

УКРАЇНЬСЬКА НЕОФРАЗЕОЛОГІЯ: СЕМАНТИКА, СТИЛІСТИКА, ПРАГМАТИКА

ГАЛИНА КУЗЬ

Пряшівський університет у Пряшеві, Пряшів – Словаччина,
kuz.halyna@gmail.com; ORCID: 0000-0003-0075-4657

UKRAIŃSKA NEOFRAZEOLOGIA: SEMANTYKA, STYLITYKA, PRAGMATYKA

HAŁYNA KUŹ

Uniwersytet Preszowski, Preszów – Słowacja

STRESZCZENIE. W artykule została przeprowadzona analiza tworzenia ukraińskich neofrazeologizmów, źródeł ich powstania, osobliwości frazeologizacji. Ponadto omówiono różne grupy neologiki, zaproponowano ich interpretację stylistyczną oraz socjolingwistyczną. Jak wynika z analizy, duża część współczesnych neofrazeologizmów powstaje albo w wirtualnej przestrzeni komunikacyjnej, albo rozprzestrzenia się i zyskuje popularność dzięki platformom internetowym jako memy. Zważywszy, że internetowe memy tekstowe jak dotąd nie były przedmiotem badań z punktu widzenia procesu frazeologizacji, takie badania uznano za istotne i warte podjęcia. W pracy wykorzystano metodę opisową oraz metody analizy semantycznej i kontekstowej. W toku analiz semantycznych i kontekstowych ustalono, że powstawanie memów i frazeologizmów jest reakcją na wydarzenia w życiu społeczno-politycznym oraz kulturalnym. W związku z powyższym memy reprezentują aktualne tematy, odzwierciedlają stereotypy, mitologemy świadomości masowej oraz wartości. Przeanalizowany materiał neologiczny pokazuje, że bardzo często frazy-repliki charakteryzują się nową ekspresywnością oraz określoną stabilnością i odtwarzalnością, a na ich popularność wpływają sytuacje typowe, w których mogą zostać użyte. Mimo tendencji do uniwersalizacji dziedziny komunikacji, w środowisku ukraińskim funkcjonuje wiele utartych zwrotów związanych z ukraińskimi postaciami oraz wydarzeniami.

Słowa kluczowe: neologika frazeologiczna, neofrazeologizm, memy internetowe, frazeologizacja frazy-repliki

UKRAINIAN NEOPHRASEOLOGY: SEMANTICS, STYLISTICS, PRAGMATICS

HALYNA KUZ

University of Presov, Presov – Slovakia

ABSTRACT. In the article, the author analyses the processes of creation of Ukrainian neo-phraseological units, traces their sources, their features of phraseologization, identifies different groups of phraseological neo-logic and provides a stylistic and sociolinguistic interpretation. As the analysis shows, many of these modern neo-phraseological units are either created in a virtual communication space, or spread and gain popularity through Internet platforms in the form of memes. Since text Internet memes have not yet been studied in terms of their phraseologization, we consider this area of research relevant. The paper uses a descriptive method, as well as methods of semantic and contextual analysis. The vast majority of memes and phraseological units are a reaction to events in socio-political and socio-cultural life; they represent current topics, which reflect stereotypes, mythologies of mass consciousness, values. The neology material analyzed here shows that quite often phrases-replicas are marked by certain stability and reproducibility; they are widespread due to the typicality of situations in which they can be used, and updated expressiveness. Despite the tendency to universalize the sphere of communication in the Ukrainian environment, there are lots of clichéd phrases related to Ukrainian characters and events.

Keywords: phraseological neo-logic, neo-phraseological unit, Internet meme, phraseologization, phrase replicas

Наукове вивчення української неофразеології в останні десятиліття привертає увагу щораз більшої кількості дослідників (див. праці Л. Пашинської, Л. Романюк, А. Смерчка, І. Глуховцевої, В. Мешкова, Д. Сизонова, Д. Харитонові та ін.), що спричинено потребою осмислювати мовні результати кардинальних змін у формах, інтенсивності, обсягах та форматах спілкування. Фразеологічний рівень мови відзначається великою динамікою розвитку і йому властиві активні процеси модифікації. Творення нових фразеологічних одиниць відбувається внаслідок дії внутрішньомовних і зовнішньомовних чинників. Як вважає Л. Пашинська, „поява нових понять, реалій і явищ, що потребують найменування, необхідність оновити старі вислови, які втратили колишню виразність, постійна потреба людей в образних висловах, що надають мові експресивності, – саме цими факторами зумовлюється безперервність процесу оновлення фразеології” [Пашинська 2018: 24]. До цього варто додати, що ще одним поштовхом до витворення чималого пласту неофразеології є розширення обсягів віртуального спілкування, яке має свої особливості, свою мову і стилістичні засоби. Клішовані фрази, що тиражуються у віртуальному просторі у формі різнотипних мемів активно

досліджуються в культурології, комунікативній лінгвістиці. Триває процес їх збирання та лексикографічної обробки: маємо на увазі новаторський словник *Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа (2017–2020)*, три випуски якого вже видані авторським колективом під керівництвом проф. Л. Шевченко. Вважаємо потрібним та актуальним розглянути цей пласт також із погляду фразеологічної неологіки.

