

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.48.68-81>

**Сизонов Д.Ю.**

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

## **РЕАКТИВАЦІЯ ПАРЕМІЙ ІЗ ОЙКОНІМОМ КИЇВ У СУЧАСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

*Анотація.* У статті описано процес реактивації паремій із ойконімом "Київ" в українськомовній комунікації. Розглядається статус паремій у сучасній лінгвістиці, подаються різні підходи до розуміння й наукового тлумачення паремійних одиниць, зокрема унеобхіднюється їх вивчення в широкому баченні – як приказок і прислів'їв, прецедентних висловів, афоризмів та ін.

Автором зроблено акцент на найбільш уживаних паремійних конструкціях типу **язик до Києва доведе, Київ – мати міст руських, як до Києва рачки** та ін. На матеріалі лексикографічних праць, художніх текстів української літератури, розмовної та медійної комунікації проводяться паралелі з уживанням та функціональними можливостями паремій із ойконімом "Київ". Прослідковано, як змінювалися й трансформувалися в масовій комунікації паремійні одиниці з елементом "Київ" у своїй структурі.

Також визначено статус медійної паремії та її дискурсивні параметри. Окремий локус статті присвячено новим фразеологічним одиницям, які виникають у масовій комунікації. Так, у різних типах медіа актуалізуються паремії, у структурі яких лексема "Київ / Куїв" є стрижневим маніпулятивом: **Київ тримає удар; Майдан починається з Києва; взяти Київ за три дні; Це Київ, дєтка; КуївNotKiev** та ін. "Орозмовлення" таких паремій також є вказівкою на динамізм таких конструкцій у масовій комунікації, що мотивовано потребами медійників вплинути на реципієнтів.

З'ясовано, що виникнення паремій із ойконімом "Київ" є частотним явищем, що пов'язується зі статусом міста в геополітиці, економіці, культурі України. Такий комплекс екстралінгвальних факторів указує на динамізацію структури та стилістичних можливостей паремій, здатних актуалізуватися в нових комунікативних умовах.

**Ключові слова:** паремія; фразеологізм; ойконім; українська комунікація; онім; масова комунікація; сучасна лінгвістика.

**Інформація про автора:** Сизонов Дмитро Юрійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної

.....  
 комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

*Електронна адреса:* dm\_sizonov@ukr.net

**Dmytro Y. Syzonov**

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

## REACTIVATION OF PAREMIA WITH THE NAME OF KYIV IN MODERN COMMUNICATION

**Abstract.** *The article describes the process of reactivation of paremies with the oikonym "Kyiv" in Ukrainian-language communication. The status of paremias in modern linguistics is considered, various approaches to the understanding and scientific interpretation of paremia units are presented, in particular, their study in a broad perspective is necessary – as sayings and proverbs, precedent sayings, aphorisms, etc.*

*The author emphasizes the most commonly used paremic constructions in Ukrainian, such as **язик до Києва доведе, Київ – мати міст руських, як до Києва рачки**, etc. On the material of lexicographic works, artistic texts of Ukrainian literature, spoken and media communications, parallels are drawn with the usage and functional possibilities of paremys with the oikonym "Kyiv". It was followed how paremic units with the element "Kyiv" in their structure changed and transformed in mass communication.*

*The status of media paremia and its discursive parameters are also determined. A separate locus of the article is devoted to new phraseological units that appear in mass communication. Thus, paremias are actualized in various types of media, in the structure of which the lexeme "Kyiv" is a key manipulator: **Kyiv holds the blow; Maidan starts from Kyiv; take Kyiv in three days; This is Kyiv, baby; KyivNotKiev**, etc. The "discussion" of such paremias is also an indication of the dynamism of such constructions in mass communication, which is motivated by the needs of the media to influence the recipients.*

*It was found that the occurrence of paremies with the oikonym "Kyiv" is a frequent phenomenon associated with the status of the city in the geopolitics, economy, and culture of Ukraine. Such a complex of extralingual factors indicates the dynamism of the structure and stylistic possibilities of paremias, capable of being actualized in new communicative conditions.*

