. [Culture of the word: Linguistic advice: a textbook]. Ky'yiv: Ly'bid', 142–143.
7. Ponomariv, O. D. (2000). Sty'listy'ka suchasnoyi ukrayins'koyi movy' : pidruchny'k [Stylistics of modern Ukrainian language]. Ternopil': Navchal'na kny'ga — Bogdan, 120–128.
8. Skry'pny'k, L. G. (1973). Frazeologiya ukrayins'koyi movy' [Phraseology of the Ukrainian language]. Ky'yiv: Nauk. dumka, 98–100.
9. Uzhchenko, V. D., & Uzhchenko, D. V. (2005). Frazeologiya suchasnoyi ukrayins'koyi movy': navch. posib. [Phraseology of modern Ukrainian]. Lugans'k, 400.
10. Ustenko, L. F. (2011). Osobly'vosti funkcionuvannya frazeologichny'x ody'ny'cz' u rizny'x sty'lyax ukrayins'koyi movy' [Features of the functioning of phraseological units in different styles of the Ukrainian language]. Naukovi zapy'sky' Nizhy'ns'kogo derzhavnogo universy'tetu im. My'koly' Gogolya. Seriya: Filologichni nauky', 1, 40–44.
11. Shkuratyana N. G., & Shevchuk S. V. (2000). Suchasna ukrayins'ka literaturna mova: navch. posib. [Contemporary Ukrainian Literary Language: a Textbook]. Ky'yiv: Litera, 165–172.

Стаття надійшла до редакції 10.09.2019.
Received 10.09.2019.