

Отримано: 08 березня 2023 р.

Прорецензовано: 20 березня 2023 р.

Прийнято до друку: 21 березня 2023 р.

e-mail: yuliia.maslova@oa.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5568-8282>

DOI: 10.25264/2519-2558-2023-17(85)-298-302

Маслова Ю. П. Пареміологічні одиниці в сучасному газетному дискурсі України воєнного періоду: прагматичний ефект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 298–302.

УДК: 808:659.3 (477)

Маслова Юлія Петрівна,

кандидат філологічних наук, доцент,

Національний університет «Острозька академія»

ПАРЕМІОЛОГІЙНІ ОДИНИЦІ В СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНИ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ: ПРАГМАТИЧНИЙ ЕФЕКТ

Актуальність дослідження лінгвоодиниць паремії в газетному українськомовному дискурсі не викликає сумніву, адже ця тема малодосліджена в наукових доробках мовознавців. Газетний дискурс у нашому дослідженні інтерпретуємо як складний ментальний і соціокультурний феномен, прагматичний за своїми експресивними репрезентаціями, складний за змістом і структурою побудови у зв'язку з потребою віддзеркалити інформацію щодо повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України. Сучасний газетний текст воєнного періоду – це яскравий репрезентант використання пареміологічних одиниць, які свідчать про надзвичайно експресивну атмосферу в інформаційному просторі й експлікують національні потенції та самобутність рідної мови. Вагомою рисою активізації паремії в публіцистиці є те, що сучасний газетний текст стає більше читабельним, гармонійним, етномаркованим, атрактивним, із яскравими експресивними семантико-стилістичними відтінками оцінності, спирається на народні фразеологічні тренди українців задля увиразнення дійсності. У нашому дослідженні паремії осмислюємо як лінгвістичні одиниці з прагматичним ефектом, які формують функційно-продуктивне джерело висловлень для невагомних емоцій, хвилювань і потрясінь, найбільш повно відображають трагізм сучасних реалій війни, увиразнюють позитивну чи негативну соціальну/авторську оцінку зображуваних подій. Пареміологічні одиниці – це потужні ретранслятори національної культури, у них закладено генетичний код народу, етносу, нації, тому журналісти використовують паремійний матеріал як ефективний спосіб риторичної аргументації, авторитетне джерело народної мудрості, щоб остаточно переконати аудиторію, емоційно вразити її, змусити повірити й довіряти автору. Доведено, що паремійний масив у газетних текстах забезпечує успішність комунікативного акту, адже сприяє процесу ментального кодування й декодування інформації, нівелюванню комунікаційних бар'єрів, популяризації української культури й увиразненню інтелектуальної думки. Газетний дискурс воєнного періоду постає яскравим репрезентантом ментальності й надпотужним джерелом трансляції національного коду українського етносу.

Ключові слова: газетний дискурс, пареміологічні одиниці, паремії, газетний текст, воєнний період.

Yuliia Maslova,

Candidate of Philological Sciences, Docent at the Department of Document Studies and Information Activities,
National University of Ostroh Academy

PAREMIOLOGICAL UNITS IN THE MODERN NEWSPAPER DISCOURSE OF UKRAINE WAR PERIOD: PRAGMATIC EFFECT

There is no doubt about the relevance of the study of language units of paremia in the Ukrainian-language newspaper discourse, because this topic is little studied in the scientific works of linguists. In our study, we interpret newspaper discourse as a complex mental and sociocultural phenomenon, pragmatic in its expressive representations, complex in content and construction structure due to the need to reflect information about the full-scale invasion of the Russian Federation on the territory of Ukraine. The modern newspaper text of the war period is a vivid representative of the use of paremiological units, which testify to an extremely expressive atmosphere in the information space and explain the national potentials and originality of the native language. A significant feature of the activation of paremia in journalism is that the modern newspaper text becomes more readable, harmonious, ethnically marked, attractive, with bright expressive semantic and stylistic shades of appreciation, relies on the popular phraseological trends of Ukrainians to express reality. In our study, paremias are understood as linguistic units with a pragmatic effect, which form a functionally productive source of expressions for uncontrollable emotions, excitement and upheavals, most fully reflect the tragedy of modern realities of war, express a positive or negative social/authorial assessment of the depicted events. Paremiological units are powerful repeaters of national culture, they contain the genetic code of the people, ethnic group, nation, so journalists use paremiological material as an effective way of rhetorical argumentation, an authoritative source of folk wisdom, to finally convince the audience, emotionally impress them, make them believe and trust the author. We have proven that the array of paremias in newspaper texts ensures the success of the communicative act, because it contributes to the process of mental encoding and decoding of information, the levelling of communication barriers, the popularization of Ukrainian culture, and the expression of intellectual thought. The newspaper discourse of the war period appears as a vivid representative of the mentality and a powerful source of broadcasting the national code of the Ukrainian ethnos.