У нашій розвідці маємо на меті простежити процеси творення українських неофразеологізмів, їх джерела, особливості фразеологізації; виявити різні семантичні групи фразеологічної неологіки, дати їх стилістичну і соціолінгвістичну інтерпретацію. У роботі використовуємо описовий метод, а також методи семантичного та контекстного аналізу. Неофразеологізмами, слідом за В. Мокієнком, вважаємо не зареєстровані тлумачними словниками сучасних літературних мов стійкі словесні експресивні звороти, які або створені заново, або актуалізовані в нових соціальних умовах, або утворилися внаслідок трансформації відомих раніше паремій, крилатих слів і фразем, а також сполучення, запозичені з інших мов [Мокиєнко 2002: 66]. Підтримуємо пропозицію О. Ганапольської розрізняти фразеологічні неологізми (фраземи, позначені новизною як форми, так і семантики) і фразеологічні інновації (фраземи, позначені новизною семантики) [Ганапольская 2010: 187].

Сучасні неофразеологізми досить часто або творяться у віртуальному комунікаційному просторі, або набувають поширення завдяки йому. При цьому спостерігаємо двобічні процеси переходу клішованих висловів – з віртуалу в реальне спілкування та навпаки. Пласт мовотворчості, пов'язаний із інтернет-комунікаціями, дослідниця Ж. Денисюк називає *постфольклором*. Специфіка інтернет-комунікації, вважає науковиця, породжує нові ігрові принципи й форми в спілкуванні, які формують окремі текстові жанри та такі, що базуються на полімодальній комунікації. Чи не головну роль відіграє лінгвістична гра, породжуючи нові неочікувані смисли, комізм та каламбури, відсилання до відомих культурних реплікацій, творів, персонажів, фразеологізмів, крилатих висловів, прецедентних феноменів, що відомі членам певної соціокультурної спільноти [Денисюк 2017: 7].

Одним із важливих понять інтернет-комунікації є мему, які можуть мати різну, в тому числі й текстову, форму. Мем – це лаконічна змістовна фраза, яка має гумористичний відтінок, зрозумілий та близький для певної групи людей. Для мемів характерне, як і для фразеологізмів, поєднання емоційності, парадоксальності, новизни; у текстових мемах присутні гра слів, оксюмори, метафори. З погляду структурної організації вирізняють мему-слова, мему-словосполучення, фразові мему.

Дослідник С. Чемеркін вважає, що мему швидко з'являються і недовго живуть, оскільки є результатом мовної моди. Проте, якщо слово, словосполучення чи речення з Інтернету запам'ятається і закріпиться в лінгвокультурній

свідомості етносу, то воно, без сумніву, знайде своє місце у фразеологічному словникові чи у словнику перифраз [Чемеркін 2015: 116] Отже, власне „тривалість життя” відрізняє текстовий мем від фразеологізму, який вкорінений у мовленні, використовується поза первісним контекстом, розвиває своє значення, входить у системні відношення з іншими мовними одиницями. Погоджуємося з думкою дослідниці Г. Джинджолії про те, що короткострокову або довгострокову долю нових фразеологізмів визначають різні фактори прагматичного, когнітивного і семантичного характеру. Важливі умови для їх адаптації – стійкість, регулярна відтворюваність у різних текстах, перекладу значення та ін. [Джинджолія 2020: 117]. Беручи до уваги це спостереження, в цій розвідці аналізуємо лише клішовані тексти-довгожителі, які фіксуємо в різних контекстах, безвідносних до вихідного; беремо до уваги значення, стилістичне забарвлення та сферу використання фразем. Контексти, в яких використані неофразеологізми, дібрані з різних інтернет-джерел: соціальних мереж, сайтів, форумів, електронних ЗМІ за допомогою пошукових сервісів.

