

**І. В. Лакомська,**

*канд. філол. наук, доц.,*

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,*

*доцент кафедри української мови та мовної підготовки іноземців*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5482-4337>*

## **ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ «ХЛІБ» ЯК МАРКЕРИ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІНГВОМЕНТАЛЬНОСТІ (ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В МАСМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ)**

У статті розглянуто фразеологізми з компонентом «хліб», які активно вживаються у текстах повідомлень засобів масової інформації. Проаналізовано семантичні групи таких фразеологізмів, а також притаманну їм властивість актуалізувати уявлення про харчову культуру українців, їхній світогляд, ментальність тощо.

Мета дослідження полягала у виявленні й описі особливостей медійних фразеологічних одиниць (ФО), а саме таких, що містять компонент «хліб», що передбачало необхідність виконання завдань: виокремити фразеологічний масив у медійних текстах за період 2021-2024 років, де особливу увагу було зосереджено на фраземах з густативами; виявити ФО, що мають у своїй структурі компонент «хліб» та з'ясувати семантичне наповнення таких одиниць у медійному просторі.

Об'єктом дослідження були заголовки і тексти із фразеологізмами в українських електронних виданнях загальнонаціональних та регіональних медіа,

предметом — особливості реалізації таких одиниць у масмедіа. 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 роботі розглянуто вербальне вираження компонента «хліб» як лінгвоментального маркера через опрацювання словників фразеологізмів. Подано семантичний аналіз фразеологізмів, визначено найбільш вживані у мовленні, які розкривають риси характеру, поведінку, моральні якості, традиції та звичаї українців, ілюструють різні життєві й побутові ситуації через культуру харчування, представляють мовну картину світу. Також наголошено на вагомому культурно-національному потенціалі таких фразеологічних одиниць.

З'ясовано особливості реалізації та функціонування фразеологічних одиниць з компонентом «хліб» у заголовках і текстах українських електронних медіа, де вони максимально виявляють свою впливову потужність, яка полягає в здатності привертати увагу читача, викликати емоції, запам'ятовуватися, а також у властивості міцко відображати актуальний зміст повідомлення.

У результаті дослідження встановлено, що найбільш частотними в газетних матеріалах є фразеологізми з компонентом «хліб» на позначення позитивних якостей українців, зокрема працьовитості, гостинності, добродушності та щедрості, частотними виявилися й ФО, які відображають боротьбу за справедливість та важкі зусилля українців вижити в умовах війни.

**Ключові слова:** густативи, фразеологізми з компонентом «хліб», масмедійний текст, ментальність.

**I. V. Lakomska,**

*PhD in Philology,*

*Odesa I. I. Mechnikov National University,*

*Ukrainian Language and Foreigners' Language Training Department,*

*Associate Professor*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5482-4337>*

## **PHRASEOLOGISMS WITH THE «BREAD» COMPONENT AS MARKERS OF UKRAINIAN LINGUOMENTALITY (FEATURES OF USAGE IN MASS MEDIA TEXTS)**

The article deals with phraseological units with the «bread» component, which are actively used in the texts of mass media messages. The semantic groups of such idioms are analyzed, as well as their inherent property of actualizing the idea of the food culture of Ukrainians, their worldview, mentality, etc.

The purpose of the study was to identify and describe the features of media phraseological units (PHUs), namely those containing the «bread» component, which required the completion of tasks: to single out the phraseological array in media texts

for the period of 2021-2024, where special attention was focused on phrasemes with gustatives; to identify PHUs that have a «bread» component in their structure and to find out the semantic content of such units in the media space.

The object of the study was headlines and texts with phraseology in Ukrainian electronic editions of national and regional media, the subject was the peculiarities of the implementation of such units in the mass media. 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); a quantitative method that made it possible to compare and generalize the obtained results.

The work examines the verbal expression of the «bread» component as a linguistic marker through the development of dictionaries of phraseological units. A semantic analysis of phraseological units is presented, the most used in speech are identified, which reveal character traits, behavior, moral qualities, traditions and customs of Ukrainians, illustrate various life and everyday situations through food culture, and present a linguistic picture of the world. The significant cultural and national potential of such phraseological units is also emphasized.

The peculiarities of the implementation and functioning of phraseological units with the «bread» component in the headlines and texts of Ukrainian electronic media are clarified, where they maximally reveal their influential power, which consists in the ability to attract the attention of the reader, evoke emotions, be remembered, as well as in the property of comprehensive display the current meaning of the message.