Keywords: newspaper discourse, paremiological units, paremias, newspaper text, wartime.

Актуальність дослідження. Мовна компетенція сучасних журналістів щодо вживання українських прислів'їв, приказок, афоризмів, прикмет перебуває на стадії актуалізації, адже нелюдська агресія і повномасштабний наступ росії зумовили надпотужне емоційне збурення народу України, яке важко висловити простими словами, тому в публіцистиці домінує експресивна лексика на позначення реального буття. Отже, засобом увиразнення в газетному дискурсі стають пареміологічні одиниці, які найкраще ілюструють ментальність, історію, ритуали та традиції етносу та є певними носіями й ретрансляторами національної культури. У сучасному комунікативному просторі українськомовної публіцистики фразеологічні одиниці (прислів'я, повір'я, прикмети, замовляння, афоризми й приказки) репрезентують нові семантичні сенси, формують прагматичні ефекти, що потребують докладного аналізу лінгвокультурних інтерпретацій у зв'язку з воєнними подіями, адже ідіоматика рідної мови експлікує світогляд, цінності, етику й естетику, суспільну мораль, правила поведінки й загальну систему етикетних норм народу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лінгвостилістичному дослідженню газетного дискурсу присвячено праці А. Загнітка, О. Попкової, Ю. Маслової, Л. Тишакової, О. Хорошун, М. Навальної та ін. Паремії завжди перебували в колі зацікавлення наукових мовознавчих студій вітчизняних та закордонних лінгвістів, психологів, фольклористів, соціологів, культурологів. Досліджували тему такі відомі науковці та науковиці, зокрема: Б. Ажнюк, Г. Благова, Т. Бочина, С. Величко, В. Гак, І. Голубовська, О. Дуденко, В. Жайворонок, В. Мокієнко, О. Наконечна, Т. Ніколаєва, Ж. Колоїз, Г. Клімчук, Н. Пашенько, О. Рогач, Г. Садова, Л. Скрипник та ін. Однак мовленнєві особливості функціонування паремійних лінгвоодиноць у газетному дискурсі та їхній прагматичний вплив на читача й досі залишаються поза увагою вчених.

Об'єктом нашої наукової розвідки стали пареміологічні одиниці, що активізували журналісти в сучасних українськомовних газетних текстах воєнного періоду (2014–2023 рр.) для метафоричної і фразеологічної характеристики соціальних змін і трансформацій. Ми досліджували тексти сучасної офіційної української періодики: «День», «Україна молода», «Урядовий кур'єр», «Голос України», а також матеріали регіональних і вузькопрофільних видань: «Час», «Високий замок», «Волинь», «Ракурс», «Чорноморські новини», «Дзвін», «Наш день», «Рівне вечірнє», «Галичина», «Ратуша», «Свобода», «Звягель» та ін.

Мета дослідження – проаналізувати семантичні й функційні особливості пареміологічних одиниць у газетному дискурсі на матеріалі сучасної преси в Україні, комплексно осмислити паремійний масив із погляду їхньої концептуальної тематики в українськомовній публіцистиці.