Творцями чималої кількості популярних текстових мемів, що вийшли за межі віртуального спілкування, є *Телебачення Торонто*, зокрема їх щотижневе гумористично-аналітичне шоу #@)??\$0 (*Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль*):

Люди бідкаються, а влада розводить руками. Використовують з метою висміювання клішованого мовлення журналістів та традиційної неефективності влади. Зворот іронічного характеру утворено шляхом контамінації двох нейтральних стійких висловів, а тому можемо віднести його до фразеологічних інновацій (напр., *Як сміявся Майкл Шур: люди бідкаються, влада розводить руками* /Фейсбук/; *А поки люди бідкаються, а влада розводить руками (с) у школах діти одягають світловідбиваючі жилети* /Фейсбук/).

Але є одне „але” – назва циклу телепередач *Телебачення Торонто*, скорочено АСОА. Означає ‘не все так просто, як видається на перший погляд’, використовується для акцентування уваги на інших аспектах аналізованих тем (напр., *Володимир Зеленський отримав всю владу в країні. Але є одне „але”* /Радіо Свобода/).

А що, так можна було? – фраза з відомого анекдоту, виражає здивування з приводу того, що хтось порушив непорушні до цього часу правила (напр., *А що так можна було? Як це коаліція не потрібна?* /Unian/; *А що так можна було?: як архітектори поєднали минуле із сучасним на Жилианській* /Обозреватель/).

(...) нездорової людини – фрагмент фрази-підпису до зображень легень курця та здорової людини. Вживають іронічно стосовно будь-яких суттєвих відхилень (*Редколегія: СБУ нездорової людини* /skrupin.ua/; *Поїхав дах! Лука нездорової людини* /Om.ua/).

Інтернет-меми не завжди відповідають літературній нормі; завдяки своїй емоційності, грі слів, парадоксальності стають живим елементом розмовної мови. С. Чемеркін, аналізуючи мовні особливості інтернет-дискурсу, а саме текстових мемів відзначає: „Українська мова, якою послуговуються в Інтернеті, має низку диференційних ознак поряд із літературним стандартом – зокрема високий рівень розмовності, жаргонності (зростання кількості обценної лексики) та частотне використання засобів креолізації (тобто перемежовування тексту елементами інших семіотичних систем) тощо” [Чемеркін 2015: 113]. Це спостереження підтверджує також і наш матеріал:

Нім – це діалектне слово, що означає заперечення, набуло популярності після випуску програми #@)€?\$/0, у якій показали сюжет про конфлікт у чернігівському троллейбусі. Використовується як експресивний синонім до слова „ні” (напр., *Тут міг би бути мем про 3-тє вересня, але нім* /Твітер/; *Після того, як 20 червня Портнова призначили проффесором КНУ ім. Шевченка, студенти розпочали протест „Нім Портнову!”* /Енциклопедія Драматика/).

Йой, най буде! – фраза з креолізованого інтернет-мему, у вихідній версії якого такий діалог між котиками: – *Цукєрочок чоколядних зважте. – Кіко? – 100 г. – Вийшло 450. – Йой, най буде.* Іронія спрямована на лояльність українців до порушень їх прав, та й загалом толерування порушень норм. Іноді використовується як репліка згоди (напр., „**Йой, най буде**”, – *думає чиновник, підписуючи акт виконаних робіт на пандус біля ЦНАПу з нахилом у 30% (при нормі до 8%)* /Доступно.UA/).

Срака-байрака! – вигук сильного здивування (напр., *Він тонко натякав, що краще „покидати свої і традиції, і порядок”, бо „у посольстві ЄС тааааке бабло крутиться”*, що **срака-байрака** /STV/).

Вночі, зухвало, топором – мем іноді пов’язують із кадром з фільму „Сяйво”, на якому герой Джека Ніколсона в сказі ламає двері сокирою. Використовують для надання підкресленої експресивності розповіді, іноді з іронічним підтекстом (напр., *Життя складне і безжальне. Лунає фінальний псалом! Все скінчиться банально: **Вночі. Зухвало. Топором*** /Телебачення Торонто/; *Рішення приймалося „вночі зухвало топором”*. Рожкова припустила, що приводом для догани стало її та Сологуба спілкування зі ЗМІ /Гордон.ua/).