As a result of the research, it was found that the most frequent phrases in newspaper materials are the phraseological units with the «bread» component to indicate the positive qualities of Ukrainians, in particular hard work, hospitality, good-naturedness and generosity, and PHUs were also frequent, reflecting the struggle for justice and the hard efforts of Ukrainians to survive in the conditions war.

**Key words:** gustatives, phraseological units with the «bread» component, mass media text, mentality.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** Вивчення гастрономічної лексики є одним із перспективних напрямів сучасного мовознавства, про що свідчить зокрема низка наукових розвідок, які виконані в рамках різних лінгвістичних фокусів дослідження (М. Білоус, Х. Гаврилюк, О. Залужна, Т. Гуцуляк, І. Колегаєва О. Крячек, А. Романченко, Ю. Швець). Твердження про відображення в мові національної культури наявне у працях багатьох українських та зарубіжних дослідників. Зокрема в роботах В. Жайворонка, В. Кононенка, З. Коцюби, Ж. Краснобаєвої-Чорної, О. Матузкової, О. Селіванової, Н. Шарманової, В. Ужченка та ін. розглянуто питання про вербальне вираження культурних кодів, цінностей суспільства у зв'язку з мовними одиницями, мовою тощо. Так, на думку Н. Шарманової, знаковим є те, що в час активізації національного відродження й самопізнання питання щодо сутності мови та її зв'язку з долею українського етносу набувають великої ваги. У процесі

оволодіння етнічно маркованими ресурсами мови, які відтворюють світоглядні й аксіологічні цінності, формується етнічна ментальність і національна самосвідомість [14, с. 6].

За визначенням дослідників, особливості національної культури проявляються на усіх рівнях мови, проте переважно на лексичному. І оскільки фразеологізми як самобутнє мовне явище слугують своєрідним джерелом знань про культуру народу, вивчення фразеологічного фонду мови у зв'язку з цим є актуальним та науково обґрунтованим [8, с. 191]. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом є культурно-зумовленим відображенням картини світу певного народу. Основою для таких асоціацій та образів можуть слугувати різноманітні чинники: смакові властивості та зовнішній вигляд продуктів харчування, процес їх зберігання, приготування та вживання, а також пов'язані з ними як позитивні, так й негативні емоційні та сенсорні асоціації людини. Стійкий інтерес до вивчення національно-культурних особливостей фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом також підкреслюють численні дослідження (див. праці Г. Демиденко, І. Колегаєвої, О. Лапиніної, О. Матузкової, О. Мішукової, Ю. Хожаснко).

**Актуальність** теми дослідження зумовлена загальною тенденцією сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення та аналіз мовних явищ, пов'язаних з культурою, специфічним національним світосприйняттям, проблем взаємодії мови, культури та свідомості, і визначається потребою комплексного аналізу ФО з гастрономічним компонентом як одних із найяскравіших вербальних засобів вираження національно-культурної картини світу. Встановлення національно-культурної своєрідності фразеологічних одиниць з урахуванням лінгвальних та екстралінгвальних чинників є важливим у плані вивчення фразеології як у мовному, так і в мовленнєвому аспектах.

Н. Венжинович слушно твердить, що сьогодні все глибше усвідомлюється той факт, що основна інформація про світ надходить до нас через мову взагалі та її невід'ємний фразеологічний склад зокрема. Якщо його ґрунтовно досліджувати, то відкриється багато прихованих або давно втрачених знань, матеріальні й духовні цінності соціуму. У зв'язку з цим, учена акцентує, що одним з основних завдань лінгвістики в наш час є вивчення ментальності народу через мову, виявлення цілих комплексів культурних традицій, закріплених у мові, аналіз того, як міфологічні знання й вірування проявляють себе в сучасному значенні фразем і їхніх метафор [2, с. 108].

У нашому дослідженні ми розглядаємо фразеологічні одиниці з компонентом «хліб», що є маркером української лінгвоментальності. Розгляд таких ФО здійснювався на матеріалі сучасних медіатекстів, які щонайперше фіксують мовні явища та зміни у зв'язку з суспільно-політичними подіями, які відбуваються у житті країни.

Отже, **об'єктом** дослідження є медійні ФО з компонентом «хліб», **предметом** — семантичні особливості реалізації цих мовних одиниць у масмедійних повідомленнях.

