

УДК 811.161.2'373.7

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2025.50.75-91>

Князь Т.М.

ORCID: 0000-0002-7272-4644

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ БАЙДУЖОСТІ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті проаналізовано способи мовного відображення емоції байдужості в сучасному медійному дискурсі. Емоціоналізація широко поширена в медійних текстах, де фразеологізми на позначення байдужості використовують як один із найважливіших засобів впливу на реципієнта. Доведено, що фразеологічні одиниці (ФО) зі значенням байдужості відображають ставлення комуніканта до певних подій, фактів або особистості, що виникає в результаті відчуття емоції байдужості. Вибір фразеологічних засобів мотивований насамперед інтенційно-прагматичною установкою автора якнайточніше схарактеризувати актуальні події сьогодення.

Проаналізовані ФО зі значенням байдужості як текстотвірний чинник медіатексту реалізують низку комунікативно-прагматичних функцій: інформаційну, номінативну, компресійну, експресивну, емоційно-оцінну. З'ясовано, що фразеологізми визначають комунікативні стратегії щодо байдужого ставлення особистості чи соціуму до осіб, суспільно-політичних ситуацій, зокрема "мовного" питання, а також відображають комунікативну стратегію формування негативного образу егоїстичних осіб, у яких превалюють власні фінансові інтереси. Трансформований фразеологізм 'моя хата скраю – першим ворога зустрічаю' в медіатексті визначає комунікативну стратегію формування позитивного образу українців. Жаргонні фразеологізми на позначення байдужості в медійному дискурсі активізують експресивну функцію, впливають на формування думки або зміну поглядів до вже відомої ситуації.

Виявлено, що найбільш частотними змінами на структурному рівні є лексичні, оскільки слова-компоненти впливають на зміну семантики ФО. При трансформації найбільш стійкою є схема-модель, за якою побудований вислів. Вона забезпечує "впізнання" традиційної ФО, викликає додаткові асоціації, реалізує різні дискурсивні сфери. З'ясовано, що оцінний елемент пейоративного значення експліцитно / імпліцитно відображено у словах-компонентах аналізованих ФО. Звернення авторів до структурно-семантичних змін узуальних

фразеологізмів на позначення байдужості покликано виразити дійсність, що є актуальною сучасним реаліям і подіям.

Ключові слова: байдужість, фразеологізм, структурно-семантичні трансформації, комунікативні стратегії, медійний дискурс.

Відомості про автора: Князь Тетяна Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри європейських мов; Державний біотехнологічний університет.

Електронна адреса: knyaz_tm@ukr.net

Tetyana M. Kniaz

ORCID: 0000-0002-7272-4644

VERBALIZATION OF INDIFFERENCE THROUGH UKRAINIAN PHRASEOLOGY IN MODERN MEDIA DISCOURSE

Abstract. The article identifies the features of the functioning of phraseological units (PhUs) denoting indifference in modern media discourse. Emotionalization is widespread in the media, where emotions are one of the most important ways of influencing the recipient. It is found that the author's position as a representative of the communicative strategy deserves special attention in covering current issues and reflecting emotional and evaluative attitudes. It is proven that phraseological units with the meaning of indifference reflect the communicator's attitude to specific events, facts, or a person who feels the emotion of indifference.

Modern media discourse testifies to the authors' resort to structural and semantic changes of usual phraseological units denoting indifference to express a different truth relevant to contemporary realities and events. Analysis of the material shows that the most frequent methods of structural changes are substitution and contamination. Semantic transformations become a continuation of structural changes in phraseological units. The evaluative element of pejorative meaning, explicitly/implicitly reflected in the word components of the analyzed phraseological units, proves that the concept of indifference belongs to the negative zone of the axiological scale.

The analyzed PhUs with the meaning of indifference as a forming factor of the media text implement several intentions: informational, nominative, compositional, expressive, and emotional-evaluative. Slang phraseological units in media texts activate the expressive function, and accordingly, the communicative and pragmatic effect of the publication is enhanced. Phraseological units determine communicative strategies regarding the indifferent attitude of an individual or society towards individuals and socio-political situations and reflect the communicative strategy of forming a negative image of selfish individuals with prevailing financial interests.

The transformation of a phraseological unit 'My house is at the edge – I will meet the enemy first' (моя хата скраю – першим ворога зустрічаю) in the media text determines the communicative strategy of forming a positive image of Ukrainians.

We see the research prospects in further studying the transformational potential of phraseological units of other thematic groups and their implementations in media discourse.