**Keywords:** *paremias; phraseology; oikonym; Ukrainian communication; onim; mass communication; modern linguistics.*

**Information about the author:** *Syzonov Dmytro Yurijovych – PhD, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Stylistics*

Одне з найактуальніших завдань сучасної лінгвістики, що випливає з реалій філології 21 ст., – пошук нових смислів у семантиці вже відомих мовних одиниць. Їхнє декодування в різних типах комунікації дозволяє по-новому поглянути на стилістичні можливості аналізованого комунікативного ресурсу. У фокусі уваги нашого дослідження – фразеологічний ресурс мови, що вважається одним із ретрансляторів культурної пам'яті народу та його вербалізованим ідентифікатором. Синергія історичного та сучасного, динамічного і сталого активно виявляється у відносно довгому процесі фразеологізації. В комунікативній еволюції фразеологізм є унікальним вербалізованим об'єктиватором сталих у національній мовній свідомості образів, здатних переосмислюватися. Він набуває нових стилістичних окрасів у "свіжих" комунікативних умовах, може входити в різні контексти та відтворюватися у сталому чи структурно й семантично модифікованому вигляді. А тому проаналізуємо далі узусні та нові прислів'я і приказки зі структурним елементом *Київ*, що набувають нових смислів у сучасній комунікації.

Якщо відштовхуватися від широкого розуміння фразеологізму, до якого прийнято зараховувати різні усталені конструкції у структурному та семантичному планах, то головними маркерами таких одиниць залишатимуться вторинна номінація, експресивність, прецедентність та можливість до стилістичних трансформацій. Такі ж постійні характеристики, на наше переконання, наявні в пареміях, що виконують у комунікації передусім кумулятивно-експресивну функцію. Останнім часом домінантним щодо паремійного рівня окреслюється дискурсивний підхід (А. Загнітко, Т. Космеда, Л. Даниленко та ін.). А тому й логічним виявляється тлумачення паремій як одиниць дискурсивного типу, "яким притаманні <...> цілісна, усталена форма й регулярність відтворення, але, на відміну від них (фразеологізмів – Д.С.), це такі одиниці, що складаються з одного або більше висловлень: прислів'я і

приказки, афоризми, анекдоти, небилиці, притчі та ін.; входять у базу аксіоматику мовної свідомості" [3, с. 25]. Саме аксіологічний параметр, на наш погляд, і визначає сутність паремій у сучасній комунікації, коли їх уживання пов'язане з оцінністю висловлювання, – як образних одиниць репрезентації аксіологічних значень і смислів (Т. Космеда), дискурсивних знаків і ретрансляторів глобального образу цілісного світу (Ж. Колоїз), різнопланових одиниць, розглядуваних у фокусі лінгвоаксіології (І. Голубовська, Ж. Краснобаєва-Чорна, Г. Черненко та ін.). Погоджуємося і з широким міркуванням про приналежність до паремій не тільки прислів'їв та приказок, а й інших одиниць, зокрема афоризмів, прецедентних висловів, синтенцій та ін., що відтворюються як сталі синтаксичні конструкції. І навіть більше – здатні до смислової реінтерпретації та структурно-стилістичної модифікації (т. зв. "антиприслів'я", "антиафоризми", "антиприказки" у номінаціях Х. Вальтера, В. Мокієнка, І. Глуховцевої та ін.). Саме здатність до смислово-семантичного переосмислення і розкриває широкі стилістичні можливості паремій у сучасній комунікації. Це своєрідні інтертекстеми, які комуніканти використовують для смислового навантаження висловлювання, підсилення його емоційно-експресивного окрасу, виявлення різних типів оцінок імпліцитного та експліцитного характеру.