Тенденцію до універсалізації віртуального комунікативного простору ілюструють різного типу запозичені стійкі конструкції – перекладені, скальковані, комбіновані. Це можуть бути як відтворювані елементи креолізованих мемів, так і стилістично нейтральні термінологічні фразеологізми (типу *глибинна держава*):

Ми в Україні не говоримо... (англ. *in Ukraine we don't say*) – мем іронічно висвітлює ментальні особливості різних народів, а в шаблон можуть вмонтуватися широко відомі фразеологізми, цитати та ін. (напр., *In Ukraine girls don't say „sex was bad”, we say „чому розплетена коса, а на очах бринить*

сльоза?” – *and I think that's beautiful; In Ukraine we don't say „I'm full”, we say „ох нажерся, як свиня” – and I think that's beautiful /maximum.fm/).*

Окей, Гугле... – одна з команд голосового пошуку, використовують з іронією щодо прагнення сучасного користувача Інтернету до швидких результатів (напр., *Нема жодного посібника про те, як говорити про закони. Окей, Гугле, виправимо /Економічна правда/; Окей, Гугле, як управляти країною? Не, курси – це довго... О, відео на ютубі... 15 хв. Нормально /Радіо Maximum/).*

Не можна просто так взяти і... (англ. *One does not simply...*) – фраза Борроміра з фільму *Володар пернів*, в якому герой сказав: *Не можна просто так взяти і зайти до Мордора*. Інтернет-користувачі продовжують цю фразу кожен по-своєму (напр., *Не можна просто так взяти і перестати дивитись серіал; Не можна просто так взяти і створити коаліцію у Верховній Раді; Не можна просто так взяти і не стати мемом /Експрес/; 5-го листопада в Києві відбудеться серйозна дискусія про мему „Не можна просто так взяти і зробити дискусію про мему” /Фонд „Відродження”/).*

Зробити чийсь день (англ. *to take somebody's day*) – означає вразити, здивувати (напр., *Цей мем зробив мій день /Фейсбук/).*

Це відчуття, коли... (англ. *that feeling when*) – фрази-коментарі до картинок з виразною мімікою (напр., *Я, коли побачив суперанонсоване новорічне вітання Зеленського; Це відчуття, коли завтра ЗНО; Це відчуття, коли сьогодні п'ятниця /Фейсбук/).*

Десь заплакав (-ла) один (одна)... – іронічний коментар до новин, які є неприємними для когось (напр., *У день, коли не дай боже липа всохне, десь заплаче один Тичина, і ми разом з ним /Фейсбук/; Десь тихенько заплакала одна Росія, бо поставки її вугілля в Німеччину стрімко падають /Фейсбук/; І в цей час десь заплакала одна Тимошенко? /Фейсбук/).*

Щось пішло не так (рос. *Что-то пошло не так...*) – фраза-мем найчастіше супроводжує кумедні фото та картинки, іронічне обігрування невдач (напр., *Викладачі почали давати питання на іспити... Схоже, щось пішло не так /Фейсбук/; „Щось пішло не так у цій естафеті”, – Дар'я Блашко про пропуск спринту та виступ в естафеті /Суспільне/).*

Карл!!!/Василь!!! – креолізований мем пов'язаний із героєм серіалу *Ходячі мерці* Використовують для емоційного акцентування уваги на якихсь фактах (*Їх було 30... тридцять, Карл!!!! /yabl.ua/; Я в дитинстві знаходив палку і бив кропиву. Палку, Василь!!! І мені було весело /konivjab.net/).*

Ти просиш... але робиш це без поваги – цитата з фільму „Хрещений батько” (*Ти приходиш в KFC і просиш кави. Але робиш це без поваги... /RAU.ua/; Ти пропонуєш мені акцію, але робиш це без поваги! /Medium.ua/).*

Тим часом у X (англ. *Meanwhile in X*) – вислови, що супроводжують картинку- ілюстрації відомих стереотипів про різні країни, народи (напр., *А тим часом у Черкасах... Спасибі, черкащани, ви чудові /Фейсбук/).*

Капітан Очевидність, Капітан Вочевидячки, Кеп, КО, Курінний Очевидько, Козак Очевидник, Козак Оковидець, Козак Самовидець, Козак Власні Очі, Козак Оковид, Отаман Самовидець (англ. *Captain Obvious*) – загальнолюдський мем, позначає особу, яка розповідає про відомі всім факти (напр., *До „Слуг” навідався Капітан Очевидність. Виявляється, просто бути „новим обличчям” для Кабміну недостатньо /Texty.ua/; Де ти, Капітан Очевидність? Український політикум гостро потребує такого Капітана /Pravda.com.ua/*).

Зупиніть землю – я зйду! (англ. *Stop the world – I want to get off*) – цією фразою супроводжують картинки з зображенням чогось потворного, неприйняттого. В інших контекстах може супроводжувати новини про життя на інших планетах та виражати значення ‘бажання перервати якусь діяльність’ (напр., *Зупиніть Землю, я зйду. На цьому тижні NASA розповіло про можливість зародження життя як мінімум у двох місцях Сонячної системи, крім Землі /NV.ua/; „Зупиніть землю, я зйду” – сказала б добра частина мандрівників, але ми все їхали і їхали /livejournal.com/*).