Keywords: *indifference, phraseological unit, structural-semantic transformations, communicative strategies, media discourse.*

Author information: *Kniaz Tetyana Mykolaivna – PhD, Associate Professor; Associate Professor of the Department of European Languages; State Biotechnological University.*

E-mail: *knyaz_tm@ukr.net*

Медійний дискурс, як відомо, – актуальна сфера наукових досліджень медіалінгвістики, завданням якої є комплексне вивчення лінгвокультурних, прагматичних, структурно-семантичних аспектів функціонування мови в засобах масової комунікації. Медіадискурс є соціально-регулятивним механізмом, що певним чином впливає на формування суспільної думки за допомогою вербального відображення важливих культурних, когнітивних, аксіологічних процесів в українському суспільстві (див. дослідження з медіадискурсу Т. ван Дейка, Н. Кондратенко, Л. Мановіча, М. Навальної, С. Потапенка, І. Пянковської, Д. Сизонова, О. Снитко, О. Стишова та ін.).

Емоціоналізація активно поширена в медійному дискурсі, де емоції використовують як один із найважливіших засобів впливу на реципієнта. Вивчення механізмів мовного відбиття емоцій необхідно для розуміння того, "як створюють повідомлення, а також як вони впливають на індивідуальну та соціальну поведінку та соціальне життя суспільства загалом" [15]. Мову розглядаємо як інструмент для вивчення емоцій, відповідно людина відчуває, моделює і вербалізує повідомлення. "Мова зумовлює характер мислення, спосіб розуміння й пізнання світу, впливає на свідомість і поведінку людини. Будь-який текст неможливо вивчати поза людиною, яка є його творцем, адже саме особистість відображає динаміку мисленнєвого розвитку людства, реалізує способи репрезентації думки, моделює суголосний часові образ світосприйняття" [3, с. 60].

Процеси відображення емоцій простежуємо у всіх видах активності як на етапі формування, так і на етапі реалізації висловлювання мовними засобами. Результати досліджень репрезентації емоційного змісту повідомлення в різних типах дискурсу К. Döveling [15], Т. Князь [2], Т. Крисанової [6], Ю. Невської [8], С. Шабат-Савки [14] та інших лінгвістів демонструють, що всі типи одиниць фонетичного, лексичного, фразеологічного, морфологічного та синтаксичного рівнів покликані виражати та відображати емоції.

Фразеологія сучасного періоду характеризується підвищеним інтересом дослідження способів вербалізації емоційної сфери особистості на матеріалі різних мов. Так, Л. Орехова, О. Чаєнкова розглядають фразеологічні одиниці (ФО) на позначення позитивної емоції радості в зіставному аспекті на матеріалі української, турецької та англійської мов. І. Жох аналізує емотивні фразеологізми з компонентом *corazon* (серце) в іспанській мові. Г. Артеменко проводить статичне моделювання українських фразеологізмів із загальним значенням вияву добра чи зла. М. Охріменко вивчає ідіотнічну специфіку перських і українських фразеологізмів фразеосемантичного субполя "Нейтральні емоції", у межах якого виділяє мікрополе "Байдужість". У зіставлених мовах емоцію байдужості дослідниця пов'язує з такими внутрішніми якостями людини, як "холодність", "порожність", а також говорить про віддзеркалення емоції на обличчі [9, с. 128].

Ж. Краснобаєва-Чорна простежує особливості інтерпретації градаційного ряду емоції байдужості на матеріалі узуальних фразеологізмів української мови. Зокрема, дослідниця виділяє такі складники байдужості: (а) стан емоційної рівноваги; (б) відсутність зацікавлення, (в) відсутність уваги й реакції, (г) відсутність емоцій як нечутливості і нечуйності, душевна спустошеність, зневіра, (г) відсутність значущості; (д) презирство (зневага, нехтування) [5, с. 143].

Отже, процеси мовного відображення емоції байдужості засобами фразеології в медійному дискурсі становлять інтерес і відповідають потребам сучасної лінгвістики щодо вивчення

лексико-фразеологічних одиниць як засобів репрезентації важливих моральних, світоглядних, культурних сутностей українського суспільства. Відповідно корпус названих фразеологізмів поповнюється і зазнає різних видів трансформацій, а тому вимагає окремого поглибленого дослідження.

Метою пропонованої наукової розвідки є дослідити способи вербальної репрезентації емоції байдужості засобами фразеології в медійному дискурсі, визначити діапазон прагматичних функцій, комунікативних інтенцій, реалізованих за допомогою ФО, а також з'ясувати можливі трансформації структури і семантики обраних для аналізу ФО.

На думку Ю. Невської, різним емоційним станам людини відповідають і певні стратегії й тактики в дискурсі, які мають різні психологічні форми впливу на адресата [8, с. 65]. Аналіз комунікативних актів, репрезентованих у різних жанрах медіа (інформаційні, політичні, економічні, соціокультурні тексти), передбачає врахування прагматичного фактора, а також комунікативних стратегій і тактик, від яких залежить успішність чи неуспішність публікації. Комунікативну стратегію розглядаємо як основний підхід до реалізації комунікативного наміру, який ґрунтується на принципах, що визначають внутрішню і зовнішню структуру повідомлення [7, с. 41], а також як комплекс мовних дій, зосереджених на досягненні певного результату комунікації. Комунікативні тактики – певні мовленнєві дії реалізації здійснення стратегічної мети, що передбачають отримання потрібного ефекту на етапі комунікативної взаємодії.