Послідовними в цьому питанні є західні лінгвісти, які наголошують, що пареміями є короткі, влучні та смислово ємні речення (ідіоми, клішовані фрази, приказки і прислів'я, цитати прецедентного характеру та под.), які мають афоризований зміст та відтворюються в повному (або усіченому) вигляді для підсилення емоційного навантаження висловлювання [8]. Важливим тут є (лінгво)культурологічний аспект, адже переклад із мови-оригіналу фразеологічних одиниць, зокрема й паремій, дослівно неможливий. Саме прецедентний характер паремій слугує асоціативним маркером для їх початкового розуміння, відтворення та подальшого тиражування в масовій свідомості (йдеться про статус паремій як "культурних текстів" із їхнім потенціалом впливати на масового реципієнта [4, с. 23]). Ф. Бацевич наголошує, що для вербалізованих культурних кодів

важливою є *культурна обумовленість значення*, тобто "домінування в семантиці слова (фразеологізму, виразу) денотативного і / або конотативного елемента, пов'язаного з функціонуванням усього слова (фразеологізму, виразу) в межах певної культури" [1]. Як бачимо, саме стійкі конструкції (зокрема й паремії) можуть ставати маркерами певної лінгвокультури, вербалізованими носіями культурної пам'яті.

Фіксація паремій і їхній системний опис – окрема дослідницька локуна. У словниках та збірниках часто відбивається ключова функція паремій – кумулятивна, що віддзеркалює мовленнєву історію народу та допомагає змалюванню її мовно-культурного портрету. Пригадаємо, в цьому контексті, важливі видання, в яких фіксуються паремії, як в історичному ("Галицько-руські народні приповідки" І. Франка, "Українські приказки, прислів'я і таке інше" М. Номиса, "Українські прислів'я та приказки" С. Мишанича і М. Пазяка та ін.), так і на сучасному ("Комунікативний кодекс українців у пареміях" Т. Космеди і Т. Осіпової, "Словник модифікованих стійких сполучень слів в узусі кінця 20 – початку 21 століття" І. Глуховцевої та ін.) зрізах.

Цей аспект ми вирішили екстраполювати саме на інформаційний контент – один із найдинамічніших у сучасній комунікації, продемонструвавши нові смислові відтінки у стилістично та / чи структурно модифікованих пареміях із ойконімом *Kuiv*. Саме в масовій комунікації паремії можуть як активно функціонувати, так і народжуватися в політичних гаслах, рекламним слоганах, загалом у мультимодальних текстах, що складають широкий пласт медіапростору, ставати частиною креолізованого тексту, зокрема в мемах, інтернет-дописах, блогосфері та ін. А ще відбувається постійна реактивація забутих паремійних конструкцій із елементом *Kuiv*, декодування яких у масовій комунікації корелюється з фоновими знаннями реципієнтів.

На сьогодні фразеологізованих конструкцій із компонентом *Kuiv* налічується понад 300 одиниць. Такі дані не є остаточними, адже не всі паремії могли дійти до нас в автентичному вигляді. До цього варто додати й безперервну появу нових паремій як

.....

прояв еволюції літературної мови. І перша, і друга частини проблеми дозволяють перебувати пареміям у постійному дослідницькому аналізі. Пошук нових смислів у семантиці цих одиниць ми розпочнемо з найбільш відомих: *язик до Києва доведе; Київ – мати міст руських; як до Києва рачки*. Про активне вживання таких одиниць у мовній свідомості українців говорять літературні джерела, в яких вони зафіксовані. Так, паремія *язик до Києва доведе* тяжіє у кінець 10 ст. та пов'язана з легендою про киянина, що заблукав у степу. В сучасній комунікації цей вислів уживається саме в усіченій формі, хоч в "Українських приказках, прислів'ях..." М. Номиса фіксуємо повну версію *Язык доведе до Києва і до Кия* [6, №1127, с. 91]. У художній комунікації цей фразеологізм також посідає чільне місце: *А вона сміється, розбира, що я їй не лихого бажаю. Е, стіки там того діла, **язик до Києва доведе**, а то щоб до Германії не довів* (В. Шкляр, "По секрету"), ***Язык до Києва доведе**, – сказав Андрій, і тепер обидва княжичі посміхнулися трохи зверхньо, бо хоч як пробивався їхній отець до Києва, але не доводив його туди ні язык, ні спис, ні меч* (П. Загребельний, "Смерть у Києві"), *Та є, дядьку, такі, що й Ворону скрутують, як треба буде. – Звісно, є, та де вони? Піди шукай... – Будемо шукати, **язик до Києва доводить*** (О. Кониський, "Навивпередки") та ін.