Виклад основного матеріалу. Словесна влучність пареміологічних одиниць, художня образність, глибокий зміст і експресивність підсилюють переживання людини, сприяють кращому ментальному декодуванню інформації й осмисленню соціальних процесів і змін. Трагічні події 2014 року зумовили трансформацію способів подання інформації у ЗМК й ужитих для цього вербальних засобів вираження на початку вторгнення країни-агресорки на територію України. Журналісти для опису страшної навколишньої дійсності вдалися до творчодайного джерела народної мудрості, що допомагає глибше передати сенс безглуздої війни, дібрати влучні тези й аргументи щодо жорстокості, нищості й зухвалості ворога. Паремійні лінгвоодиноць в газетних текстах виконують функцію активізації уваги реципієнтів, а також сприяють формуванню громадської думки. «Паремії виконують багато функцій, побувають у публіцистичному, політичному та інформаційному дискурсах. Однією з основних їхніх функцій є естетична, через що вони можуть розглядатися як особливі естетичні знаки», – досить слушно зауважує В. Калашник, адже завдяки використанню таких прагматичних лінгвоодиноць можна атрактивніше передати почуття й емоції від реалій сьогодення (Калашник, 2000: 612). В українському мовознавстві паремію в психокогнітивному напрямі досліджує О. Селіванова, яка констатує: поняття «паремія» зазвичай уживають «на позначення стійких відтворюваних одиниць реченнєвої структури, зокрема прислів'їв» (Селіванова, 2004: 242). У її розумінні термін «паремія» рівноцінне поняттю «фразеологічна одиниця». У навчальному посібнику «Фразеологія сучасної української мови» читаємо: «до складу пареміології входять афоризми, прислів'я та приказки» (Ужченко, 2007: 12). У нашому дослідженні пареміологічні одиниці розуміємо як досить стійкі, влучні, етномарковані словесні формули (афоризми, прислів'я, приказки). Сьогодні вони особливо затребувані в царині публіцистики, адже мають потенціал інтеграції і консолідації нації. Власне паремії формують асоціативно-вербальну павутину певної культури впродовж віків, де репрезентовано ментальний світ, унікальний етнічний «візерунок» і людське буття в тріаді «людина – суспільство – всесвіт». Тому пареміосистема українськомовного газетного дискурсу – це потужна, експресивно-барвиста й реалістично відтворена панорама соціокультурного життя з усіма перипетіями, змінами й соціальними трансформаціями. Основою у змістовій структурі паремій є прагматичний ефект (комунікативна потенція), адже вектор адресантності в комунікаційній структурі паремійного матеріалу найголовніший, його зреалізовано за допомогою опозиції «комунікант – реципієнт». У нашому дослідженні пареміологічні одиниці осмислюємо також як ефективні прагматичні формули, що містять умовиводи, повчання, настанови, заклики до дії, поради й репрезентують етнічний маркер мови у воєнний період. Лаконічність, змістова довершеність, структурно-композиційна гармонія паремій сприяє тому, що автори активно використовують їх у газетних текстах задля реалізації тих чи тих стилістичних функцій, відповідного прагматичного ефекту, демонструючи специфіку національної картини світу, концептосфери й концептів. Отже, пареміологічні одиниці по суті репрезентують концепти й маркери етносвідомості нації. У дослідженні ми скористалися принципом класифікації паремійного матеріалу за тематичними напрямками, основою якого є певний концепт, оскільки вважаємо, що такий підхід найкраще віддзеркалює життя народу, його світогляд і проблеми у воєнний період. Концепти **війна, мир, дім, ворог, воля, влада, чоловік, жінка** становлять каркас національної концептосфери й трансформуються під впливом зовнішніх / внутрішніх чинників і потребують докладного аналізу.

