**УДК 811.161.2’373**
**DOI: https://doi.org/10.18524/2414-0627.2023.30.283840**

**І. В. Лакомська,**
*канд. філол. наук,*
*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,*
*доцент кафедри української мови та мовної підготовки іноземців*

# ІМЕННИКОВІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ У МЕДІАЗАГОЛОВКАХ: СЕМАНТИКО-ГРАМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

Статтю присвячено з’ясуванню особливостей реалізації та функціювання фразеологічних одиниць у заголовках українських електронних медіа, де вони максимально виявляють свою потужність одночасно акумулювати широкий узагальнюваний досвід поколінь, містити емоційну домінанту, а також містко відображати актуальний смисл повідомлення. Мета дослідження полягала у виявленні й описі лексико-граматичних особливостей фразеологічних одиниць (ФО), а саме іменникових (субстантивних) фразем, що передбачало необхідність виконання таких завдань: виокремити масив медійних заголовків із фразеологічним компонентом; визначити іменникові ФО та з’ясувати їхнє семантичне наповнення та структуру. Об’єктом дослідження були заголовки із фразеологізмами в українських електронних виданнях загальнонаціональних та регіональних медіа, предметом – лексико-граматична специфіка іменникових фразеологізмів у структурі заголовка. Для досягнення поставленої мети у роботі використано описовий метод, елементи компонентного аналізу (за допомогою якого встановлювалася семантична структура значення фразеологізмів); кількісний метод, який дав змогу порівняти та узагальнити отримані результати. У результаті дослідження встановлено, що найбільш частотними в газетних заголовках є іменні фразеологізми абстрактної семантики на позначення явищ навколишнього світу; також активно використовуються фраземи, що називають людину, а саме, риси характеру, вдачі людини, оскільки в основному об’єктом повідомлення є людина, зрідка – ФО на позначення предметів або речей матеріального світу. Субстантивні ФО найчастіше представлено сполученням стрижневого іменника з такими частинами мови: присвійним прикметником, якісними і відносними прикметниками та дієприкметниками, числівниками, іменником у родовому відмінку, іменником у формі інших непрямих відмінків. За структурою досліджувані іменникові фразеологічні одиниці було представлено здебільшого двокомпонентними моделями, зрідка трикомпонентними, що відповідає основним вимогам ЗМІ – лаконічно та влучно інформувати та впливати на аудиторію.

**Ключові слова:** медіазаголовок, фразеологізм, граматична класифікація, семантика і структура фразеологічних одиниць.

**I. V. Lakomska,**
*PhD in Philology,*
*Odesa National University named after I. I. Mechnikov,*
*Ukrainian Language and Foreigners' Language Training Department*
*Associate Professor*

# NOUN PHRASEOLOGISMS IN MEDIA HEADLINES: SEMANTIC AND GRAMMATICAL ASPECT

The article is devoted to clarifying the peculiarities of the implementation and functioning of phraseological units in the headlines of Ukrainian electronic media, where they show their power while simultaneously accumulating a broad generalized experience of generations, fill the emotional dominant, and also comprehensively reflect the actual content of the message. The purpose of the research was to identify and describe the lexical-grammatical features of phraseological units (FU), namely noun (substantive) phrases, which required the following tasks: to identify an array of media headlines with a phraseological component; to define noun FUs and find out their semantic content and structure. The object of the study was headlines with phraseological units in Ukrainian electronic editions of national and regional media, the subject was the lexical-grammatical specificity of noun phraseological units in the structure of the title.To achieve the goal, the work used a descriptive method, elements of component analysis (using which the semantic structure of the meaning of phraseological units was established); quantitative method, which made it possible to compare and generalize the obtained results. As a result of the research, it was found that the most frequent in newspaper headlines are nominal phraseological units of abstract semantics to denote the phenomena of the surrounding world; idioms that name a person are also actively used, namely, character traits, character traits of a person, since the main object of the message is a person, occasionally - FU to denote objects or things of the material world. Substantive FUs are most often represented by the combination of a stem noun with the following parts of speech: a possessive adjective, qualitative and relative adjectives and adverbs, numerals, a noun in the genitive case, a noun in the form of other indirect cases with prepositions. According to the structure, the studied noun phraseological units were mostly represented by two-component models, sometimes three-component, which meets the main requirements of mass media - to inform and influence the audience as succinctly and accurately as possible.