Домінацію використання цих одиниць пов'язуємо з їх багатовіковою історією (породження, як мінімум, двох варіантів продовження паремії: *...та до Кия* і *...а в Києві заблудить* є своєрідним націоцентричним ідентифікатором). Спостережено і частотне використання цієї паремійної конструкції в медіа (особливо в сильній позиції тексту – заголовковій, що є типовою смисловою установкою для реципієнта): ***Язык до Києва доведе: чи справді столичні смаколики стали популярними лише задяки іноземцям?*** (Київ 24, 20.10.2023), ***Язык доведе не тільки до Києва, але й до ручки*** (Oboz, 05.07.2017), ***Язык до Києва доведе, або якою є боротьба за мерське крісло*** (ТСН, 10.09.2019) та ін. Як бачимо, головна мета використання таких конструкцій у заголовках текстів – привернення уваги реципієнтів та здатність до підсилення смислового навантаження на початку медіастатті.

Використання цієї одиниці у форматі риторичного запитання чи окличного речення теж указує на "інтригований" початок медіаповідомлення та можливість для аналітики реінтерпретувати інформацію: *Чи язык до Києва доведе?* (Наше слово, 09.12.2018), *Язык до Києва доведе. А в Києві?* (Дзеркало тижня, 10.11.2006), *Євро-2012: кого язык до Києва доведе!* (Факти, 28.03.2012).

Стилістична трансформація цих паремійних конструкцій у медійному контексті вказує на її гнучкість, а з боку журналіста – на пошук нових смислів, закладених для масової комунікації: *"Язык" до Києва доведе, а до виборів – напевне* (Дзеркало тижня, 08.06.2007), *Язык до рейтингів доведе: від мовного закону до "языка"* (Радіо Свобода, 12.07.2011), *Чемпіонство до Києва доведе* (Україна молода, 14.09.2011), *Язык до Відня доведе. Чому австрійці можуть навчити угорців з "українського питання"* (Ділова столиця, 28.11.2017) та ін. До речі, останні ілюстрації доводять і постійну динаміку цього фразеологізму, у структурі якого наявний ойконім: *язык до Варшави доведе > язык до Праги доведе > язык до Лондона доведе > язык до Мюнхена доведе > язык до Брюсселя доведе* та под. Постійна реактивація таких фразеологізмів можлива лише за наявності фонового бекграунду, побудованого на основі смислової алузії.

Зазначимо, що стабілізація компонентного складу паремії дозволяє інтертекстово звертатися до неї в модифікованому форматі: *Такий язык до Брюсселя не доведе: що означає заява Пристайка про готовність України відмовитися від вступу до НАТО* (Україна молода, 17.02.2022), *Чи доведе язык до Європи* (Дзеркало тижня, 14.06.2018), *Язык довів Тимошенко до Печерського суду* (Подробиці, 10.04.2016) та ін. Апеляція до відомого говорить про прецедентний характер цих одиниць та дозволяє варіювати його компонентним складом, актуальним для масового реципієнта. Близькість до звучання українськомовного *язык* до російськомовного *язык* дозволяє медійникам "обігрувати" цю паремію за допомогою мовного каламбуру: *Куди доведе "язык"?* (Детектор медіа, 15.10.2010), *"Язык" чи мова доведуть до виборів?* (ТСН, 11.12.2013), *"Язык"*

.....  
до Києва доведе: чи завжди місто було російськомовним? (Укрінформ, 23.02.2017) та ін.