**Мета** дослідження полягає у вивченні специфіки використання ФО з компонентом «хліб» у текстах масмедіа, що передбачає необхідність виконання таких **завдань**: дібрати методом суцільної вибірки фразеологізми з гастрономічним

компонентом, зокрема з лексемою «хліб», зі словників фразеологічних одиниць та інтернет-ресурсів; визначити їхню національно-культурну маркованість; дослідити специфіку реалізації відібраних ФО у масмедійних повідомленнях.

**Джерельною базою** дослідження стали фразеологізми української мови, дібрані із загальнономовних фразеологічних словників [10; 12].

**Фактичним матеріалом** статті є фразеологічні одиниці, які містяться у текстах таких електронних ЗМІ (за 2021-2024 pp.): golos.com.ua, day.kyiv.ua, finance.liga.net/ua, tsn.ua, bigkyiv.com.ua, glavcom.ua, suspilne.media, unian.ua, lb.ua, epravda.com.ua, lenta.kharkiv.ua, report.if.ua, 2plus2.ua, pravda.com.ua, nova.net.ua, wz.lviv.ua/news, cheline.com.ua, svit.kpi.ua, firtka.if.ua, 24tv.ua, ukr.media, uzhgorod.net.ua.

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 тому, що фактичний матеріал ще не був об'єктом лінгвістичних розвідок, зокрема у сучасних дослідженнях відсутні роботи щодо функціонування фразем з концептом «хліб» саме у площині масмедійних текстів. **Теоретичну цінність роботи** становлять зафіксовані висновки дослідження, які прислужаться у подальших розробках з теорії фразеології, а також положень теорії соціальних комунікацій і комунікативної лінгвістики.

**Практичне значення** виконаного дослідження насамперед полягає у можливості використання його результатів у створенні масмедійних текстів із програмованим результатом.

**Виклад основного матеріалу.** Фразеологізми — особливі вербальні знаки, наділені культурною пам'яттю; вони образно передають інформацію про навколишній світ і одночасно транслюють культурні смисли, стереотипні уявлення та ін. Фразеологічні знаки вносять до комунікативного процесу не лише велику кількість смислів, але й особливу образність, експресивність, аксіологічність, що базуються на комплексі народних уявлень, міжсеміотичних сценаріях народу [3].

Такими лінгвоментальними знаками є фразеологізми, що містять компонент «хліб». На думку Г. Демиденко, хліб можна вважати визначальною ознакою історії українців, їх національної культури, ментальним кодом [2, с. 65]. Хліб у народі завжди берегли, цінували, шанували та ставилися як до святині. Серед домашніх оберегів найпочесніше місце посідав саме хліб. Наша паляниця має круглу форму — символ життєдайного Сонця. Українці здавна вирощували жито і пшеницю як головні харчові культури. Хліб на столі вважався найбільшою святинею. Хліб-сіль, подані гостеві на вишитому рушнику, були й залишаються вищим проявом гостинності. Хліб є символом добробуту, а побажання «хліб та сіль» прикликає до родини багатство.

Хліб як національний символ України відіграє важливу роль у культурі та мові, про що свідчить аналіз ФО, адже група фразеологізмів із лексичним компонентом «хліб» є досить численною в українській мові.

В українській кулінарії хліб є щоденною їжею, улюбленою святинею, на що вказує значна кількість фразем з компонентом «хліб» у структурному складі фразеології. Наприклад: *хліб всьому голова; хліб святий; хліб насущний / щоденний тощо*.

Компонент «хліб» зустрічається у фразеологічних одиницях, що демонструють достаток у сім'ї, вказують на працьовитість українців, уміння заробляти на життя і різні потреби: *мати і хліб і до хліба; мати шматок хліба; хліб їсти (чий, з чого); хліб мати (дати, добувати); шматок (кусень) хліба мати; завжди хліб в руках; власний хліб їсти; хлібець чорний та святий, бо чесний; заробляти / заробити на хліб; великий хіти на свій хліб* зі сл. шукати, піти і т. ін.; *тяжкий (важкий, гіркий) хліб; великий хліб; шукати шматок (кусок, кусень і т. ін.) хліба [насущного]*.