**Key words**: headline, phraseology, grammatical classification, semantics and structure of phraseological units.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** Оскільки мова, як і кожне суспільне явище, безперервно розвивається, разом із нею в постійному русі перебуває і її фразеологічний фонд. У фразеології найяскравіше виявляється національна

специфіка мови. У зв'язку з цим одним із найважливіших завдань лінгвістики стали дослідження та наукова систематизація фразеологічних ресурсів української мови, зокрема у сфері ЗМІ. Як зазначає Д. Сизонов, «саме аналіз медіамови з позиції функціонування її одиниць становить особливий інтерес серед лінгвістів XXI ст. У мові ЗМІ на сучасному етапі спостерігається постійне оновлення лексико-фразеологічного складу, активне поповнення новими лексемами, їхніми лінгвістичними трансформаціями..» [9, с.72]. У зазначеному аспекті учений наголошує, що «новий контекст формує й нові можливості для фразеології: ресурс фразеологізмів у медіа дозволяє досягати ключових функцій у масовій комунікації – інформувати та переконувати реципієнта, впливати на його емоції, розважати та виховувати» [9, с. 74]. З огляду на це, дослідження особливостей функціонування фразеологізмів у мові масмедіа набуває сьогодні неабиякого значення, оскільки фразеологія будь-якої мови – це віддзеркалення накопиченого у свідомості народу багатовікового життєвого досвіду, звичаїв та традицій.

**Актуальність** таких пошуків за останні роки зумовлена зацікавленням дослідників сучасними проблемами національного самоусвідомлення й самовираження, співвідношенням мови й духовної культури, з'ясуванням нових підходів до вивчення фразеологічних одиниць як скарбниці національних конотацій, а також специфікою відображення глибоко вкорінених зв'язків між фразеологізмами і національною ментальністю.

**Аналіз досліджень проблеми.** На сьогодні існує чимало дослідницьких робіт, присвячених вивченню різнорівневих аспектів функціонування фразеологічних одиниць, проте визначення семантико-граматичних властивостей ФО вимагає подальшої наукової розробки. У зазначеному напрямку відмітимо таких учених, як Л. Авксентьєв, В. Архангельський, М. Демський, О. Кунін та ін., які зазначають, що класифікувати фразеологізми за граматичним принципом є важким завданням, що зумовлюється їхньою ґенезою і структурно-семантичними ознаками: фразеологізм є результатом переосмислення вільного словосполучення, надслівною структурою, у якій в особливий спосіб поєднуються семантико-граматичні ознаки всіх компонентів [11, с. 130]. Нарізнооформленість фразем зумовлює суттєві розбіжності в класифікації ФО. Дехто взагалі не визнає граматичних категорій у ФО (М. Копиленко, В. Рудов), інші вчені класифікують їх за формально-граматичними ознаками стрижневого компонента.

Отже, в дослідженнях, присвячених класифікації ФО за граматичним принципом, немає одностайності щодо критеріїв їх виокремленння в ту чи іншу групу. Жодний із названих підходів не містить вичерпного розв'язання цієї проблеми: залишається багато ФО, які не можна зарахувати до якоїсь конкретної групи тільки за одним параметром — семантичним, морфологічним чи синтаксичним.

Таким чином, частиномовна характеристика фразеологічних одиниць визначається специфікою фразеологічного значення, їхньою синтаксичною функцією, а також морфологічними властивостями слів, із яких складається фразеологізм.

