

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНТИЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ У ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКИХ МАСМЕДІА

PHRASEOLOGISMS OF ANCIENT ORIGIN: REGULARITIES OF USE IN UKRAINIAN MASS MEDIA TEXTS

Лакомська І.В.,

orcid.org/0000-0001-5482-4337

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української мови та мовної підготовки іноземців

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

У статті розглянуто особливості античних фразеологічних одиниць, що містять у своєму складі оніми, зокрема міфоніми. Проаналізовано низку наукових праць і видань, а також опрацьовано значний масив медіатекстів, насамперед у межах українських газет, інформаційних агентств, періодичних інтернет-видань. Проведений нами аналіз ФО засвідчив розмаїття медійного онімного простору та гетерогенну семантичну структуру його ономастикону. Аналіз прикладів з текстів масмедіа ілюструє осмислення сучасних реалій крізь призму минулого досвіду – міфічних сюжетів, які є культурною пам'яттю соціуму. Це зумовлює те, що міфоніми апелюють до вихідних контекстів, тобто античних міфів, що актуалізують своє значення в сучасних інформаційних повідомленнях.

З'ясовано, що міфонім є одним із засобів здійснення впливу, тому фразеологізми з таким компонентом завжди привертають увагу читача та швидко запам'ятовуються. Встановлено, що ці одиниці набувають оцінного характеру, обумовленого конкретними міфологічними, літературними сюжетами, історичними подіями, і, таким чином, у фразеологічному контексті античні імена є носіями позитивно- або негативно-оцінної семантики. За нашими спостереженнями у мові сучасних масмедіа переважає використання фразем з негативно-оцінною семантикою, що зумовлено зовнішніми суспільно-політичними факторами, які висвітлює сучасний воєнний інфопростір.

У дослідженні також виявлено частиномовну приналежність складників відповідних фразем: такі одиниці виражаються іменниками і найчастіше присвійними прикметниками. Визначено структурні особливості фразем античного походження: «іменник + іменник» або «прикметник + іменник», де останні переважають за частотністю вживання у медійних текстах.

Простежено, що використання фразеологічних одиниць з міфонімом у медійних заголовках має потужний ефект, оскільки крім національно-маркованих елементів, ці фразеологізми містять ментальні орієнтири, що активізують свідомі й позасвідомі глибинні сенси.

Ключові слова: медіа, фразеологія, античні фразеологізми, власні назви, міфоніми.

The article examines the features of ancient phraseological units containing onymes, in particular mythonyms. A number of scientific works and publications have been analyzed, as well as a significant array of media texts, primarily within Ukrainian newspapers, news agencies, and Internet periodicals, has been processed.

Our analysis of the FU has shown the diversity of the media onyme space and the heterogeneous semantic structure of its onomasticon. The analysis of examples from mass media texts illustrates the understanding of modern realities through the prism of past experience - mythical plots, which are the cultural memory of society. This causes mythonyms to appeal to the original contexts, that is, ancient myths, which actualize their meaning in modern information messages.

It has been found that a mythonym is one of the means of exerting influence, therefore phraseologisms with such a component always attract the reader's attention and are quickly remembered. It has been established that these units acquire an evaluative character, due to specific mythological, literary plots, historical events, and, thus, in the phraseological context, ancient names are carriers of positive or negative evaluative semantics. According to our observations, in the language of modern mass media, the use of phrases with negative evaluative semantics prevails, which is due to external socio-political factors that are highlighted by the modern military information space.

The study also revealed the partial linguistic affiliation of mythonyms in the composition of phrases: such units are expressed by nouns and most often by possessive adjectives. The structural features of phrases of ancient origin have been determined: "noun + noun" or "adjective + noun", where the last prevail in frequency of use in media texts.

It has been observed that the use of phraseological units with a mythonym in media headlines has a powerful effect, since in addition to nationally marked elements, these phraseological units contain mental landmarks that activate conscious and unconscious deep meanings.

Key words: media, phraseology, ancient phraseologisms, proper names, mythonyms.

Постановка проблеми. Фразеологізми в медіа є одними з найяскравіших і найефективніших лексичних одиниць, мета яких – емоційний вплив на реципієнта. Використання фразеологічних одиниць (далі ФО) в інформаційному просторі

зумовлюється їхніми різновекторними характеристиками. Національно-культурна специфіка фразем виявляється у їхньому значенні, структурі, лексичному складі, особливостях функціонування. На думку Н. Венжинович, у кожному

ключовому слові прихований код відповідної культури, який має відповідні мовні засоби вираження образу фразеологізму кожним етносом [1, с. 70], що пояснює й потужні лінгвоментальні властивості цих одиниць.