Гостинність, добрі взаємини нашого народу показано в усталених конструкціях: *ділити хліб [сіль] (хліб-сіль) з ким; хліб-сіль (хліб та (і) сіль) — символ гостинності, добрих, дружніх відносин; хліб-сіль їсти в кого; зустріти з хлібом-сіллю; ділитися останнім куском хліба; давати хліб*.

Нелегке життя, сповнене горя, бідність показують такі ідіоми: *гіркий (твердий) хліб; без куска (шматка) хліба зі сл. залишитись; їсти черствий хліб; хліба нема, вийшов; шукати шматок (кусок, кусень і т. ін.) хліба [насущного]*.

Пристрасть до чого-небудь, задоволення можемо побачити у таких фразеологічних одиницях: *Хлібом не годуй кого / Хліба не давай кому, голодній кумі хліб на умі*.

У медійних текстах фразеологічні одиниці, що містять лексему *хліб*, уживаються з високою продуктивністю. Так, у нашому дослідженні було виокремлено найбільш частотні фраземи з компонентом «хліб» та з'ясовано особливості їхньої реалізації на семантичному рівні. Подекуди було проаналізовано й впливову потужність таких мовних одиниць.

*Хліб — всьому голова* — всім відоме українське прислів'я. В ньому закладена вікова мудрість українського народу, який протягом усього розвитку приділяв хлібові велику увагу. Використання цього виразу у масмедійних текстах активізує сприйняття та уяскравлює інформацію. Наприклад: *«Хліб — усьому голова». Ворог намацає нашу больову точку»* (<https://glavcom.ua>, 21.02.2024); *«Хліб усьому голова. У Снігурівці відновив роботу хлібзавод»* (<https://suspilne.media>, 09.02.2023); *«Хліб усьому голова: на які пільгові кредити може розраховувати бізнес. Досвід ПриватБанку»* (<https://finance.liga.net/ua>, 08.07.2023); *«Хліб всьому голова: стало відомо якими будуть ціни на продукцію з нового врожаю»* (<https://bigkyiv.com.ua>, 07.09.22). Наведені приклади ілюструють використання вислову в традиційній формі, але є й такі сполучення, що зазнають авторських модифікацій, зокрема розширення структури за допомогою парцеляції: *«Хліб усьому голова. І серце»* (<https://day.kyiv.ua>, 19.02.2024), де автор зазначає про новий культ хліба в Україні, який проявляється в сотнях хлібних історій, смаків та рецептів, назвах ресторанів і крафтових брендів. Журналісти також використовують і прийом усичення, або вилучення певного елемента, як-от: *«Усьому голова: який хліб корисніший, скільки його можна з'їдати на день і чим замінити»* (<https://tsn.ua>, 11.11.2023).

Прислів'я *Не той хліб, що в полі, а той, що в коморі* може використовуватися з усиченням частини вислову, що створює певну інтригу та спонукає до подальшого прочитання статті: «*Погода нагадує: не той хліб, що в полі*» (<https://ukurier.gov.ua>, 13.07.2021), або з заміною компонентів на актуальну у повідомленні інформацію: «*Не той хліб, що в полі, а той, що в зернових рукавах*» (<https://ukurier.gov.ua>, 13.12.2022), де йдеться про застосування нового методу зберігання намоложеного збіжжя.

ФО [i] *хліб і до хліба*. Необхідні засоби для існування; достаток [10, с. 745] має такі реалізації у медійних повідомленнях: «*Харчовики обіцяють робити «можливе і неможливе», щоб «хліб і до хліба» були щодня*» (<https://www.epravda.com.ua>, 03.03.2022); «*Буде і хліб, і крім хліба: волинські аграрії закінчили посівну, — Погуляйко*» (<https://konkurent.ua>, 10.06.2024); «*І хліб, і до хліба*» (<https://ukurier.gov.ua>, 31.05.2023), де мова йде про аграріїв Сумщини, які надають значну увагу вирощуванню олійних та круп'яних культур, чим урізноманітнюють продовольчий ринок України.

ФО [Жити] *не хлібом єдиним (одним)*, книжн. Крім матеріальних, мати і духовні інтереси [12, с. 190] вжито в таких повідомленнях: «*Не хлібом єдиним: як аграрії провели другий рік великої війни*» (<https://www.unian.ua>, 02.01.2024); «*Не хлібом єдиним. Чому світ не зможе без українського зерна?*» (<https://lb.ua>, 13.07.2022); використання відомого вислову може супроводжуватися зміною значення, як-от у заголовку, де інформація набуває стверджувального характеру шляхом відкидання заперечувального сполучника *не*. «*Хлібом єдиним: три історії пекарів, які надихають на підприємництво*» (<https://www.epravda.com.ua>, 09.06.2021). До того ж, після прочитання статті дізнаємося про використання буквального значення стійкого вислову, вжитого у заголовку.