Отже, **об'єктом** дослідження є заголовки із фразеологізмами в українських електронних виданнях загальнонаціональних та регіональних медіа, **предметом** –

лексико-граматична специфіка іменникових (субстантивних) фразеологізмів у структурі заголовка.

**Мета** дослідження полягає у виявленні й описі лексико-граматичних особливостей фразеологічних одиниць в українських медіавиданнях, що передбачає необхідність виконання таких **завдань**: виокремити масив медійних заголовків із фразеологічним компонентом; визначити іменникові ФО та з'ясувати їхнє семантичне наповнення та структуру.

**Джерельною базою** дослідження стали заголовки електронних україномовних загальнонаціональних і регіональних медіа за 2021 – 2023 роки. **Фактичним матеріалом** статті є понад 200 заголовків із іменниковим фраземним компонентом, дібрані методом суцільної вибірки з проаналізованих медіавидань.

Для досягнення поставленої мети у роботі використано описовий метод, елементи компонентного аналізу (за допомогою якого встановлювалася семантична структура значення фразеологізмів); кількісний метод, який дав змогу порівняти та узагальнити отримані результати.

Наукова новизна статті полягає у продовженні циклу робіт автора, присвячених лексико-граматичним особливостям ФО, до того ж фактичним матеріалом є масив заголовків сучасних медіа, що не був раніше об'єктом наукових розвідок.

**Виклад основного матеріалу.** Серед українських учених найбільш ґрунтовно частиномовна належність ФО опрацьована М. Алефіренком [1], М. Демським [3; 4], Ю. Прадідом [8]. Так, М. Алефіренко зазначає, що фразеологізми «як одиниці вищого рівня мови утворюють такі семантико-граматичні розряди, які не збігаються з частинами мови як лексико-граматичними категоріями, хоч інколи і співвідносяться з ними» [1, с. 42], і виокремлює такі семантико-граматичні розряди: субстантивні, дієслівні, ад'єктивні, адвербіальні та інтер'єктивні фразеологічні одиниці. М. Демський вважає, що всі ФО за характером їхнього значення та синтаксичними функціями в реченні можна поділити на іменникові, займенникові, прикметникові, дієслівні, прислівникові та вигукові. Ю. Прадід ФО умовно ділить на дві великі групи: 1) ФО, категорійні властивості в яких визначаються за допомогою граматично опорного компонента (в основному це іменники та дієслова); 2) ФО, що мають категорійні ознаки двох і більше частин мови, через що їм властива розшарованість меж (здебільшого це фраземи, в яких важко або ж зовсім неможливо визначити граматично домінувальний компонент). Дослідник виокремлює такі семантико-граматичні розряди: іменникові (субстантивні), прикметникові (ад'єктивні), дієслівні, прислівникові (адвербіальні) та вигукові [8]. Отже, ми дотримуємося семантико-граматичної класифікації, запропонованої М. Алефіренком, оскільки наш матеріал виявляє її максимальну релевантність, та у розвідці акцентуємо увагу на іменникових (субстантивних) фразеологізмах.

**Іменникова (субстантивна)** фразеологічна одиниця має узагальнено предметну семантику, об'єктивовану в граматичних категоріях роду, числа й відмінка, виконуючи у реченні синтаксичні функції підмета, іменної частини складеного присудка або додатка [6, с. 131].

Конкретизуючи семантику іменникових ФО, вчені зазначають, що такі ФО характеризують: 1) людину (*порожня голова);* 2) істот (реальних або нереальних), демонологічні об'єкти (*той, що греблю рве*); 3) предмети (*китайська грамота)*; 4) абстрактні поняття (*іскра Божа)* [11, с. 132].

У нашому дослідженні за наведеною класифікацією розподіляємо матеріал у такий спосіб: виокремлюємо іменникові ФО, що позначають абстрактні поняття та явища (52 %), характеристики людини (38 %), куди також зараховуємо позначення істот (реальних чи ірреальних), і предметів (10 %).