На особливу увагу у висвітленні соціокультурних, ментальних, суспільно-політичних питань у медіадискурсі, а також відображенні емоційно-оцінного ставлення заслуговує позиція автора як репрезентанта власної комунікативної стратегії. Комунікант, використовуючи фразеологічні засоби в текстовому просторі, створює певне інформаційно-комунікативне середовище з метою впливу на свідомість комунікативних, зосередження уваги на актуальному питанні. Розуміючи медіатекст як фрагмент комунікації автора й читача,

звертаємо увагу, що саме адресат, активізуючи свої когнітивні (розумові, культурні, асоціативні) ресурси, декодує інформацію автора, правильно осягаючи або не розуміючи її. Як підкреслює Т. ван Дейк, для розуміння дискурсу як узгодженої послідовності речень потрібно сконструювати ментальні моделі ситуацій, про які йде мова, і для цього слід активувати, застосувати загальні, соціокультурні знання [17, с. 4-5].

Індивідуально-авторське ставлення до прояву байдужості яскраво відображено використанням ФО *хата скраю* – "хто-небудь через власну байдужість не бажає втручатися у щось, бути причетним до чогось; кого-небудь щось не стосується" [11, с. 565]. Підкреслюючи байдуже ставлення освітян до обговорення питання викладання української літератури в середній школі, автор цитує народну депутатку І. Константевич, а також використовує ФО *хата з краю*. Наприклад: *За її словами, дивує, що на цьому ж засіданні "присутні філологи, освітяни поховали голови в пісок". Мовляв, моя хата з краю...* (Україна молода, 15.02.2021) (далі після цитати буде подано покликання на її джерело: видання та дату публікації матеріалу).

У медійному дискурсі фіксуємо частотне використання прислів'я *моя хата скраю, я нічого не знаю* з метою підкреслення відношення комуніканта до певних подій, фактів або особистості, що виникає у результаті відчуття емоції байдужості. Саме вислів повчального характеру формує певну життєву закономірність, що є широким узагальненням спостережень народу, його соціокультурного досвіду. Прислів'я яскраво віддзеркалює прояв байдужості практично до всього, що виходить за межі особистих матеріальних, духовно-культурних інтересів. Наприклад: *Так і українці: ми звикли дистанціюватися від суспільних та державних процесів, фокусуючи свій час і зусилля на собі, рідних, близьких та вузькому колі власних проблем. Думаю, прислів'я "моя хата скраю – нічого не знаю"....саме про це* (Український тиждень, 03.12.2024).

Медійні тексти демонструють високу продуктивність функціонування різних варіантів традиційного прислів'я *моя хата скраю, я нічого не знаю*. Зокрема фіксуємо зміну реми, що

розташовується в кінці фрази і є головною в аспекті інформаційного наповнення вислову. Наприклад: *моя хата з краю, державної мови не знаю і знати не хочу, і вчити не буду; моя хата з краю, собі гроші заробляю; моя хата з краю усім баки забиваю, собі кишені напихаю*. Використовуючи різні види трансформацій ФО, комуніканти відображають значною мірою індивідуально-авторські особливості світосприйняття. Саме такі висловлення прагматично найпродуктивніші, оскільки адресанти таким чином, як правило, намагаються реалізувати низку комунікативних функцій: повідомлення, впливу на ціннісні орієнтири адресатів, емоційного впливу [16, с. 81].

Л. Даниленко зауважує, якщо автор навмисно руйнує старий сюжет прислів'я, то цим він хоче іронічно або сатирично виразити іншу істину, яку вважає актуальною для себе або суспільства. Такі одиниці авторка називає "антиприслів'я – вираз з новим міні-сюжетом, зрозумілий за умови, коли адресат знає старий" [1, с. 52]. При трансформації найбільш стійкою є схема-модель, за якою побудований вислів. Вона забезпечує "упізнання" традиційної ФО, викликає додаткові асоціації, реалізує різні дискурсивні сфери. Як підкреслює Л. Даниленко, свідомо модифікація тієї мовної форми, в якій прислів'я зберігається в пам'яті носія культури, виконує певні комунікативні завдання: сигналізує про те, наскільки "класична", словникова семантика прислів'я відбиває соціокультурні стереотипи і норми, життєву ідеологію індивіда [1, с. 52].