ФО *зустрічати хлібом-сіллю*. Зустрічати гостинно [<https://goroh.pp.ua>]. За нашими спостереженнями, ця фразема використовується як з негативним значенням, наприклад: «*Зустрів ворога “хлібом-сіллю”: у Вишгородському районі “пов'язали” фермера-колаборанта*» (<https://bigkyiv.com.ua>, 08.11.2022); «*Збирається зустрічати росармію «з хлібом та сіллю»: судитимуть 65-річного харків'янина*» (<https://lenta.kharkiv.ua>, 30.05.2024), (про що свідчать так звані авторські підказки у вигляді лапок), так і з позитивним значенням: «*У Татарові хлібом-сіллю та музиками зустріли поїзд “Львів — Ясіня”*» (<https://report.if.ua>, 25.12.2021); «*Не збиралися зустрічати ворога з хлібом і сіллю: двоє українців без зброї взяли в полон російського окупанта*» (<https://2plus2.ua>, 25.08.2023).

ФО *тяжкий хліб* «заробітки, здобути важкою працею, великими зусиллями» [10, с. 746] вживається у масмедіа досить активно, як-от у заголовках: «*Антон Сененко: Наука в Україні — важкий (тяжкий) хліб. Я не бачу перспектив, що науковці зможуть тут достойно жити*» (<https://www.pravda.com.ua>, 14.12.2023); «*Важкий хліб фронтовички*» (<https://nova.net.ua>, 15.06.2024).

ФО *ділитися останнім [шматком хліба]* з ким і без додатка. Виявляти співчуття, доброту, людяність у ставленні до когось [<https://goroh.pp.ua>]. У медіаповідомленнях це такі приклади: «*Ніколи нікого не образив, останнім шматком хліба міє*

*поділитися. Торік своїй бабусі Іванні допоміг перекрыти хату»* (<https://wz.lviv.ua>, 09.03.2023), *«У переповнених потягах, автобусах, бомбосховищах діляться останнім шматком хліба і краплею води»* (<https://podolyanin.com.ua>, 11.03.2022); *«Останнім шматком хліба, але поділіться. Бо захищають нас, навіть ціною життя», — закликає жінка»* (<https://social.com.ua>, 28.05.2024).

ФО хліб насущний (насушний). Засоби, необхідні для прожитку, для існування [10, с. 746] в інформаційному просторі реалізується у таких повідомленнях: *«Хліб насущний: працівники хлібокомбінату розказали, як у війну в Чернігові випікали хліб»* (<https://cheline.com.ua>, 23.02.2023), де фразема актуалізується одночасно у прямому і переносному смислах; *«Хліб насущний від священника»* (<http://www.golos.com.ua>, 30.10.2023). У статті йдеться про священника Тараса Хом'юка з Кам'янка-Подільського, який опанував професію пекаря і підприємця. *«Мова — наш хліб насущний на щодень»* (<https://svit.kpi.ua>, 28.11.2022), де розповідається про привітання з Днем української писемності та мови президента НАН України Анатолія Загороднього. *«Чи буде хліб насущний: війна сильно вдарила по аграріям Київщини»* (<https://kievvlada.com.ua>, 29.06.2022).

Високу частотність у масмедійних текстах виявляє вживання ФО *хліба і видовищ!* (вираз із сатири римлянина Ювенала «Panem et circenses» («Хліба і видовищ»), у сучасному значенні — вимога юрби, що прагне задоволення своїх низьких інстинктів [<https://goroh.pp.ua>]: *«Хліба і видовищ! Але в першу чергу — безпека»* (<https://firtka.if.ua>, 30.12.2022). Автор статті вживає цей вислів в іронічному контексті. Але, попри іронію, як стверджує журналіст, цей вираз добре описує «недосконалу» людську природу. *«Хліба і видовищ — Комаровський розповів, чому суспільство полюбає конфлікту»* (<https://videos.novyny.live>, 19.04.2024); *«Хліба та видовищ»* (<https://day.kyiv.ua>, 21.09.2023), де висловлюється думка про роль телебачення для українців, яке є джерелом порад, як заробити, або засобом відпочинку.