Нового тлумачення та звучання в сучасному газетному дискурсі набувають основні концепти, експліковані на сторінках газет від початку першого вторгнення росії на територію України 2014 р. й до повномасштабного в лютому 2022 р. Прикметно, що лексичне вираження концепту **війна** зазнало неймовірної активізації та доповнилося емоційно-оцінними пареміологічними лінгвоодиноцями та їхніми трансформованими конструкціями. Порівняймо: «**Кому війна, а кому мати рідна**: у Вінниці обкрадають квартири» (33 Канал, 16.05.2022), «**Кому війна, а кому нафта – мати рідна**» (Урядовий кур'єр, 15.10.2022), «**Кому війна... А господарці мати рідна?**» (Високий замок, 28.07.2014), «**Банальна фраза – війна війною, а обід за розкладом – не така вже й банальна. Добре поїсти, а потім добре повоювати**» (Голос України, 07.09.2017), «**Війна війною, а обід – за розкладом. Нагадую, що має бути на тарілці здорової людини. Війна розставила все по своїм місцям**» (Gazeta.ua, 23.04.2022), «**Хто взяв меч – від меча й загине!**» (Україна молода, 20.02.2014), «**Ми захищаємо, ми не прагнемо чужого. І той, хто прийшов до нас із мечем, він від того меча і загине**» (Gazeta.ua, 14.03.2022), «**Ми на своїй, Богом даній землі, яку захищаємо і відстоюємо. А хто з мечем до нас прийде, той від меча і загине!**» (Волинь, 20.05.2022), «**Вознем і мечем, або Один із «випалювачів» рашистської нечисті»** (Галичина, 12.10.2022), «**На війні як на війні**» (Українська газета Час, 12.12.2014), «**Сподіваємося, що війна до нас не дійде. Але береженого Бог береже!**» (Високий замок, 04.03.2022), «**Все буде добре! Проте, суворо дотримуємося правил повітряної тривоги. Бо, як відомо, береженого й Бог береже!**» (Мінг, 16.11.2022), «**От якби це знати відповідь на запитання: а в чий інтересах така специфічна війна, хто від неї більше виграє, жертва агресії чи агресор? Чи, може, це хтось, хто «сидить на обох стільцях?»**» (Радіо Свобода, 16.05.2018).

Аналізуючи тематичний вектор концепту **мир**, ми зауважили, що журналісти активно використовують паремії, щоб увиразнити текст: «*Хочеш миру? Готуйся до війни!*» (Україна молода, 12.02.2015), «*Руслан Марцінків: Якщо хочеш миру – готуйся до війни*» (Галичина, 03.11.2021), «*Треба якось людям донести просту думку, що коли хочеш миру – готуйся до війни. Ось і все!*» (Українська літературна газета, 13.11.2022), «*Хочеш миру – готуйся до війни!*» (День, 15.10.2015), «*Як казали колись латиняни, Si vis pacem, para bellum («Хочеш миру – готуйся до війни»)*» (Високий замок, 27.12.2022), «*У війні росії проти України нам потрібні не посередники, а союзники, оскільки за мир потрібно боротися*» (Високий замок, 11.12.2022), «*І зрозуміла, що мир починається з мене...*» (Ого, 25.07.2019), «*Кажуть, що поганій мир краще, ніж хороша війна*» (Радіо Свобода, 26.01.2022), «*Навіть поганій мир, кращий за будь-яку війну...*» (Урядовий кур'єр, 23.01.2014), «*Мир – це виграна війна*» (Українська правда, 14.05.2014).

Паремійний масив концепту **дім** у газетному дискурсі насамперед активізує соціальні функції захисту й оборони, пор: «*Моя хата скраю – нічого не знаю. Чи може бути щасливою людина, яка живе за подібним принципом?*» (Ого, 21.01.2022), «*Відома приказка завучала по іншому: «Моя хата скраю – першим ворога стрічаю»*» (Високий замок, 13.06.2022), «*Фільм наше озвучує прислів'я: «Моя хата скраю, першим ворогів стрічаю»*» (Урядовий кур'єр, 15.02.2020), «*Звісно, скрізь добре, але вдома найкраще. І як же хочеться, щоб у себе, в Україні, ми, нарешті, також жили як люди*» (Чорноморські новини, 18.11.2017), «*Окремим рядком годилося б згадати горезвісне "не треба виносити сміття з хати", мовляв, цим скористається ворог. Наш ворог, який, власне кажучи, і походить із цих самих хат, може хоч задихнутися у своєму смітті, що він успішно й робить»*» (Дзеркало тижня, 16.01.2015), «*Багато наших громадян приказку: «Мій дім – моя фортеця» розуміють буквально: Що хоч, те в ньому й роблю!»*» (Голос України, 11.09.2014), «*В гостях добре, а вдома краще. Тому наша мета – комфортне повернення українців на Батьківщину. Звісно, коли це буде безпечно»*» (Високий замок, 05.05.2022), «*Чорна година вже не стукає в двері, вона не на порозі – вона в нашому домі»*» (Gazeta.ua, 22.01.2019), «*В своїй хаті своя й правда...*» (Чорноморські новини, 23.12.2021), «*Але кому пожалієшся? Тут усі на однакових правах. Недарма кажуть: своя хата – своя правда»*» (Наш День, 25.10.2010). Концепт **дім** – вагомий феномен української культури, без його осмислення неможливо пізнати сенс людського буття в період соціальних змін. Інтерпретація **дому** у воєнний період – це міфологема мирного життя, спокою, комфорту, затишку, достатку, безпеки рідної землі й родини.