У прислів'ї *моя хата з краю, державної мови не знаю і знати не хочу, і вчити не буду* вербалізовано сутність комунікативної тенденції стосовно байдужого ставлення осіб до опанування державною мовою. Мова йде про людей певною мірою обмежених, які виявляють принципово байдуже ставлення до української мови як основи національної ідентичності. Наприклад: *Майже на кожному кроці стикаєшся з байдужістю не лише українців до всього, що оточує людину. ... І чи не найосновніше – державної мови, тобто – української. Тут уже точно про так званих українців. **Моя хата з краю, державної мови не знаю і знати не хочу, і вчити не буду*** (Український репортер, 12.03.2020). Свідомо трансформація, точніше зміна реми –

державної мови не знаю і знати не хочу, і вчити не буду, чітко характеризує актуальну суспільно-політичну ситуацію в Україні щодо надзвичайно гострого і болючого "мовного" питання.

Прислів'я моя хата з краю, собі гроші заробляю. На чому заробляю і чим – мене не цікавить відображає комунікативну стратегію, що демонструє виключно інтерес до накопичення фінансів, коли людина живе лише для своїх цілей, і її вона ставить вище за інші морально-етичні інтереси. Наводимо ілюстрацію: *А біда в тому, що на сцену вийшло національне обличчя України як за формою, так і за змістом і позлорадствувало над чужим горем у "кращих" українських традиціях. Моя хата з краю, собі гроші заробляю. На чому заробляю і чим – мене не цікавить. І це наше справжнє національне обличчя побачив увесь світ* (Український репортер, 12.03.2020).

Явища трансформації, як підкреслює Д. Сизонов, "як маркери часу відбиваються у масмедіа – такому собі "лакмусовому інфопапері". І такі зміни – від появи нових одиниць до зникнення інших, від розширення семантики слова / фразеологізму до звуження їх функціональних можливостей та ін. – є результатом впливу комплексу факторів. Передусім, екстралінгвальних" [10, с. 911]. У тексті статті "Байдужістю в цілому хворе все українське суспільство! Це діагноз чи й навіть вирок" фіксуємо трансформований фразеологізм: *моя хата з краю, усім баки забиваю, собі кишені напихаю* (Український репортер, 12.03.2020). Зокрема, автор використовує контамінацію таких ФО: *хата скраю* – "хто-небудь через власну байдужість не бажає втручатися у щось, бути причетним до чогось; кого-небудь щось не стосується" [11, с. 565] і *баки забивати* – "розмовами, балачками відвертати чийось увагу від кого-, чого-небудь" [11, с. 175], і *кишені набивати* – "багатіти, наживатися (перев. нечесним шляхом)" [11, с. 314]. Уважаємо, такі трансформації спричинені екстралінгвальними факторами, зокрема зміна поглядів на життєві цінності, домінування в суспільстві випадків безкарних фінансових злочинів, висвітлення меркантильних інтересів людей. Паралельно ФО реалізує комунікативну стратегію негативної поведінки егоїстичних, жадібних людей, яких багатство, матеріальні

.....

інтереси роблять зухвалими й гордовитими. Байдужість у таких осіб превалює над загальнолюдськими цінностями і почуттям поваги до ближнього.

Реалізація номінативної функції здійснюється з метою знайомства читачів з текстом і є основною для заголовків медійних видань. Нерідко номінативна функція корелює з функцією компресії, відображаючи основний зміст публікації. Спостерігаємо використання фразеологізмів у складі заголовків, які в компресійному вигляді зосереджують увагу комунікаторів на актуальних подіях. Г. Маленко для називання статті використовує ФО *"Моя хата скраю?"* (Українська правда, 02.06.2022). Однак специфіка цієї ФО як заголовка не обмежується лише функцією називання. Використання фразеологізму у форматі запитання свідчить про привертання уваги і підсилення медіаповідомлення. Саме тому авторська інтенція – зорієнтувати читача на те, що далі йтиметься про можливо хибне сприйняття українців як байдужих до чужих справ, у яких переважають особисті інтереси. Далі в тексті фіксуємо прислів'я *моя хата скраю – першим ворога зустрічаю*, яка потенційно як трансформована одиниця претендує й на модифікацію цілісної семантики. Автор удається до такої трансформації з комунікативно-прагматичною метою, а саме: підкреслення не байдужості українців, здатних до об'єднання, взаємодії та співпраці з метою протистояння ворогові. Ширший контекст розкриває значення прислів'я – хто-небудь чуйний, не байдужий до чогось. Наводимо ілюстрацію: *Потужний волонтерський рух, чисельні батальйони добровольців, сильні бізнес спільноти та ефективні громадські організації ... Все це повністю руйнує міф про "Моя хата скраю – нічого не знаю" і нарешті повертає на його місце справедливе "Моя хата скраю – першим ворога зустрічаю"* (Українська правда, 02.06.2022). Узуальний вислів набуває структурно-семантичних трансформацій, адже структурна зміна реми *першим ворога зустрічає* приводить до зміни значення прислів'я. Використовуючи в одному контексті і узуальну, і трансформовану одиницю, комунікатор демонструє своє небажання приймати проверб'яльне правило на тлі дій

волонтерів, добровольців, громадських організацій, бізнес спільнот. Звідси випливає роль фразеологізмів як інструментів індивідуально-авторської інтерпретації подій в певній ситуації. Фразеологізм визначає комунікативну стратегію формування позитивного образу українців.