Саме трансформаційні процеси паремій, на нашу думку, пов'язані з оперативним реагуванням на актуальну ситуацію, що ретранслюється в медіа. А самі паремії можуть слугувати ефективною "готовою" моделлю для смислового навантаження медіатексту та "обігрування" інформаційного приводу в контексті реалій сьогодення. Так, розмовний фразеологізм *як до Києва рачки* вдало обігрується в медіа для досягнення гумористичного ефекту – іронії, сарказму, сатиричності висловлювання. І в узусному, і у традиційному форматах ця паремійна конструкція є вдалою "стартовою" вербалізованою інтенцією в побудові медійного тексту (йдеться передусім про заголовки та ліди): **Як до Києва рачки: директори кременчуцьких дитсадків можуть лише мріяти про зарплати які отримують чиновники міста** (Кременчуцька газета, 09.02.2022), **До президентства – як до Києва рачки** (Перший діловий, 13.09.2013), **"До кордонів всіх цих областей, як до Києва рачки"**, – коментар військового експерта (ТСН, 03.04.2024), **Як до Банкової рачки** (5 канал, 09.11.2012) та ін. Утрадиційовано вважати, що "орозмовлення" таких конструкцій відкидає можливість їх використання в медіа. На наше переконання, емоційність, закладена в такого типу конструкції, наближують контекст до реципієнтоцентричності, коли медійник стає "своїм" у діалозі з потенційним читачем: **Від житниці до житниці – як до Києва рачки** (Дзеркало тижня, 06.08.2004), **Нам до Європи – як до Києва рачки** (Версії, 23.05.2013), **Європі до України, як з Парижу до Києва рачки** (Oboz, 22.07.2022), **Окупантам до захоплення Бахмута, "як до Києва рачки"** (ТСН, 01.05.2023) та ін. Зазначимо, що в художньому дискурсі для надання емоційного забарвлення також використовується згадана паремія: **Ще до Різдва – як до Києва рачки, – пробубонів собі під ніс Зорик** (Ю. Зима, "Казковий вир"), **Та ти хоч все залий, Охріме, до Києва як до неба рачки!** – крикнули йому від вогнища, де жадібні язики полум'я вже жваво лизали чорний казан (П. Яценко, "Нечуй. Немов. Небач") та ін.



За будь-яких обставин медійний контекст стає домінантним, коли фразеологізм використовується як певний вербальний маніпулятив. Особливо це стосується фразеологізмів, що набули статусу наративних. До таких належить паремія *Київ – мати міст руських*, активно поширювана як у пропагандистських медіа, так і в інформаційному потоці України. Сутність використання такої паремії – в її здатності адаптуватися під контекст, часто ідеологічного змісту. Це дозволяє нам сказати, що такого типу фразеологізми в масовій комунікації набувають статусу фрази-ідеологеми, використання якої є прецедентним явищем у політичних медіатекстах: *Мати міст "руських" відрізняється від "Третього Риму"* (День, 27.02.2024), *Уже не мати міст руських? У РФ із підручників прибрати згадку Києва в параграфах про Русь* (РІА Південь, 20.04.2023), *Президент України Володимир Зеленський заявив, що "Матері міст руських" – Києву, таких дітей як Росія не треба* (Коментарі, 15.03.2022) та ін. Наголосимо, що апеляція до цієї конструкції реалізується через свідоме її використання, графічно оформленої через лапкі: *Дугін переобрав "мати російських міст"* (Oboz, 07.04.2024), *Мати яки міст? Руських? Це один із міфів, проголошених колонізаторами, що посягали на землю, яка в нинішніх межах України* (Голос України, 03.04.2014), *Мати чи Мачуха міст руських* (Єдиний марафон, 15.03.2022) та ін. Демонструється відтак тригерний характер такої конструкції, створюючи своєрідний емоційний фон інформаційного повідомлення, поширюваного в масовій свідомості. Фокусування уваги реципієнта переноситься на новий екстралінгвальний контекст – військові дії в Україні – і тому сприйняття наративної паремії відбувається за фонові негативної оцінки.