Концепт **ворог** у газетних текстах актуалізовано досить експресивно, з опертям на історичне минуле й сьогодення України. Змалювання ворога в пресі вказує на лють і ненависть народу щодо активного втручання з боку зовнішніх агресорів, зрадників, колаборантів у суверенну державу. Порівняймо: «*Росії правда очі коле*» (Україна молода, 29.09.2015), «*пупін боїться НАТО, як чорт ладана*» (Високий замок, 19.05.2022), «*Революції бояться у Кремлі, як чорт ладану. І вже готуються до превентивних заходів»*» (Час, 24.03.2016), «*Саме гасло «Слава нації – смерть ворогам» російські пропагандисти особливо полюбляють наводити як доказ українського екстремізму»*» (Високий замок, 10.04.2018), «*Тоді ж з'явилося і продовження фрази, яке звучить як: «Слава нації! Смерть ворогам!» і «Україна понад усе!», чого не було раніше»*» (Радіо Свобода, 19.06.2017), «*А який раз-другий добряче «відповіли» окупантам засобами, від яких душа ховається в п'ятки (спеціаліст знає, як це робити!), ті б неминуче припинили свої обстріли та диверсійні вилазки – стали б тихіше води і нижче трави»*» (Україна молода, 05.08.2020), «*Китай сидить на двох стільцях, або ЗМІ не підтримує офіційний Пекін»*» (Свобода, 21.03.2014), «*Варіант, коли можна сидіти на двох стільцях, не пройде. Україна цього не вибачить і не забуде»*» (Волинь, 17.03.2022), «*Дуже вже зрадникам правда очі коле!»*» (Голос України, 12.12.2022), «*Ця мерзота, яка прийшла на наші землі і паплюжить їх самою своєю присутністю (тепер я розумію значення фрази «руським духом пахне» чи, радше сказати, смердить), не розуміє ані людської мови, ані елементарної людської логіки – тільки мову сили»*» (Волинь, 20.05.2022). Семантичне поле вербалізації концепту **ворог** доповнено фраземами, лексемами тематичних напрямів воля, війна та мир.

Концепт **воля** для українців надзвичайно давній, національно маркований і генетично усвідомлений. З часом вагомість цього концепту лише зростає в інформаційному просторі. Фразеологічну інтерпретацію поняття **воля** активізовано в газетному дискурсі України через палку боротьбу за свободу, гідність і незалежність. **Волю** тлумачать у площині саме свободи, незалежності, розвитку, а ганебна протилежність їй – це рабство й неволя. Пор.: «*Однак чоловік відповів: «Краще померти стоячи, ніж жити на колінах» та повернувся на передову. Цього разу вже востаннє...*» (Галичина, 27.09.2022), «*Аби шия – ярмо буде. Ніщо так добре не відображає ментальність українців, як народна мудрість. Чому ми готові зносити кривду і мовчати на несправедливість?»*» (Високий замок, 03.06.2016), «*Вільному воля. Волюшка-воля, вільність мила. І воля мені гніздо звила»*» (День, 24.09.2022), «*Кінь, шабля, вітер в полі і ніхто не здолає козацької волі!»*» (Чорноморські новини, 17.10.2020), «*Вони не мали ані найменшого сумніву, що москаля треба долати КУЛЕЮ: Не миритись, милі браття, А боротись нині нам, Бо шаліє кат завзятий, Смерть голосить козакам»*» (Українська правда, 14.05.2014), «*За Україну – без холопа і без пана!»*» (Gazeta.ua, 22.01.2019), «*Перший – захистити честь свою й народу від наруги та відстояти волю навіть ціною власного життя. Поховайте та вставайте, кайдани порвіте!»*» (Урядовий кур'єр, 25.03.2014). Ілюстровані паремії наділяють газетний текст потужними зображально-виражальними потенціями й експресією щодо волелюбства українського народу.