Змодельовані ситуації, що вербалізовані фразеологізмами на позначення байдужого ставлення до опанування рідною мовою, різних суспільно-політичних, воєнних подій в країні тощо, розкривають два типи комунікації: 1) спрямовану на результат – повідомлення про результати спостережень у декларативній формі закону; 2) спрямовану на процес – ототожнення репрезентованої ситуації з фоновими знаннями, досвідом адресата як партнера співрозмовника [4, с. 187]. Вибір фразеологічних засобів мотивований насамперед інтенційно-прагматичною установкою автора якнайточніше охарактеризувати актуальні події сьогодення.

Фактичний матеріал дослідження свідчить, що в просторі сучасних медійних видань використовують фразеологізми для позначення байдужого ставлення до різних ситуацій, що належать до розмовного стилю мови. Роль розмовної лексики, у тому числі і жаргонних фразеологізмів, інтенсивно зростає в різних видах комунікації. О. Стишов виділяє низку чинників, що сприяють цьому: істотна демократизація української спільноти; активізація тенденції до орозмовлення в значній кількості радіо- і телепередач, газет і журналів, що протистоїть окнижненню; зміна мовних смаків, уподобань українців і мода на певні одиниці; несприйняття сучасними читачами, слухачами та глядачами сухої, невиразної мови, кліше, канцеляризмів, штампів; неординарність, новизна, а найголовніше – експресивність, емотивність, образність [12, с. 67].

Спостерігаємо використання жаргонних ФО, що характеризуються емоційно-експресивним, стилістичним забарвленням, яскравою образністю, що свідчить про широкий діапазон їх комунікативно-прагматичних можливостей у мові сучасних медійних видань. Значення "абсолютно байдуже, нецікаво, все одно" реалізують жаргонні ФО-синоніми *по барабану, до лампочки, мені фіолетово*.

Використовуючи жаргонний фразеологізм *мені фіолетово*, автор демонструє своє негативне емоційне ставлення до ситуацій, що відбуваються на фронті: *"Мені фіолетово скільки я вас там уложу, мені треба виконать завдання"*. *Боєць із Сум розказав, що вся рота пішла в ЗСЧ через командування* (Спецкор, 03.12.2024). За допомогою певної простоти мовлення, точніше вживанні розмовних ФО, створюється відчуття близькості між адресантом і адресатом. Розмовні фразеологізми впливають на формування думки або зміну поглядів до вже відомої ситуації, у наведеному прикладі – ситуації на фронті.

Вибір автором жаргонної ФО *по барабану* – "про відсутність інтересу, байдужість до чого-небудь" [13, с. 47] зумовлений необхідністю підкреслити негативне емоційне ставлення байдужості до думки трудового колективу. У заголовку статті *"Юрій Бублик: А думка трудового колективу «по барабану»"* (Полтавщина, 16.03.2016) фіксуємо ФО *по барабану*.

Емоційно-оцінна інтенція мовця підпорядкована його внутрішньому стану, позитивній або негативній реакції на певні ситуації. Щоб довести свою думку щодо байдужої реакції суспільства на висловлення про певного чиновника О. Тягнибок використовує жаргонну ФО *до лампочки*: *За два тижні до повномасштабного вторгнення. Ще тоді, на всю країну, в прямому ефірі я звертав увагу на цього державного зрадника. Але всім було до лампочки. Аж тепер, як минуло майже три роки (!), ДБР дійшло до нього з обшуком – і всі аплодують!* (facebook.com/oleh.tyahnnybok, 11.02.2022).

У медійних текстах засобами ФО *своя сорочка ближче до тіла* репрезентовано сутність комунікативної стратегії щодо байдужого ставлення особистості чи соціуму до ситуацій, дій, об'єктів тощо, водночас нівелювання своїх інтересів, добробуту в різних ситуаціях стає прерогативою.

Одним із важливих етапів актуалізації внутрішньої форми фразеологізму є лінгвокультурна інформація. В українській культурі сорочка є традиційно важливим елементом українського одягу, а також символом достатку, добробуту. Відповідно ФО має значення "власний добробут важливіший за добробут інших". Очевидно, способи фразеологізації достатку,

заможності специфічні за рахунок лінгвокультурної інформації у внутрішній формі ФО *своя сорочка ближче до тіла*. Водночас, на нашу думку, у внутрішній формі фразеологізму відображено не лише поняття власного добробуту, а й ментальне явище байдужості до навколишніх питань / проблем.