Достатньо частотним і цікавим у використанні в масовій комунікації є паремія *На кого біда нападе, то до Києва йде, а як біда минеться, то він і з Броварів вернеться*, який ми також фіксуємо у згаданих працях М. Номиса [6, №2331, с. 137] та С. Мишанича і М. Позняка [7, с. 36]. Усічену форму цієї конструкції поодинокі зустрічаємо в медіа. Більше все ж використовується ця конструкція в розмовній комунікації. *Київ*

.....

як сегмент фразеологізованої конструкції спостерігаємо в пареміях *дурний і в Києві не купить розуму; дурень до Києва, дурень і з Києва; з дурним нічого в Київ їхати, вони й тут є*, зафіксовані у праці М. Номиса [6, №6150, с. 289; №6190, с. 291], або фразеологізовані конструкції аксіологічного характеру (*тільки й рідні, що в Києві Химка; оце в Києві були, та і там розуму не придбали; у Києві гетьман об'явився – на селі пан заворушився* [7, с. 198, 250, 374]), що привносять у процес комунікації додаткової оцінності та експресії. Використання таких конструкцій у широкому масовому контексті – теж ознака паремій, коли маніпулятивний характер реалізується в "уламках" таких одиниць, маючи на увазі їх прецедентний характер. Саме тому постійно виکارбовуються нові фрази, що набувають статусу паремій (особливо коли йдеться про їх повчальний та виховний зміст).

Нові фразеологічні конструкції – нові паремії – породжуються, очевидно, й нині. *Київ* як елемент таких конструкцій є частотним, що вербалізується у вигляді медійного фразеологізму. Наголосимо, що під новим медіафразеологізмом ми розуміємо не зафіксований у словниках усталений вислів, комунікативний репрезентант та об'єктиватор смислів масової свідомості, що характеризується крім семантичної цілісності, прецедентністю та інтертекстуальністю.

Поява нових паремій у масовій свідомості формують нові одиниці – *медійні паремії*. Останнім часом серед таких одиниць із ойконімом *Київ* можна назвати *Київ тримає удар, Київ починається з майдану, взяти Київ за три дні, Київ великих можливостей* та под. Важливо наголосити, що паремії, зокрема й нові, мають здатність до структурних трансформацій із метою впливу на реципієнта та / або маніпуляції його свідомістю. Л. Гнатюк як частотну властивість паремій називає – гру слів, що реалізує в комунікації "приховані глибинні смисли, надаючи висловленню додаткових семантичних відтінків і викликаючи нові асоціативні зв'язки слів та несподівані образи" [2, с. 3]. Спостерігаємо цей стилістичний прийом і в нових пареміях (які, здавалося б, мають проходити довгий час становлення та адаптації до мови, але саме в масовій комунікації цей шлях

набагато швидший та смисловесний). Звернімося до фразеологічної конструкції *Київ тримає удар*, що виник у політичній комунікації, зокрема в рекламі кандидата в мери столиці В. Кличка. Спостерігаємо контамінацію фразеологізму *тримати удар* (у значенні "протистояти у важкій ситуації") із ідеологемою *Київ*, якими був насичений столичний медіапростір у передвиборчу кампанію. Поява такого фразеологізму "обіграна" двічі: як апеляція до партії "УДАР", яку очолює В. Кличко, і як алюзія до його спортивної кар'єри. Інтертекстуальна відсилка до політичної кампанії 2020 року зберіглася і в нинішніх комунікативних умовах: *Київ тримає "УДАР"* (слоган В. Кличка) > *Київ тримає удар* (слоган муніципального телеканалу "Київ"). Ця ж ідеологічна установка зберіглася і в подальшому русі згаданої конструкції, поширеної останнім часом у медіа: *Київ тримав і триматиме удар далі*.