У публіцистичному мовленні прагматично орієнтований паремійний масив і щодо концепту **влада**. Адже влада – це одна з фундаментальних категорій людського іманентного буття, без її осмислення й аналізу неможливо зрозуміти цілісну концептуальну картину світу. Порівняймо: «*Байдуже ракові, в якому горщику його зварять – хоч круть, хоч верть, а в черепочку смерть? Зі смертю торгу нема. І якщо при владі будуть ті самі клани, навіть з новими іменами, кончини України не минути»*» (Gazeta.ua, 22.01.2019), «*Сьогодні вранці у мене була розмова з Ігорем Мосійчуком. Він заявив мені про те, що він подає заяву про вихід із «Радикальної партії». Я вітаю його з цим рішенням, баба з воза – кобилі легше», – сказав Ляшко»*» (Волинь, 25.05.2019), «*Семеро одного не чекають. Напередодні саміту лідерів держав «Великої сімки», який відбувається 7–8 червня у баварському замку Ельмау (Німеччина), його господиня Ангела Меркель назвала анексію Криму Росією однією з головних небезпек для міжнародної спільноти»*» (Україна молода, 04.06.2015), «*Чому постійно наступаємо на одні й ті самі зрабли не можемо подолати корупцію і щиро віримо, що добре там, де нас нема?»*» (Високий замок, 03.06.2016), «*До булави, кажуть, ще треба й голови. Такі повноваження, на мій погляд, можна було довірити В'ячеславу Чорноволу. А тепер бізнесмени при владі...*» (Волинь, 21.04.2017), «*Влада – це наркотик. Зеленський піде на другий термін...*» (Gazeta.ua, 26.10.2021), «*Чому керівництво держави не реагує? Бо кожен народ має таку владу, на яку заслуговує»*» (Gazeta.ua,

26.10.2021), «*Усе! Життя вдалося: із грязі у князі!*» (Урядовий кур'єр, 17.12.2022), «*Віра Драбовська: «Вовків боятися – у ліс не ходити»*. Кандидатка в депутати до Вінницької обласної ради від ПП «Слуга народу» (33 Канал, 22.10.2020), «*Лаємо владу, правильно лаємо. Злий їздець і найліпшого коня зажене – наша влада саме такий їздець. А де начальства ціла рота, там виходить пишик робота. Хороший хазяїн дасть коневі вівса, а потім жене його, як пса. Але осідлана олігархами влада козириться тим, що дере шкуру з голодного, а в неї з переляку очкур не лопається. У неї що – ума ні в шило нема, розуму ані ложки?»*» (Gazeta.ua, 22.01.2019).

Характер образного мислення журналістів експліковано в паремійному матеріалі й під час опису чоловіка, його соціальних ролей та особливостей характеру. Зокрема: «*Один у полі не воїн*» (Урядовий кур'єр, 09.07.2016), «*...і не дармо сказано: «терпи, козак, – отаманом будеш!»*» (Голос України, 05.03.2014), «*Чи, як кажуть, поганий той солдат, який не мріє стати генералом?»*» (Урядовий кур'єр, 20.09.2016), «*Втім, як кажуть, поганий той солдат, який не мріє стати генералом. У кожній людині закладений певний потенціал самореалізації»*» (7 днів, 04.04.2021), «*Дуже цим пишалася і завжди почувалася за його спиною, як за кам'яною стіною»*» (Gazeta.ua, 22.04.2016), «*Зробити вид, що реформа неухильно проводиться як нескінченний процес, хоча і у різні боки. Солдат спить, служба йде»*» (Gazeta.ua, 23.05.2020), «*Чоловік – усьому голова! Художники-чоловіки запевняли, що хочуть просто повернути на себе увагу жінок. Останні ж усміхалися, адже, як мовиться, чоловік і жінка – одна спілка!*» (Урядовий кур'єр, 08.06.2015), «*Який батько – такий син?..»*» (Наш день, 25.04.2021).