Наведений розподіл подано за особливостями структури та вказано за частотністю вживання таких ФО в заголовках. Найбільшою кількістю вживання у заголовках характеризуються іменникові ФО на позначення абстрактних понять та явищ. У нашому матеріалі це такі моделі, що виражено здебільшого двокомпонентною структурою (службові частини мови не зараховуємо до кількості компонентів):

- прикметник + іменник: *«Експерт назвав **«ахіллесову п'яту»** путінської армії»* (https://www.unian.ua, 10.03.2023), де ФО *ахіллесова пята* «найвразливіше, найслабкіше місце у когось» [10, с. 589]; *«Волонтерів намагаються запхати в **прокрустове ложе** законодавства, написаного до 2014 року»* (https://vgolos.ua, 13.09.2022), де ФО *прокрустове ложе* має значення «те, що виступає мірилом, під штучно, насильно підганяють що-неюудь, пристосовуючи до нього» [10, с. 353]; *«**Дамоклів меч**: Китай на Раді безпеки ООН не підтримав РФ»* (https://vesti.ua, 31.03.2023), де ФО *дамоклів меч* має значення «небезпека або неприємність, що постійно загрожує комусь» [10, с. 386]; *«**Божа іскра** Раїси Міщанчук»* (https://mistovechirne.in.ua, 19.04.2022), де ФО *іскра Божа* означає «талант, видатні здібності; високі прагнення» [12, с. 61]. У наведених заголовках вжито присвійні прикметники, що є найпродуктивнішою формою у межах заголовкових ФО. Але використовуються також й конструкції з якісними або відносними прикметниками, напр. *«**Зелене світло** на постачання Україні F-16»* (https://glavcom.ua, 22.05.2023), де ФО *зелене світло* позначає «безперешкодний шлях у досягненні, доланні, у розвитку і т.ін. чого-небудь» [10, с. 139]; також зустрічається й поєднання дієприкметника з іменником: *«Терцентр – не "**всевидюще око**", працівники не можуть зазирнути у кожну квартиру – заступниця голови КМДА»* (https://bigkyiv.com.ua, 15.11.2022), де ФО *всевидюще око* має значення «здатність все помічати, бачити, швидко про все дізнаватися» [10, с. 463].

- іменник + іменник у різних відмінках (зі сполучником або без нього): *«**Альфа і омега** безпеки України»* (https://opinions.glavred.net, 14.09.2022) де ФО *альфа і омега* «початок і кінець чого-небудь» [12, с. 7]; *«Що для українців страшніше за **голод та холод**»* (https://glavcom.ua, 26.11.2022), де ФО *холод і голод* «важкі життєві умови з повною матеріальною незабезпеченістю» [10, с. 933]; *«Берет з відзнакою — **справа честі**. Як бійці Нацгвардії кваліфікаційні іспити складали (фоторепортаж)* (https://suspilne.media, 15.09.2021), де ФО *справа честі* означає «те, що визначає гідність особи, колективу і т.ін.; почесний обов'язок» [10, с. 853];

- числівник + іменник: *«**Три кити**», на яких встояла економіка України за цей рік: які вони?»* (https://hromadske.radio, 24.02.2023), де ФО *три кити* має значення «головна підпора, устої» [12, с. 66]; *«Донати на патрони для наших снайперів: «студентський бум» в КНЕУ отримав **друге дихання**»* (https://umoloda.kyiv.ua, 17.05.2023), де ФО *друге дихання* має значення «новий приплив сил, поява нових можливостей» [12, с. 43].