Трансформоване використання зазначеної фраземи можемо прослідкувати у повідомленні: *«Мабуть, хліб буде в дефіциті. Залишаться тільки видовища...»* (<https://wz.lviv.ua/news>, 04.01.2022), де автор робить прогнози на майбутнє та в іронічній формі висловлює своє хвилювання щодо ситуації з хлібом в Україні.

ФО *хлібом (медом і т. ін.) не годуй кого*. Нічого більше не треба комусь; хто-небудь задоволений чимсь [12, с. 190]. У медіатекстах цей вислів має такі вираження: *«Хлібом не корми, аби до полуни: окупант привів до ніг українських військових 21 одного побратима»* (<https://24tv.ua>, 31.07.2023); *«Хаскі, якого хлібом не годуй, а дай ями покопати»* (<https://ukr.media>, 05.03.2021), *«Чому декого хлібом не годуй, а дай скористатися промокодом»* (<https://uzhgorod.net.ua>, 17.01.2023).

**Висновки та перспективи дослідження.** Отже, національна специфіка мови, ментальність народу, його внутрішній духовний світ найяскравіше виявляються у фразеології, бо саме фразеологізми є чи не найпотужнішим потенціалом художньо-образної системи мови, найвиразніше передають дух і культуру, яку творив народ протягом віків для потреб спілкування в усній і писемній формах.



Фразеологічні одиниці з компонентом «хліб» є продуктивними елементами медійних повідомлень та виражають різні значення: демонструють достаток (*і хліб, і до хліба*), вказують на працьовитість українців (*заробляти на хліб*), уміння заробляти на життя і різні потреби (*мати свій хліб*). Також активно вживаються фраземи, що позначають гостинність (*хліб-сіль*), добрі взаємини нашого народу (*ділитися останнім шматком хліба*). Такі фразеологізми у медіадискурсі можуть змінювати своє трайційне значення, з позитивної конотації на негативну, наприклад, коли йдеться про гнів до ворога та принциповість у своїй позиції. Активно використовуються й фраземи на позначення нелегкого життя, сповненого горем та переживаннями під час війни (*важкий хліб*). Досліджуваний масив фразеологічних одиниць свідчить про їхню здатність вживатися у мадіатеках як в усталеній формі, так і у видозмінених, де певний елемент фраземи може замінюватися, усікатися або ж розширюватися, зокрема за допомогою парцеляції.

Перспектива подальшого дослідження полягає в розширенні емпіричного корпусу за рахунок ФО з іншими гастрономічними компонентами з подальшим визначенням їхнього структурно-семантичного та лінгвопрагматичного потенціалу.

### 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. *Галинська О. М.* Лінгвокультурна інформація англійських та українських інтертекстуальних фразеологізмів : монографія. Кіровоград : Лисенко В.Ф., 2013. 275 с.
4. *Демиденко Г.* Етнофразеологізми з компонентом «хліб» як ментальні маркери української ідентичності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія «Філологія». 2022. № 58. С. 64–67. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.58.15>.
5. *Демський М.* Українська фраземіка (дериваційна база, семантико-граматичні особливості) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук. Ужгород, 1994. 21с.
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. *Матузкова О. П., Діброва І. В.* Харчовий код культури у фразеології англійської, української та грецької мов. *Записки з романо-германської філології.* 2019. Вип. 2 (43). С.189 — 208. URL: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2\(43\).186245](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2(43).186245).
9. *Мишукова О., Телкова О.* Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом у сучасній іспанській мові: лінгвокультурний аспект. *Молодий вчений,* 2021. Вип. 12 (100). С. 217-221. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-12-100-44>.

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., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. Київ : Освіта, 1998. 224 с.
13. Хожаєнко Ю. Фразеологізми з компонентом «хліб» як вияв української ідентичності. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2024. (207), 290–293. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-44> (дата звернення: 03.04.2024).
14. Шарманова Н. Етнолінгвістика : навч. посіб. / за ред. Ж. Колоїз. Кривий Ріг : НПП АСТЕРІКС, 2015. 192 с.