Уживання паремій (трансформованих конструкцій) і прецедентних висловлювань у газетних текстах щодо концепту жінка нині досить поширене явище, адже так автори влучно й емоційно розкривають зміст публікації, привертають увагу аудиторії, апелюючи до стереотипних уявлень: «*Бо, як каже мудрий український народ, жінка без сраки – як село без церкви!*» (Дзвін, 13.08.2021), «*Як повідомив правоохоронець, основна проблема нині – засилля стереотипів: «Згадайте приказку: жінка не бита – що коса не клепана!»*» (Урядовий кур'єр, 24.02.2022), «*“Жінка не бита – як коса не клепана!”; “Віддай мене, мамцю, за кого я хочу. Він мя буде бити, не буде любити, нікому не скажу” – український фольклор оспівує насилля у сім'ї!»*» (Високий замок, 09.12.2016), «*Несподівано для себе аж наче шкірою відчула, що знайома з дитинства Кобзареві слова «Кохайтесь, чорнобриві, та не з москалями, бо москалі – чужі люди, роблять лихо з вами» сьогодні звучать зовсім по-іншому, ніж ще рік-два тому...»*» (Волинь, 27.11.2014), «*Це щось на кшталт: не мала баба клопоту – купила поросля!»*» (Україна молода, 21.04.2021), «*Що то за кума, що під кумом не була? Та хіба ж вони, ті кумусі, бодай на сповіді правду скажуть?..»*» (Волинська газета, 27.11.2022), «*Не замітай чужої хати – дивись, чи твоя заметена. А в нас якраз той випадок, що де багато господинь, там хата неметена»*» (Gazeta.ua, 22.01.2019), «*Шерше ля фам?»*» (Україна молода, – 30.03.2016), «*Шерше ля фам: Порошенко про підвищення ціни на газ»*» (Високий замок, 31.10.2018), «*Шерше ля фам: для жінок-водіїв відкрили незвичайне СТО»*» (Gazeta.ua, 03.05.2017), «*Не б'є – значить, любить: чому Рада посилила відповідальність за домашнє насильство стосовно жінок»*» (Україна молода, 15.12.2017), «*Її ж батько пиячив і частенько підіймав на маму руку. Та терпіла, бо в селі так прийнято – жінка має мовчати і слухатися. «Б'є – значить, любить» – повторювали люди, мов мантру»*» (Перша електронна газета, 31.07.2020), «*Підполковниця Оксана Іванець: Жінка на службі – вже не «берегиня домашнього вогнища»*» (Слобідський край, 29.02.2020).

Усі експліковані пареміологічні одиниці, прецедентні висловлювання, а також їхні трансформовані конструкції демонструють емоційний сплеск в інформаційному просторі, що викликано воєнними подіями на території України. Особливої експресії набувають фраземи щодо волелюбства, незалежності й незламності українців, їхньої поваги до рідного дому й землі, боротьби за свою свободу, а також критичне ставлення до влади, лють і ненависть до ворога.

Висновки та перспективи дослідження. Журналісти досить активно послуговуються прислів'ями, приказками, афоризмами задля вираження своїх публікацій, популяризують їх передовсім задля прагматичного впливу на читача, актуалізації уваги та консолідації аудиторії. Уміло «жонглюючи» паремійним матеріалом, автори використовують його для роздумів щодо позитивних і негативних характеристик зображуваних подій воєнного періоду, влучно наголошують на певній проблемі, навмисно загострюють її певні аспекти для критичного осмислення, маніфестують національний колорит і ментальність народу. Комунікант досягає прагматичного впливу на респондента завдяки доскональній структурі паремії (ритмомелодика, гармонійність, милозвучність), це сприяє їх кращому декодуванню і запам'ятовуванню, ідентифікації себе з певною спільнотою, мотивацією до дій. Паремійні одиниці в українськомовній публіцистиці – це етнічні знаки й формули, які виконують роль своєрідного архіву народної мудрості й функцію консолідації нації, репрезентують світоглядні ідеали, прагнення й морально-ціннісні орієнтири народу, інтелектуальні надбання, соціокультурний розвиток, традиції, ритуали, звичаї, естетичні смаки й уподобання. Перспективним, на нашу думку, буде дослідження специфіки й актуалізації паремійного матеріалу в газетному дискурсі тематичних концептів **закон, батьківщина, перемога.**