У медійних виданнях фіксуємо частотне використання ФО *своя сорочка ближче до тіла*. Наводимо деякі приклади. Автор статті "Час говорити по-поганому?" Є. Дикий використовує ФО *своя сорочка ближче до тіла* з метою підкреслення байдужого ставлення представників влади (адже саме на державному рівні відповідні особи ухвалюють певні рішення) у питанні допомоги іншим народам під час російських бомбардувань, а також превалювання власних інтересів українського суспільства загалом. ФО реалізує додаткове пейоративне значення. Наприклад: *А це можемо порівняти обсяги допомоги нам із обсягами нашої допомоги народу Сирії або раніше народу Чечні під час російських бомбардувань – щоб не виникало питання, як же можна так байдуже сприймати нашу трагедію: от рівно так само, як ми сприймали трагедії інших. **Своя сорочка ближча до тіла** всім та завжди – не є винятком ні ми, ні союзники* (Українська правда, 02.07.2023).

Реалізація поняття байдужості простежується і на етапі ігнорування ухвалених законів, санкцій. Наприклад: *Збільшення турецького експорту товарів, придатних для використання у військових цілях, є ще одним з багатьох таких прикладів того, як часто нехтують запровадженими антиросійськими санкціями. Прислів'я про **свою сорочку, що ближча до тіла**, як ніяке інше віддзеркалює поточний хід справ, не реагувати на що категорично не можна* (Борисфен Інтел, 08.12.2023). Засвідчено приклади функціонування ФО *своя сорочка ближче до тіла*, пов'язані з оновленнями семантики, які можна ідентифікувати тільки із залученням ширшого контексту.

Вираження байдужості до когось, чогось, нехтування ким-, чим-небудь у медіатексті відображено узуальною ФО *плювати я хотів*. Наприклад: *"До Майдану я плювати хотів на державу. А тепер ладен віддати за неї життя"* (Gazeta.ua, 24.11.2015). Дієслівний компонент *плювати* у внутрішній

формі ФО реалізує додаткові семи "все одно", "байдуже", що надає більшій емоційності та експресивності публікації.

Отже, у роботі проаналізовано комунікативно-прагматичні, структурно-семантичні особливості функціонування фразеологізмів на позначення байдужості у сучасному медійному дискурсі. ФО зі значенням байдужості відображають відношення комуніканта до певних подій, фактів або особистості, що виникає у результаті відчуття емоції байдужості.

Лінгвокреативні механізми свідомості комунікантів простежуються перш за все утворенням трансформованих фразеологізмів, що відображають особливості емоційного сприйняття дійсності, соціокультурний досвід суспільства на сучасному етапі його розвитку. Проаналізовані фразеологізми визначають комунікативні стратегії щодо байдужого ставлення особистості чи соціуму до різних суспільно-політичних ситуацій, "мовного" питання в країні, дій, об'єктів тощо, а також відображають комунікативну стратегію формування негативного образу егоїстичних осіб, у яких превалюють власні фінансові інтереси. Трансформований фразеологізм *моя хата скраю – першим ворога зустрічаю* в медіатексті визначає комунікативну стратегію формування позитивного образу українців, що орієнтована на досягнення таких цілей, як формування патріотизму, об'єднання суспільства, підкреслення загальнолюдських цінностей.

Автори вдаються до структурно-семантичних змін узуальних фразеологізмів на позначення байдужості з метою виразити іншу істину, що є актуальною сучасним реаліям і подіям, що відбуваються в суспільстві загалом. Семантичні трансформації стають продовженням структурних змін ФО. У словах-компонентах експліцитно / імпліцитно відображено оцінний елемент пейоративного значення аналізованих ФО.

Фразеологізми зі значенням байдужості як текстотвірний чинник медіатексту відображають низку функцій: інформаційну, номінативну, компресійну, експресивну, емоційно-оцінну. Жаргонні фразеологізми у медіатекстах реалізують тактику зближення з читачем, активізують експресивну функцію, відповідно посилюється комунікативно-прагматичний ефект

публікації. Проаналізовані ФО впливають на формування думки або зміну поглядів до вже відомої ситуації.

Проведене дослідження не вичерпує порушеної проблематики і **передбачає** аналіз трансформаційних потенцій фразеологізмів інших тематичних груп та їх комунікативно-прагматичних реалізацій в сучасному українськомовному медійному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко І.В. Чеські прислів'я в дискурсивній парадигмі: типи комунікативних інтенцій. *Studia Slavica*. 2019. XXIII/2. С. 49-57.

2. Князь Т.М. Емоційно-оцінні фразеологізми української мови в політичному дискурсі. *Лінгвостилістичні студії*. 2019. Вип. 11. С. 54-64.

3. Князь Т.М. Методологічні засади дослідження фразеологізмів української мови в медійному дискурсі. *Studia Linguistica*. 2020. Вип. 16. С. 58-70.