### References

1. Alefirenko, M. F. (1987), *Teoretychni pytannia frazeolohii [Theoretical questions of phraseology]*. Kharkiv: Vyshcha shkola. [in Ukrainian].
2. Venzhynovych, N. F. (2018), *Frazemika ukrainskoi literaturnoi movy v konteksti kohnitolohii ta linhvokulturolohii: monohrafiia [Phrasemics of the Ukrainian literary language in the context of cognitology and linguoculturalism: monograph]*. Uzhhorod: FOP Sabov A. M. [in Ukrainian].
3. Halynska, O. M. (2013), *Linhvokulturna informatsiia anhliiskyykh ta ukrainskykh intertekstualnykh frazeolohizmiv: monohrafiia [Linguistic information of English and Ukrainian intertextual phraseological units: monograph]*. Kirovohrad: Lysenko V. F. [in Ukrainian].
4. Demydenko, H. (2022), «Etnofrazeolohizmy z komponentom «khlіb» yak mentalni markery ukrainskoi identychnosti» [«Ethnophrasemisms with the «bread» component as mental markers of Ukrainian identity»], *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia «Filolohiia» [International Humanitarian University Herald. Philology]*, (58), pp. 64–67. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.58.15> [in Ukrainian].
5. Demskyi, M. (1994), *Ukrainska frazemika (deryvatsiina baza, semantyko-hramatychni osoblyvosti): avtoref. dys. ... d-ra filol. nauk [Ukrainian phrasemics (derivational base, semantic-grammatical features): autor's thesis]*. Uzhhorod, 21 p. [in Ukrainian].
6. Krasnobayeva-Chorna, Zh. V. (2016), *Linhvofrazemna aksiolohiia: paradyhmalkatehoriini vymir : monohrafiia [Linguo-phrasal axiology: paradigmatic-categorical dimension: monograph]*. Vinnitsa: TOV «Nilan-LTD». [in Ukrainian].
7. Krasnobaieva-Chorna, Zh. V. (2020), *Vtorynna znakova systema tsinnisnoi kartyny svitu u frazemitsi [The secondary sign system of the axiological world's image in phrasemics]*. Vinnytsa, TOV «Tvory». [in Ukrainian].
8. Matuzkova, O. P., Dibrova, I. V. (2019), *Kharchovi kod kultury u frazeolohii anhliiskoi, ukrainskoi ta hretskoi mov [The food code of culture in the phraseology of English, Ukrainian and Greek languages]*. *Zapysky z romano-hermanskoj filolohii*

- [*Writings in Romance-Germanic Philology*], (2 (43)), pp.189 — 208. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2\(43\).186245](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2(43).186245) [in Ukrainian].
9. Mishukova, O., Tielkova, O. (2021), Frazeolohichni odynytsi z hastronomichnym komponentom u suchasniispanskii movi: linhvokulturnyi aspekt [Phraseological units with gastronomic component in modern Spanish language: linguocultural aspect]. *Molodyi vchenyi [Young Scientist]*, (12 (100)), pp. 217-221. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-12-100-44> [in Ukrainian].
  10. *Frazeolohichni slovnyk ukrainskoi movy [The phraseological dictionary of the Ukrainian language]* (2003), uklad.: Bilonozhenko, V.M., Hnatiuk, I. S., Diatchuk, V. V. Kyiv, Naukova dumka. [in Ukrainian].
  11. Uzhchenko, V. D., Uzhchenko, D. V. (2007), *Frazeolohiia suchasnoi ukrainskoi movy: navch. posib. [The phraseology of the modern Ukrainian language]*. Kyiv, Znannia. [in Ukrainian].
  12. Uzhchenko, V. D., Uzhchenko, D. V. (1998), *Frazeolohichni slovnyk ukrainskoi movy [The phraseological dictionary of the Ukrainian language]*. Kyiv: Osvita. [in Ukrainian].
  13. Khozhaienko, Yu. (2024), Frazeolohizmy z komponentom «khlіb» yak vyjav ukrainskoi identychnosti [Phraseologisms with a «bread» component as a manifestation of Ukrainian identity]. *Naukovi zapysky. Serii: Filolohichni nauky [Research bulletin. Series: Philological sciences]*, (207), pp. 290–293. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-44> [in Ukrainian].
  14. Sharmanova, N. (2015), *Etnolinhvityka [Ethnolinguistics]* : navchalnyi posibnyk / za red. Zh. Koloiz. Kryvyi Rih : NPP ASTERIKS. [in Ukrainian].

\* \* \*