Література:

1. Дуденко О. В. Номінативна та комунікативна природа українських паремій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2002. 24 с.
2. Калашник В. С. Естетичний аспект розвитку мови: здобутки української поетичної фразеології та афористики. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Філологія*. 2000. № 491. С. 608–612.
3. Колоїз Ж. В. Національний колорит мовних зворотів. *Український смисл*. 2008. № 1/2. С. 16–20.
4. Колоїз Ж. В., Малюга Н. М., Шарманова Н. М. Українська пареміологія : навч. посіб. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. / за ред. Ж. В. Колоїз. Кривий Ріг : ТО «ЦЕНТР-ПРИНТ», 2012. 349 с.
5. Маслова Ю. Риторика сучасного газетного українськомовного дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2022. Вип. 14 (82). С. 31–37.
6. Маслова Ю. Концептосфера гендерного дискурсу ЗМІ. *Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні*. Острого : Вид-во НаУ «Острозька академія», 2012. С. 57–69.
7. Селіванова О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія. Київ ; Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
8. Українські приказки, прислів'я і таке інше / уклад М. Номис ; упоряд., приміт. та вступна ст. М. М. Пазяк. Київ : Либідь, 1993. 768 с.
9. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови. Київ : Знання, 2007. 494 с.

References:

1. Dudenko, O. V. (2002). Nominatyvna ta komunikatyvna pryroda ukrayins'kykh paremiy [Nominative and communicative nature of Ukrainian paremia]. Abstract of PhD dissertation. Kyiv [in Ukrainian].
2. Kalashnyk, V. S. (2000). Estetychnyy aspekt rozvytku movy: zdobutky ukrayins'koyi poetychnoyi frazeolohiyi ta aforystyky [Aesthetic aspect of language development: achievements of Ukrainian poetic phraseology and aphoristics]. *Visnyk KhNU imeni V. N. Karazina. Seriya: Filolohiya* [Bulletin of Kharkiv University named after V. N. Karazin. Series: Philology], 491, 608–612 [in Ukrainian].
3. Koloyiz, Zh. V. (2008). Natsional'nyy koloryt movnykh zvorotiv [National flavor of language turns]. *Ukrayins'kyi smysl* [Ukrainian meaning], 1/2, 16–20 [in Ukrainian].
4. Koloyiz, Zh. V., Malyuha, N. M. & Sharmanova, N. M. (2012). Ukrayins'ka paremiolohiya [Ukrainian paremiology] / Koloyiz, Zh. V. (Ed.). *Kryvyy Rih: TO «TSENTR-PRYNT* [in Ukrainian].
5. Maslova, Yu. (2012). Kontseptosfera hendernoho dyskursu ZMI [The conceptual sphere of media gender discourse]. *Nova informatsiyna sytuatsiya ta tendentsiyi al'ternatyvnoho rozvytku ZMK v Ukraini* [The new information situation and trends in alternative media development in Ukraine]. Ostroh: Vyd-vo NaU “Ostroz'ka akademiya”, 57–69 [in Ukrainian].
6. Maslova, Yu. (2022). Rytoryka suchasnoho hazetnoho ukrayins'komovnoho dyskursu [Rhetoric of modern Ukrainian-language newspaper discourse]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu «Ostroz'ka akademiya». Seriya «Filolohiya»* [Scientific notes of the National University “Ostroh Academy”. Series “Philology”], 14 (82), 31–37 [in Ukrainian].
7. Nomys M. (Ed.). (1993). Ukrayins'ki prykazky, prysliv'ya i take inshe [Ukrainian sayings, proverbs and so on]. Kyiv: Lybid' [in Ukrainian].
8. Selivanova, O. (2004). *Narysy z ukrayins'koyi frazeolohiyi (psykhokohnityvny ta etnokul'turnyy aspekty)* [Essays on Ukrainian phraseology (psychocognitive and ethnocultural aspects)]. Monograph. Kyiv; Cherkasy: Brama [in Ukrainian].
9. Uzhchenko, V. D. & Uzhchenko, D. V. (2007). *Frazeolohiya suchasnoyi ukrayins'koyi movy* [Phraseology of the modern Ukrainian language]. Kyiv: Znannya [in Ukrainian].