Політична концептуалізація майдану також спричинила появу нового фразеологізму *Майдан починається з Києва*, що включає алюзізність мінімум до трьох політичних подій, пов'язаних із Майданом Незалежності в Києві, – Революція на граніті, Помаранчева революція, Революція Гідності. Зауважимо, що слово *майдан* уже пройшло шлях концептуалізації, коли з семантики номінації площі ця лексема розширила з'явилася в політичному контексті, розширивши свою семантику: *майдан* (велике незабудоване місце в селі або місті; площа) > *майдан* (те саме, що майданчик) > *Майдан* (масова тривала акція протесту проти влади під політичними або економічними гаслами, переважно на одній із центральних площ міста) [5]. Саме тому виявляється логічним і породження нового фразеологізму на позначення політичних перетворень у країні зі стартом у столиці: *Майдан починається з Києва: у "Жулянах" зустрічають Порошенка* (Подробиці, 17.01.2022); *Нові протести, пов'язані з ковідом: Майдан починається з Києва* (Вікна-новини, 21.02.2020) та ін. Цікаво, що поява таких конструкцій внеобхідне і подальшу їх стилістичну природу модифікуватися: *Майдан починається з Печерського суду* > *Майдан починається біля Софії Київської* > *Майдан починається з Хрещатика* > *Майдан починається від*

.....  
 пам'ятника Шевченка (всюди, як бачимо, наявні локації м. Києва з їх історією "майданного" руху).

Зазначимо, що у пік військових дій в околицях столиці у лютому 2022 р. в інформаційному полі з'явився фразеологізм *взяти Київ за три дні*. Саме медійний контекст дозволив надати нових смислів цій конструкції – передусім, із наявністю іронічного змісту: *взяти чи не взяти Київ за три дні; хіба Київ взяли за три дні?; за "три дні" взяли Київ, то так можна взяти і "всю Україну"* та под. Емотивно-експресивне "звучання" таких одиниць умотивовано ставленням реципієнта до позначуваного новою паремією явища. Спостерігаємо, що такі одиниці особливо актуальні в дописах соцмереж та в новинних месенджерах, в яких допускається "вільна" подача інформації.

Цікаво, що в масовій комунікації активно функціонують і паремії-апелятиви до прецедентних конструкцій. Так, ойконім *Київ* є частотним у трансформованих одиницях типу *Київські стайні* (< *Авгієві стайні*), *Київ не зразу будувався* (< *Рим не зразу будувався*), *Київ з возу – ЄС легше* (< *Баба з возу, кобили легше*), *Київ всьому голова* (< *Хліб усьому голова*) та под. Така структурно-стилістична трансформація дозволяє "збуджувати" інтерес до прочитання інформаційного повідомлення, а також образно сприймати поданий матеріал.

У статусі вербалізованих "тригерів" сприймаємо нові паремії розмовного типу *Це Київ, дитка, Київ never sleep, Київ великих можливостей, Київ вдень і вночі* та под. Такі паремійні конструкції дозволяють наближатися до потенційного реципієнта та насичувати медійний контент конотативним забарвленням. Можемо констатувати тенденцію до постійного діалогу "розмовна комунікація – медійна комунікація", в якому розвиваються функціонально-стилістичні кордони та вимальовується нова комунікативна реальність для використання нових паремій, зокрема з ойконімом *Київ*.

Аналогічну закономірність помічаємо і в появі паремій, які, хоч і виникли в масовій українськомовній комунікації, та все ж, спрямовані на іншомовну аудиторію. Ідеться про ті паремійні конструкції, що поширювалися як хештеги в соціальних мережах та слугували смисловими генераторами сучасних ідей:

#KyivNotKiev (кампанія коректної номінації в англomовній комунікації української столиці, відмінної від російськомовного аналогу), #CloseTheSkyKyiv (кампанія, спрямована на звернення до світової спільноти закрити небо над Україною та Києвом у зв'язку з російською агресією) та ін. Такого типу паремії відтворюються в масовій комунікації не стільки України, скільки країн Заходу з метою різновекторної допомоги – як в інформаційному, так і у військовому планах.