Як тобі таке, Ілон Маску? (рос. *Как тебе такое, Илон Маск?*) – мем народився в Росії як реакція на недолугі спроби копіювати технічні досягнення Заходу, фраза супроводжує зображення „дивних” винаходів (напр., *Як тобі таке, Ілон Маск: шукати антибіотики приладом для визначення солі? /Фейсбук/; Як тобі Зе-команда, Ілон Маск? /5 канал/*).

День бабака (англ. *Groundhog Day*) – означає низку одних і тих же подій, що повторюються кожен день. Вислів набув поширення після виходу на екрани комедії *День бабака* (1993 р.) (напр., *Так, часом бувають періоди, що нагадують день бабака, але це минає так швидко, що починаєш сумувати за такими днями /yur-gazeta.com/*).

Глибинна держава (англ. *Deep state*) – конспірологічний термін, що означає скоординовану групу державних службовців, які впливають на державну політику, незважаючи на демократично обране керівництво (напр., *Мета існування глибинної держави – це перш за все, корупція і збереження статус-кво за всяку ціну /День/; Сергій Дацюк розпочав розмову про глибинну державу в Україні, відштовхуючись від американського досвіду й виводячи явище з президентства Л. Кучми /Фейсбук/*).

Військовий конфлікт з Росією, інформаційна війна, які тривають вже більше семи років, спричинилися до появи мемів, процес фразеологізації яких триває сьогодні. Джерелом виникнення багатьох з них є ЗМІ Росії, які генерують велику кількість фейкових повідомлень, які внаслідок своєї очевидної неправдивості стають мемами та використовуються українцями з метою висміювання російської пропаганди:

Візитка Яроша. З сюжету російського телеканалу *LifeNews*, який знайшов „доказ” присутності *Правого сектору* на місці перестрілки у Слов’ян-

ську – візитку Д. Яроша, тодішнього лідера організації; використовується з іронією (напр., *На звороті Женевських угод знайшли візитку Яроша; Вулицями захопленого міста йшли кілька тисяч молодчиків з кулеметами і візитками Яроша* /Фейсбук/).

Іх там нет, іхтамнети – російськомовний мем та неологізм, що виник через заперечення Росією своєї військової присутності в агресивних гібридних війнах проти окремих країн (напр., *Фразу Путіна „Іх там нет” одразу підхопили користувачі соцмереж. З’явилося нове слово – „іхтамнети”, яким почали називати російських найманців на Донбасі* /Фейсбук/).

Адіннарот, мишебратья (транскрибоване рос. „Один народ”, „Мы же братья”) – лексикалізовані словосполучення позначають ідеологеми путінської Росії щодо історичних коренів українців та росіян; інколи вживають у значенні ‘прихильники цих ідей’ (напр., *А весь цей контент, він же впливає на мізки – і прикрашаючи совок, і граючи на темі „адіннарот”, мовляв, он як чудово жили.../Фейсбук/; Ніщо так не піднімає настрою, як московські телешоу. Інколи я знаходжу їх в записі і дивлюся по діагоналі, що там мелють наші убогі мишебратья* /Збруч.ua/).

За поребріком, запорєбріки – у значенні ‘Росія, росіяни’. Слово „поребрік” (укр., бордюр, бортовий камінь, що обмежує тротуар) використовували російські бойовики, які захоплювали Краматорськ, вказуючи, куди треба відійти мирним жителям міста (напр., *Розказав стерх, що за поребріком страшне коїться. Що розплодилися навколо Запорєбріка геї люті* /Livejournal.com/; *Жили-були собі у Запорєбріку, Льолік і Болік* /Livejournal.com/).

Не все так однозначно/просто (рос. *не всё так однозначно*) – фраза з відеосюжету з аферисткою М. Ципко, яка знімалася в російських пропагандистських відео то як одеситка, то як мешканка Криму, і стала елементом великої кількості мемів. Використовується для іронізування над прихильниками конспірологічних теорій (напр., *Шапочка з фольги, дивакуватий вигляд, бліде обличчя і купа історій про „не все так просто” – сучасний любитель конспірологічних теорій вже давно не такий* /Pravda.com.ua/; *Злетіти дорого, або чому з Ryanair в Україні „не все так однозначно”?* /Radiosvoboda.org/).

Поїзди дружби – фраза І. Мосійчука, яку російські пропагандисти використали для створення відчуття небезпеки в мешканців Криму та Донбасу в 2014 році із значенням ‘ешелони бандерівців-головорізів’. Використовується із первинним значенням (напр., *„Поїзд дружби”: на Черкащині приїдуть школярі із Херсонщини* /ck-oda.gov.ua/; *Між заходом та сходом курсуватиме „Поїзд дружби”* /Zik/).