4. Колоїз Ж.В., Малюга Н.М., Шарманова Н.М. Українська пареміологія : навчальний посібник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Кривий Ріг : КПІ ДВНЗ "КНУ", 2014.

5. Краснобаєва-Чорна Ж.В. Аксиологія байдужості у фразеології. *Славянская фразеология и паремология: традиционные и новаторские решения проблем* : к 80-летию со дня рождення професора В.М. Мокиєнко / редкол.: Е. В. Ничипорчик (отв. ред.). Гомель : ГГУ им. Ф. Скоринь, 2020. С. 140-144.

6. Крисанова Т., Вербицька А. Принципи лінгвістичного конструювання емоцій у дискурсі. *Лінгвістичні студії*. 2018. Вип. 36. С. 55-60.

7. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку: теоретичні засади галузевої комунікації : монографія / Л.М. Пелепейченко, О.Г. Михайлова, В.В. Посмітна та ін. Харків : АВВ МВС України, 2009. 272 с.

8. Невська Ю.В. Дискурсиви в організації й авторизації епістолярного дискурсу: типологічно-прагматичний аспект (на матеріалі епістолярію М. Куліша): дис. канд. філол. наук зі спец. 10.02.01 – українська мова. Харків, 2018.

9. Охріменко М.А. Ідіотнічна специфіка перських і українських фразеологізмів фразеосемантичного субполя "нейтральні емоції". *Східний світ*. 2012. №4(77). С. 126-130.

10. Сизонов Д. Медійна мова у змінних координатах (скринінг поглядів в українській та польській науці). *Slavia Orientalis*. 2023. LXXII (4). С. 907-922.
11. Стишов О. Жаргонні фразеологізми в масмедійному дискурсі XXI сторіччя. *Лінгвістика*. 2024. № 1 (49). С. 64-72.
12. Словник фразеологізмів української мови / укл. В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук та ін. Київ: Наукова думка, 2008.
13. Український жаргон: словник / укл. Л. Ставицька. Київ : Критика, 2005. 496 с.
14. Шабат-Савка С.Т. Дискурс як релевантний спосіб втілення комунікативних інтенцій. *Studia Linguistica*. 2011. Вип. 5. С.451-457.
15. Döveling K., von Scheve C., & Konijn, E. A. The Routledge handbook of emotions and mass media. London, England: Routledge, 2011.
16. Княз Т. The Verbal Representation of the Category of "Honor" by Means of the Ukrainian Phraseology in Media Discourse. *Studia Slavica*. 2024. XXVIII/2. P. 71-82.
17. Teun A. van Dijk. Discourse, knowledge, power and politics. Towards Critical Epistemic Discourse Analysis. Amsterdam: John Benjamins, 2010.

ДЖЕРЕЛА

Полтавщина. URL: <https://poltava.to/news/37733/>
 Борисфен Інтел. URL: <https://bintel.org.ua/>
 Спецкор. URL: <http://spec-kor.com.ua/>
 Україна молода. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/>
 Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/>
 Український репортер. URL: <https://ukrreporter.com.ua/>
 Gazeta.ua. URL: <https://gazeta.ua/>
 facebook.com. URL: <https://www.facebook.com/oleh.tyahnnybok>

REFERENCES

1. Danylenko, I.V. (2019). *Czech proverbs in the discursive paradigm: types of communicative intentions* [Cheski pryslivia v dyskursyvniy paradyhmi: typu komunikatyvnykh intentsii]. *Studia Slavica*, XXIII/2, 49-57 [in Ukrainian].
2. Knyaz, T.M. (2019). *Emotional-evaluative phraseological units of the Ukrainian language in political discourse*. [Emotsiino-otsinni frazeolohizmy ukrainskoi movy v politychnomu dyskursi]. *Linhvostylistychni studii*. 11, 54-64. [https://doi.org/ 10.29038/2413-0923-2019-11-54-64](https://doi.org/10.29038/2413-0923-2019-11-54-64) [in Ukrainian].

3. Kniaz, T.M. (2020). *Methodological principles of studying phraseological units of the Ukrainian language in media discourse*. [Metodolohichni zasady doslidzhennia frazeolohizmiv ukrainskoi movy v mediinomu dyskursi]. *Studia Linguistica*, 16, 58-70. <https://doi.org/10.17721/StudLing2020.16.58-70> [in Ukrainian].

4. Koloiz, Zh. V., Maliuha, N. M., Sharmanova, N. M. (2014). *Ukrainian paremiology* [Ukrainska paremiolohiia] : navchalnyi posibnyk dlia studentiv filolohichnykh spetsialnostei vyshchyykh navchalnykh zakladiv. Kryvyi Rih : KPI DVNZ "KNU" [in Ukrainian].