Зрідка використовуються й трикомпонентні моделі, де стрижневий іменник поєднується з прикметником та іменником, напр. у заголовку *«10-10-10». Податкова реформа чи **сон рябої кобили**?»* (https://glavcom.ua, 27.08.2022), де ФО *сон рябої кобили* означає «нісенітниця, безглуздя, дурниця» [304, с. 178]; або у заголовку *«**Палиця з двома кінцями**»: Маск розкритикував штучний інтелект»* (https://www.dsnews.ua, 24.05.2023), де ФО *палиця з двома кінцями* – «те, що може мати одночасно як позитивні, так і негативні наслідки» [10, с. 482], де у структурі ФО вжито числівник та іменник.

2. Також продуктивно вживаються ФО, які характеризують людину, а саме риси характеру або поведінки, розумові здібності, вдачу. Такі ФО виражаються в основному двокомпонентними моделями:

- прикметник + іменник (двокомпонентні ФО): *«**Біла ворона**. Чому НБУ має терміново навчитися в Ердогана»* (https://www.dsnews.ua/ukr, 17.01.2023), де ФО *біла ворона* «той, хто виділяється серед інших чимсь незвичайним, зовсім не схожий на інших [10, с. 145-146]; *«Він схожий на Матвієнка. **Світла голова**»: Дулуб назвав гравця «Динамо» з великим потенціалом»* (https://1927.kiev.ua, 10.03.2023), де ФО *світла голова* означає «дуже розумна людина» [10, с. 184]; *«Нове **гарматне м'ясо**». Як військові експерти оцінили путінську мобілізацію і що радять ЗСУ»* (https://www.bbc.com, 21.09.2022), де ФО *гарматне м'ясо* – «той, ті, кого посилають на несправедливу, загарбницьку війну, на очевидну загибель» [10, с. 414]; *«Продюсер і «**права рука**» Зеленського: як Андрій Єрмак став одним з найвпливовіших людей в Україні»* (https://znaj.ua,02.01.2020), де ФО *права рука* – «перший помічник, чиясь довірена особа» [12, с. 159];

- дієприкметник + іменник (двокомпоентні ФО): *«83-літній дідусь з Рівненщини – **ходяча енциклопедія**»* (https://visnyk.lutsk.ua, 22.01.2022), де ФО *ходяча енциклопедія* означає «людина, що має різнобічні знання і може дати довідку з різних питань» [10, с. 287];

- іменник + іменник у формі інших непрямих відмінків з прийменниками та іншими частинами мови (трикомпонентні ФО). Напр., заголовок «***Вовк в овечій шкурі**? Як шахраї орудують в чатах українців»* (https://economics.segodnya.ua,15.03.2022) пор. ФО *вовк в овечій шкурі* «лицемірна людина, яка під маскою доброзичливості приховує злі наміри» [10, с. 139], де фразема, що традиційно позначає риси людини переноситься на зміст статті, у якій ідеться певну сукупність людей, які здійснюють злочинні дії.

Зауважимо, що на природу походження фразеологізмів на позначення людського характеру впливає безпосередньо соціальний, культурний та історичний контекст сус-

пільства. Зважаючи на це, фразеологізми можуть мати різне емотивне забарвлення в різні періоди часу. При становленні семантичних властивостей ФО значну увагу також звертаємо на первинний та вторинний фразотвір. А саме лексико-граматичні зв'язки формуються у взаємодії лексико-семантичних, синтаксичних, морфологічних чинників, що і зумовлюють загальну прагматичну потужність висловлення.

3. Найменш чисельною в досліджуваних заголовках є група ФО на позначення предметів або речей. Ця група також представлена здебільшого двокомпонентними моделями іменникових ФО:

- прикметник + іменник: напр. заголовки, де ФО виражено іменником з присвійним прикметником: *«**Фільчина грамота**: про що свідчить російський ультиматум НАТО»* (https://24tv.ua, 17.12.2021), де ФО *фільчина грамота* означає «документ, що не має юридичної сили; папірець, що нічого не значить» [10, с. 194]; *«**Вовчий квиток** у дії - гауляйтер із Мелітополя лаконічно натякнув на перспективи володарів паспорта рф»* (https://ria-m.tv/ua/news, 12.06.2023), де ФО *вовчий білет* має значення «документ про неблагонадійність його власника» [10, с. 32]. Також наявні моделі ФО, де стрижневі іменники поєднуються з відносними та якісними прикметниками: *«Мешканці Мізоцької громади відправлять «**залізного коня**» на «нуль»* (https://rivnepost.rv.ua/news, 23.01.2023), ФО *залізний кінь* «трактор» [10, с. 297]; *««**Зелений змій**» убив колишнього футболіста «Ювентуса»»* (https://telegraf.com.ua,26.12.2022), де ФО *зелений змій* означає «горілка» [10, с. 339].

**Висновки та перспективи дослідження.** Отже, найбільш частотними в газетних заголовках є іменні фразеологізми абстрактної семантики; також активно використовуються фраземи, що називають людину, а саме, риси характеру, вдачі людини, оскільки в основному об'єктом повідомлення є людина, зрідка – ФО на позначення предметів або речей матеріального світу. Субстантивні ФО найчастіше представлено сполученням стрижневого іменника з такими частинами мови: присвійним прикметником, якісними і відносними прикметниками та дієприкметниками, іменником у родовому відмінку, іменником у формі інших непрямих відмінків з прийменниками або сполучниками, числівниками, займенниками.

Фразеологічні одиниці вербалізують актуальні питання сучасності, вони можуть вдало використовуватися в усіх композиційних елементах медіатексту, але найбільшої потужності набувають у заголовках, де їхня впливова функція виступає на перший план. Вживання фразеологізмів у структурі заголовка має позитивне значення для розвитку медійного дискурсу в цілому, оскільки надає функціональної різноманітності мові ЗМІ, сприяє образності та певному символізму висловлювання. Як бачимо, використання фразеологізмів у мові ЗМІ надає великої експресивності медіавислову, щоб емоційно сильніше і більш ємно сприйматися реципієнтом.

Перспективи подальших розвідок убачаємо в детальному розгляді інших лексико-граматичних груп фразеологізмів у медійних заголовках, що прислужиться для з'ясування прагматики повідомлення та репрезентації лінгвоментальних особливостей медійної фразеології.

### *Література*

1. *Алефіренко М. Ф.* Теоретичні питання фразеології. Харків: Вища школа; Вид-во при ХДУ, 1987. 135 с.
2. *Венжинович Н. Ф.* Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології: монографія. Ужгород: ФОП Сабов А.М., 2018. 463 с.
3. *Демський М.* Українська фраземіка (деривaційна база, семантико-граматичні особливості): автореф. дис. … д-ра філол. наук: 10.02.01 "Українська мова". Ужгород, 1994. 21с.
4. *Демський М.* Українські фраземи і особливості їх творення. Львів: Просвіта, 1994. 62 с.
5. *Запухляк І. М.* Структурні особливості субстантивних фразеологізмів з компонентом на позначення неживої природи в англійській та українській мовах. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка.* Серія "Філологічні науки". Мовознавство. 2019. № 12. С. 64-68.
6. *Краснобаєва-Чорна Ж. В.* Лінгвофраземна аксіологія: парадигмально-категорійний вимір: монографія. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2016. 410 с.
7. *Краснобаєва-Чорна Ж. В.* Вторинна знакова система ціннісної картини світу у фраземіці. Вінниця: ТОВ «Твори», 2020. 172 с.
8. *Прадід Ю. Ф.* Фразеологічна ідеографія: проблематика досліджень [відп. ред. О. О.Тараненко]; НАН України, Ін-т укр. мови. Київ; Сімферополь, 1997. 252 с.
9. *Сизонов Д.* Стилістика фразеології в мультимедійній комунікації: пошук нового. *Вісник Київського національного університету Тараса Шевченка.* Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. 2022. №. 2 (32). С. 72-75.
10. Словник фразеологізмів української мови / [уклад.: В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук]. Київ: Наук. думка, 2003. 1104 с.
11. *Ужченко В. Д, Ужченко Д. В.* Фразеологія сучасної української мови: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 494 с.
12. *Ужченко В. Д., Д. В. Ужченко*. Фразеологічний словник української мови. Київ: Освіта, 1998. 224 с.