Розіп’ятий хлопчик – фраза з телесюжету на російському „Першому каналі”, в якому йшлося про страту маленького сина і дружини „ополченця”. Використовується із значенням ‘фейкова історія’ (напр., *У новому випуску говоримо про „розіп’ятого хлопчика 2019” – фейкову історію про зникнення*

італійського журналіста на підконтрольній Україні території /Фейсбук/; Російське ТБ визнало, що „розп'ятий хлопчик” був фейком /Youtube/).

Знімають з поїзда і відправляють у Нацгвардію. Повідомлення російських ЗМІ, що українців знімають із поїздів і автобусів та відправляють у Нацгвардію, спричинило появу нового мема: *Не катайся на тролейбусі – в Нацгвардію знімуть* /dspace.nbuv.gov.ua/); *Усі, кого не знімуть в Нацгвардію, будуть дивитися на розп'ятого хлопчика* /dspace.nbuv.gov.ua/).

Варто відзначити, що деякі фрази в результаті процесів метонімізації набувають нових значень, розвивають і розширюють своє семантичне поле (напр., *за поребріком* – ‘у Росії’, *іхтамнет*, *адіннарот*, *мишебратья* – ‘росіяни’, ‘прихильники російських наративів’), що підтверджує їх поступову фразеологізацію. Відносимо їх до фразеологічних неологізмів, адже в клішованій формі вони до цього часу не існували, а отже, відзначаються новизною і форми, і значення.

Традиційно неофраземіка поповнюється за рахунок висловів відомих політиків, культурних та інших діячів, які стають популярними як у віртуальній комунікації (стають інтернет-мемами), так і в інших формах спілкування. Свій внесок в поповнення переліку українських крилатих висловів внесли всі Президенти України, а також інші публічні особи:

Маємо те, що маємо (Л. Кравчук, перший Президент України) – вживається як характеристика невтішної ситуації (напр., *Маємо те, що маємо: Голова Верховної Ради визнає, що грошей для фінансування медицини в бюджеті-2021 виділено недостатньо* /1+1/).

Ніщо не зупинить ідею, час якої настав. Цитата С. Бандери – одного з символів українського націоналістичного руху (напр., *Ніщо не зупинить розпродажі, час яких настав. Навіть пандемія* /Всраті мему/; *Марш УПА: Які політтехнології потрібні ідеї, час якої настав?* /commons.com.ua/).

Україна – не Росія. Назва книги Л. Кучми, другого Президента України, вживається в прямому значенні, але не як назва книжки (напр., *Як „Україна – не Росія”, так і „Білорусь – не Україна”* /Укрінформ/; *Україна не Росія – тисячолітня війна Московії з Руссю* /Youtube/).

Досить часто крилаті вислови в процесі фразеологізації набувають виразного стилістичного забарвлення – розмовного, просторічного, лайливого, іронічного – або навпаки позбуваються його:

Впихнути невпихуєме (І. Плющ, Голова Верховної Ради в 90-х рр.) – мати намір зробити щось неможливе (напр., *В силу того, що розвантажити мене нема кому, на приємності часу залишається мінімум. Неможливо впихнути невпихуєме* /Інтернет-форум/; *Кремль спробував впихнути те, що не впихується – Навального до Криму* /Обозреватель/).

Ці руки нічого не крали (В. Ющенко, на той момент кандидат в Президенти України) – уживають із іронічним підтекстом для позначення прямо

протилежного за змістом (напр., **Ці руки нічого не крали**: мер Миколаєва присягнув на Біблії перед виборцями /Високий замок/; **Ці руки нічого не крали**: як в Раді махлюють документами президента і не тільки /Правда.ua/).

Астанавітєсь! – цитата з відеозвернення В. Януковича після його втечі до Росії; іронічно про істеричну і перелякану реакцію на події (напр., **Ця фраза універсальна. Не встигаєш на маршрутку? АСТАНАВІТЄСЬ!!!**, на лекції викладач дуже швидко диктує? **АСТАНАВІТЄСЬ!!** /Вконтакті/).

Розвести, як котят (М. Чечетов, депутат 6-7-го скликань Верховної Ради) – вкрай цинічно обдурити; відсилання до відомого анекдоту, в якому обігрується омонімія дієслова „розводити” (напр., „**Розвели як котят**”, або операція по збереженню Вовка в „найкращих” традиціях українського Парламенту /Фейсбук/).