Акцентуючи на тому, що паремії можна розглядати як "еталонну одиницю мови, усталене висловлювання, синтаксичну одиницю, комунікативну формулу, дискурсивну одиницю" [4, с. 25], то виникнення нових паремій є закономірним процесом у комунікації. Як виявилось, не тільки в минулому, а й сьогодні виникнення паремій із ойконімом *Kyiv* є частотним явищем, що пов'язується зі статусом міста в геополітиці, економіці, культурному просторі України. Такий комплекс екстралінвальних факторів указує на динамізацію структури та стилістичних можливостей паремій, здатних актуалізуватися в нових комунікативних умовах.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2007. 205 с.
2. Гнатюк Л.П. Мовна гра як вияв національної лінг-вокреативності: На матеріалі галицьких паремій XIX ст. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*. 2022. №57. 2848.
3. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4 т. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 3. 426 с.
4. Космеда Т., Колонюк С. Багатоликий статус паремії та аспекти її дослідження. *Лінгвістичні студії*. 2022. Вип. 43. С. 20-31.
5. Словник української мови: у 20 т. URL: <https://sum20ua.com> (дата звернення: 14.04.2023)
6. Українські приказки, прислів'я і таке інше / М. Номис; упор. М. Позяк. Київ: Либідь, 1993.
7. Українські прислів'я та приказки / С. Мишанич, М. Пазяк. Київ: "Дніпро", 1984.
7. Muñoz J., Cases E. (2023). Contributions to the Translation of Paremiás. *Translation Studies: Theory and Practice*. 2023. №3(5). P. 85–93.

## REFERENCES

1. Batsevych, F.S. (2007). *Dictionary of terms of intercultural communication* [Slovník terminiv mizhkulturnoi komunikatsii]. Kyiv [in Ukrainian].
2. Hnatiuk, L.P. (2022). *Language Play as a Manifestation of Linguistic Creativity (on the Material of Galician Paroemias from the Nineteenth Century)* [Movna hra iak vyiv natsional'noi linhvokreatyvnosti: Na materiali halyts'kykh paremii XIX st.]. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 57, Article 2848. <https://doi.org/10.11649/sfps.2848> [in Ukrainian].
3. Zahnitko A. (2012). *Dictionary of modern linguistics: concepts and terms: in 4 vols.* [Slovník suchasnoi linhvistyky: poniattia i terminy: u 4 t.]. Donetsk: DonNU. T. 3. 426 s. [in Ukrainian].
4. Kosmeda, T. & Kolonyuk, S. (2022). *The multifaceted status of paremy and aspects of its study* [Bahatolykyi status paremii ta aspekty yii doslidzhennia]. *Linguistic studies*, 43, 20-31. <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2022.43.2> [in Ukrainian].
5. *Dictionary of the Ukrainian language: in 20 vols* [Slovník ukraínskoi movy: u 20 t.]. URL: <https://sum20ua.com> (last access: 14.04.2024) [in Ukrainian].
6. *Ukrainian proverbs, sayings, and the like* [Ukrainski prykazky, pryslivia i take inshe] (1993) / M. Nomys. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
7. *Ukrainski prysliv'ia ta prykazky* [Ukrainian proverbs and sayings] (1984) / S. Myshanych, M. Pazyak. Kyiv: "Dnipro" [in Ukrainian].
8. Muñoz, J., & Cases, E. (2023). Contributions to the Translation of Paroemias. *Translation Studies: Theory and Practice*, 3(5), 85–93. <https://doi.org/10.46991/TSTP/2023.3.1.085> [in English].

Дата надходження до редакції – 10.04.2024

Дата затвердження редакцією – 24.04.2024



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