### *References*

1. Alefirenko, M. F. (1987), *Theoretical questions of phraseology [Teoretychni pytannia frazeolohii]*, Vyd-vo pry KhDU, Vyshcha shkola, Kharkiv, 135 p.
2. Venzhynovych, N. F. (2018), *Phrasemics of the Ukrainian literary language in the context of cognitology and linguoculturalism: monograph [Frazemika ukrainskoi literaturnoi movy v konteksti kohnitolohii ta linhvokulturolohii: monohrafiia],* FOP Sabov A.M., Uzhhorod, 463 p.
3. Demskyi, M. (1994), *Ukrainian phrasemics (derivational base, semantic-grammatical features): autoref. thesis ... dr. philol. sciences: 10.02.01 «Ukrainian language». [Ukrainska frazemika (deryvatsiina baza, semantyko-hramatychni osoblyvosti): avtoref. dys. … d-ra filol. nauk: 10.02.01 "Ukrainska mova"],* Uzhhorod, 21 p.

4. Demskyi, M. (1994), *Ukrainian phrasemes and peculiarities of their creation. [Ukrainski frazemy i osoblyvosti yikh tvorennia],* Prosvita, Lviv, 62 p.
5. Zapukhliak, I. M. (2019), *Structural features of substantive phraseological units with a component denoting inanimate nature in English and Ukrainian languages. [Strukturni osoblyvosti substantyvnykh frazeolohizmiv z komponentom na poznachennia nezhyvoi pryrody v anhliiskii ta ukrainskii movakh],* Naukovyi visnyk DDPU imeni I. Franka. Seriia "Filolohichni nauky". Movoznavstvo, № 12, pp.64-68.
6. Krasnobayeva-Chorna, Zh. V. (2016), *Linguo-phrasal axiology: paradigmatic-categorical dimension: monograph [Lingvofrazemna aksiologiya: parady`gmal'no-kategorijny`j vy`mir: monografiya]*, TOV «Nilan-LTD», Vinny`cya, 416 p.
7. Krasnobaieva-Chorna, Zh. V. (2020), *The secondary sign system of the axiological world's image in phrasemics. [Vtorynna znakova systema tsinnisnoi kartyny svitu u frazemitsi].* Vinnytsia, TOV «Tvory», 172 p.
8. Pradid, Yu. F. (1997) *Phraseological ideography: research issues [Frazeologichna ideografiya: problematy`ka doslidzhen]* [vidp. red. O. O.Taranenko], NAN Ukrayiny`, In-t ukr. movy`. Kyiv; Simferopol`, 252 p.
9. Syzonov, D. (2022), *Stylistics of phraseology in multimedia communication: the search for something new. [Stylistyka frazeolohii v multymediinii komunikatsii: poshuk novoho],* Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu Tarasa Shevchenka. Literaturoznavstvo. Movoznavstvo. Folklorystyka. № 2 (32), pp. 72-75. DOI: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.14
10. *The phraseological dictionary of the Ukrainian language* (2003), [*Frazeolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy*] uklad.: V. M. Bilonozhenko, I. S. Hnatiuk, V. V. Diatchuk, Nauk. Dumka, Kyiv, 1104 p.
11. Uzhchenko, V. D., Uzhchenko D. V. (2007), *The phraseology of the modern Ukrainian language* [*Frazeolohiia suchasnoi ukrainskoi movy: navch. posib.*], Znannia, Kyiv, 494 p.
12. Uzhchenko, V. D., Uzhchenko, D. V. (1998), *The phraseological dictionary of the Ukrainian language* [*Frazeolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy*], Osvita, Kyiv, 224 p.