Я тебе помножу на нуль (рос. *Я тебя умножу на ноль*) (Г. Кернес, мер Харкова) – жаргонне, вислів словесної агресії, погроза зіпсувати репутацію (напр., **Я ніколи не був толстовцем: коли тебе б'ють по одній щоці, підставляй другу. І коли люди намагаються в „Зорі” мене помножити на нуль** /Футбол.ua/). Очевидно, жаргонний фразеологізм **помножити на нуль** побутував раніше, після відомого відеосюжету з Г. Кернесом перейшов у розряд загальноживаних фразем.

Батя, я стараюсь – цитата з розповіді Л. Янукович про привітання з Днем народження її чоловіка. Вживається як іронічне запевнення в старанності (напр., **Батя, я стараюсь**, – депутат Беленюк про те, як встигає поєднувати спорт і політику /24 tv/; **Батя, я стараюсь** – каже МОЗ тяжко хворим пацієнтам, які можуть лишитися без життєво важливих ліків уже наступного місяця /Фейсбук/).

Інтернет-фольклор став частиною агітаційного інструментарію та чорно-білого піару. Особливо інтенсивно політична мемомтворчість розвивається в періоди виборів. Через висміювання в інтернет-мемах зменшують значущість постаті того чи того політика, обігрують в негативному контексті політичні лозунги, інколи такі стійкі фрази вживаються з іронією, набувають протилежного значення:

Міст втомився – так мер Києва В. Кличко прокоментував причини руйнування одного з мостів. Тепер цей вислів використовують для іронічного називання інших подібних ексцесів (напр., **Шулявський міст „втомився”**, як і рейтинги Кличка /24tv/; **„Втомлені” ліхтарі демонтували** /Голос України/).

Бізнес/гроші на крові – фраза виникла в перші роки війни з Росією стосовно бізнес-контактів з країною-агресором (напр., **Прибуткові бронемашини Пашинського, або сумнозвісний „бізнес на крові” оточення Порошенка** /Unian.ua/; **Гроші на крові: брудний бізнес бойовиків на Донбасі** /ISTV.ua/).

Взнала, що... переписала хату на kota – інтернет-мем набув поширення після резонансного розміщення білбордів у Кам'янському (тоді ще Дніпро-

дзержинську), де висміювали тему голосування за Партію регіонів, з часом почав використовуватися для інших ситуацій (напр., **Взнала, що внук голосував за „регіони”**, **переписала хату на kota** /Цензорнет/; **Взнала, що Донецьк перейшов на російську, навчила kota розмовляти українською** /Цензорнет/).

Зрада чи перемога, ганебна зрадоперемога, міністерство зради – один з наймасовіших мемів, що з’явився після Євромайдану. Використовують для висміювання перебільшених переживань щодо незначних подій (напр., *Психолог, бізнес-консультант Олег Хомяк припускає, що така полярна позиція щодо подій, які виникають у політичному житті, кидання з крайнощів у крайнощі, крики „Зрада” і „Перемога” – це прояв інфантильності суспільства* /газета „Факти”/; *Зрадоперемога телеграфує – зрада минулого тижня виправлена, Театр на Подолі скасував скандальну закупівлю послуг білетного оператора* /prozorro.gov.ua/).

У переважній більшості творення мемів та фразеологізмів є реакцією на події суспільно-політичного і соціокультурного життя, вони репрезентують актуальні теми, в яких знаходять відображення стереотипи, міфологеми масової свідомості, ціннісні орієнтири. Більшість із них є фразеологічними неологізмами, тобто поєднують новизну форми та змісту. Ми свідомо брали до уваги лише ті текстові меми, які отримали самостійне життя і використовуються як універсальні, не пов’язані з вихідним контекстом. Наприклад, поза нашим аналізом чимала кількість відомих клішованих фраз: *куля в лоб; тяжкий тупий предмет; підтримувати страусів; мама любить швидкість; наколоті апельсини; вона працює; собача будка; стадіон; так стадіон; кінець епохи бідності; зробимо їх разом; сивочолий гетьман*; які, як показує аналіз, не розвинули абстрактного значення і використовуються лише у вихідному контексті. У процесі фразеологізації деякі вислови набувають виразного стилістичного забарвлення – розмовного, просторічного, лайливого, іронічного – або навпаки позбуваються його (напр., *розіп’ятий хлопчик; ці руки нічого не крали*). Внаслідок процесів метонімізації неофразеологізми можуть розвивати переносні значення (напр., *за порєбріком; їх там нет*).