5. Krasnobaieva-Chorna, Zh.V. (2020). *Axiology of indifference in phraseology* [Aksiolohiia baiduzhosti u frazeolohii]. *Slavyanskaya frazeologiya i paremiologiya: traditsionnie i novatorskie resheniya problem : k 80-letiyu so dnya rozhdeniya professora V.M. Mokienko / redkol.: Ye. V. Nichiporchik (otv. red.)*. Gomel : GGU im. F. Skorini, 140-144 [in Ukrainian].

6. Krysanova, T., Verbytska, A. (2018). *Principles of linguistic construction of emotions in discourse* [Pryntsyypy linhvistychnoho konstruiuvannia emotsii u dyskursi]. *Linhvistychni studii*, 36, 55-60. <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2018.36.8> [in Ukrainian].

7. *Language communication in the activities of law enforcement forces: theoretical foundations of industry communication* (2009) [Movna komunikatsiia v diialnosti syl okhorony pravoporiadku: teoretychni zasady haluzevoi komunikatsii: monohrafiia] / L. M. Pelepeichenko, O. H. Mykhailova, V.V. Posmitna ta in. Kharkiv : AVV MVS Ukrainy [in Ukrainian].

8. Nevska, Yu.V. (2018). *Discursives in the organization and authorization of epistolary discourse: typological and pragmatic aspect (based on the material of M. Kulish's epistolary)* [Dyskursyvy v orhanizatsii y avtoryzatsii epistoliarnoho dyskursu: typolohiino-prahmatychnyi aspekt (na materiali epistoliariiu M. Kulisha)]: dys. kand. filol. nauk zi spets. 10.02.01 – ukrainska mova. Kharkiv [in Ukrainian].

9. Okhrimenko, M.A. (2012). *Idioethnic specificity of Persian and Ukrainian phraseologisms of the phraseological subfield "neutral emotions"* [Idioetnichna spetsyfika perskykh i ukrainskykh frazeolohizmiv frazeosemantychnoho subpolia "neitralni emotsii"]. *Skhidnyi svit*, 4(77), 126-130. <https://doi.org/10.15407/orientw2012.04.126> [in Ukrainian].

10. Syzonov, D. (2023). *Media language in variable coordinates (screening of views in Ukrainian and Polish science)* [Mediina mova u zminnykh koordynatakh (skrynnih pohliadiv v ukrainskii ta polskii nauks)]. *Slavia Orientalis*, LXXII (4), 907-922. <https://doi.org/10.24425/slo.2023.148593> [in Ukrainian].

11. *Dictionary of Ukrainian phraseology* (2008) [Slovník frazeologizmiv ukraínskoi movy]. / ukl. V.M. Bilonozhenko, I.S. Hnatiuk, V.V. Diatchuk ta in. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
12. Styshov, O. (2024). *Slang phraseology in the mass media discourse of the 21st century* [Zharhonní frazeologizmy v masmediinomu dyskursi XXI storichchia]. *Journal Linguistics*, 1 (49), 64-72. <https://doi.org/10.12958/2227-2631-2024-1-49-64-72> [in Ukrainian].
13. *Ukrainian jargon* (2005) [Ukrainskyi zhargon: slovník] / ukl. L. Stavvytska. Kyiv : Krytyka, 496. [in Ukrainian].
14. Shabat-Savka, S.T. (2011). *Discourse as a relevant way of embodying communicative intentions*. [Dyskurs yak relevantnyi sposib vtillennia komunikatyvnykh intentsii.]. *Studia Linguistica*, 5, 451-457. [in Ukrainian].
15. Döveling K., von Scheve C., & Konijn, E. A. (2011). *The Routledge handbook of emotions and mass media*. London, England: Routledge.
16. Kniaz, T. (2024). The Verbal Representation of the Category of "Honor" by Means of the Ukrainian Phraseology in Media Discourse. *Studia Slavica*, XXVIII/2, 71–82. <https://doi.org/10.15452/StudiaSlavica.2024.28.0017>
17. Teun A. van Dijk. (2010). *Discourse, knowledge, power and politics. Towards Critical Epistemic Discourse Analysis*. Amsterdam: John Benjamins, 41.

SOURCES

- Poltavshchyna. URL: <https://poltava.to/news> [in Ukrainian].
- Borysfen Intel. URL: <https://bintel.org.ua/> [in Ukrainian].
- Spetskor. URL: <http://spec-kor.com.ua/> [in Ukrainian].
- Ukraina moloda. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/> [in Ukrainian].
- Ukrainska pravda. URL: <https://www.prawda.com.ua/> [in Ukrainian].
- Ukrainskyi reporter. <https://ukrreporter.com.ua/> [in Ukrainian].
- Gazeta.ua. URL: <https://gazeta.ua/> [in Ukrainian].
- facebook.com. URL: <https://www.facebook.com/oleh.tyahnybok> [in Ukrainian].

Дата надходження до редакції – 12.05.2025

Дата затвердження редакцією – 30.05.2025



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.