Дібраний матеріал показує, що досить часто певною стійкістю та відтворюваністю відзначаються фрази-репліки. Їх фразеологізація спричинена не лише „вірусністю” мемів, у контексті яких вони виникли, але й емоційністю, іронічністю, влучністю, а також типовістю ситуації, в якій таку репліку використовують, і власне ця типовість є запорукою вкорінення фразеореплік та їх подальшої фразеологізації (напр., *Нім!; Йой, най буде; Як тобі таке, Глоне Маску?; Батя, я стараюсь; Астанавітєсь!* та ін.). Особливу популярність клішованих фраз в процесі комунікації відзначає В. Калько, підкреслюючи, що „...на це значною мірою впливає чинник прагматичної маркованості: їхня природна здатність до реалізації відповідних мовленнєвих актів” [Калько 2020: 37]. Фразеорепліки, як і інші популярні клішовані фрази, стають еле-

ментом масової культури через їх розміщення на так званих „мерчах” – речах із впізнаваними написами.

Попри тенденцію до універсалізації сфери комунікації в українському середовищі функціонує чимала кількість клішованих фраз, що пов’язані з українськими персонажами та подіями. Кліше з російськомовного простору здебільшого набувають протилежного саркастичного значення та фразеологізуються власне в українському контексті. На наш погляд, це свідчить, що процес розриву з російським інфопростором триває, підтвердженням чого є також переважання в складі запозичених фразеологізмів англomовного, а не російськомовного походження.

Список використаної літератури

- Гананольская Е.В., *Неология во фразеологии*, [в:] „Общество. Коммуникация. Образование”, 2010, вып. 2 (111), с. 183–189.
- Денисюк Ж., *Постфольклор інтернет-комунікації в аксіологічному вимірі*, Київ: НАКККіМ, 2017.
- Джинджолия Г., *Идиомы в дискурсе*, [в:] „Лінгвістика. Лінгвокультурологія”, 2020, № 15, с. 112–129.
- Калько В., *Українські паремії як мовленнєві акти*, [w:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2020, z. VIII/2, s. 33–44.
- Мешков В., *Стабілізовані й неологічні фразеологізми в українській політичній блогосфері*, [w:] „Ucrainica X. Souasná Ukrajínistika”, 2020, s. 146–150.
- Мокиєнко В.М., *Проблеми європейської фразеологічної неології*, [w:] „Słowo. Tekst. Czas”. Materiały VI Międzynarodowej Konferencji Naukowej, red. M. Aleksiejenko, W. Mokijenko, H. Walter, Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, 2002, s. 63–79.
- Пашинська Л.М., *Основні напрями дослідження неофраземіки*, [в:] „Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету”, серія: Філологічні науки, 2018, вип. XV, с. 24–30.
- Чемеркін С., *Інтернет-мем – що це?*, [в:] „Культура слова”, 2015, вип. 82, с. 113–116.

Spysok vykorystanoi literatury [References]

- Ganapol'skaya E.V., *Neologiya vo frazeologii [Neology in Phraseology]*, [v:] „Obshhestvo. Kommunikaciya. Obrazovanie”, 2010, vyp. 2 (111), s. 183–189.
- Denyshuk Zh., *Postfolklor internet-komunikatsii v aksiolohichnomu vymiri [Postfolklore of Internet communication in the axiological dimension]*, Kyiv: NAKKKiM, 2017.

- Dzhindzholiya G., *Idiomy v diskurse [Idioms in discourse]*, [v:] „Linhvistyka. Linhvokulturolohiia”, 2020, nr 15, s. 112–129.
- Kalko V., *Ukrainski paremii yak movlenniivi akty [Ukrainian paremias as speech acts]*, [w:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2020, z. VIII/2, s. 33–44.
- Mieshkov V., *Stabilizovani y neolohichni frazeolohizmy v ukrainskii politychnii blohosferi [Stabilized and neological phraseology in the Ukrainian political blogosphere]*, [v:] „Ucrainica X. Současna Ukrajinistika”, 2020, s. 146–150.
- Mokienko V.M., *Problemy evropejskoj frazeologicheskoi neologii [Problems of European phraseological neology]*, [w:] „Słowo. Tekst. Czas”. Materiały VI Międzynarodowej Konferencji Naukowej, red. M. Aleksiejenko, W. Mokijenko, H. Walter, Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, 2002, s. 63–79.
- Pashynska L.M., *Osnovni napriamy doslidzhennia neofrazemiky [The main directions of research of neophrasemics]*, [v:] „Naukovi zapysky Berdianskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu”, seria: Filolohichni nauky, 2018, vyp. XV, s. 24–30.
- Chemerkina S., *Internet-mem – shcho tse? [Internet meme – what is it?]*, [v:] „Kultura slova”, 2015, vyp. 82, s. 113–116.