Оскільки фразеологізм є специфічною виразною мовною одиницею, яка надає додаткової емоційності медіатекстам, вивчення закономірностей функціонування фразеологічних одиниць як впливових маркерів у мові медіа є сучасним напрямом мовознавчих розвідок (див. праці В. Дроботенко, А. Романченко, І. Лакомської, Д. Сизонова, Л. Шевченко). Цю думку підтверджують й такі українські вчені, як Т. Видайчук, Т. Плеанова, О. Грищенко, які зазначають, що «однією з найактуальніших проблем у лінгвістичних дослідженнях є вивчення фразеологічних одиниць, особливо тих, що часто вживаються в сучасному масмедійному дискурсі» [2, с. 34].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Як і О. Селіванова, під фразеологізмом розуміємо «у широкому розумінні стійкі, постійно відтворювані словосполучки або висловлення, які є мовними знаками, репрезентантами культури етносу і характеризуються образністю й експресивністю» [3, с. 249]. Нашу увагу привернули особливості функціонування фразем античного походження з компонентом-міфоантропонімом у мові засобів масової інформації. Проведений аналіз дозволив виявити велику кількість фразеологізмів із власними іменами, джерелом яких є антична міфологія. Значний шар фразеології сучасної української мови становлять фразеологічні одиниці, що містять у складі власні назви, зокрема власні назви античного походження. Як зазначають дослідники, «фразеологічні мовні засоби давньогрецького походження уже протягом століть укорінюються у свідомості українського мовця, синтезуючи у собі давньогрецький і рідний слов'янський світогляди» [4].

Фразеологізми античного походження були об'єктом вивчення багатьох лінгвістів. Зокрема, Н. Венжинович простежила особливості входження цих стійких одиниць у відповідні мови і культури [1]. Р. Луканинець і Н. Венжинович з'ясували лінгвокультурологічний аспект фразеологізмів Давньої Греції в українській мові і соціумі [4]. Діахронний аспект функціонування фразеологічних одиниць античного походження з компонентом-онімом в українській мові XVII ст. на матеріалі поетичних творів дослідив В. Денисюк [5; 6]. У своїх дослідженнях Ю. Карпенко розглянув міфологію як «поетичну зброю» [7, с. 93–94], В. Калінкін розробив семан-

тичну класифікацію власних назв у художньому тексті [8, с. 35].

На сьогодні науковці (І. Білоус, Д. Дергач, Д. Кашперська, І. Медвідь) активно вивчають функціонування онімів у засобах масової інформації. Серед ономастичних праць зазначимо монографію Д. Дергача «Стилістика онімів в українських мас-медіа» [9], де визначено й описано особливості власних назв стилю масової інформації в аспекті функціональної лінгвістики. Український дослідник наголошує, що «мас-медійна сфера як вербальний репрезентант мовної свідомості останнім часом зорієнтована на функціонування емоційно й експресивно забарвлених компонентів», серед яких зазначає і фразеологізми [9, с. 56–57]. Це пояснюється тим, що виражальні засоби фразеологізмів спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, а їхня форма та емоційно-експресивна виразність викликає емоційний відгук адресата, про що йдеться у наших попередніх розвідках [10].

Об'єктом дослідження стали тексти і заголовки українських масмедіа, **предметом** – семантика фразем античного походження та їхня структура.

Фактичним матеріалом є заголовки і тексти українських загальнонаціональних та регіональних медіа за останні 5 років (2021–2025 рр.).

Мета дослідження – розглянути особливості актуалізації античних фразеологічних одиниць, що містять власні назви. Для реалізації мети поставлено такі **завдання**: опрацювати і систематизувати тексти сучасних українськомовних масмедіа; висвітлити значення античних фразеологізмів з власними іменами та простежити конотативні значення; виявити морфологічну структуру фразеологічних одиниць та частиномовну приналежність міфонімів як складників цих висловів, простежити їхню динаміку.

У роботі використано описовий метод, мета якого дати точний і повний опис онімних одиниць, зокрема міфонімів; дискурс-аналіз, який дав змогу простежити вживання фразеологізмів в межах медійних текстів; метод кількісних підрахунків, що уможливив їхню систематизацію.

Виклад основного матеріалу. Проведений нами аналіз ФО засвідчив розмаїття медійного онімного простору та гетерогенну семантичну структуру його ономастикону. Аналіз прикладів з текстів масмедіа ілюструє осмислення сучасних реалій крізь призму минулого досвіду – міфічних сюжетів, які є культурною пам'яттю соціуму. Це зумовлює те, що міфоніми апелюють до вихід-

них контекстів, тобто античних міфів, що актуалізують своє значення в сучасних інформаційних повідомленнях.

У складі фразеологізмів оніми починають виконувати додаткову функцію, яка з часом стає домінуючою: власні імена не стільки номінують конкретну постать античної міфології, історії, скільки слугують носіями експресивно-змістових відтінків, розвиваючи різноманітні культурно-історичні конотації. Це пояснюється тим, що антична міфологія та історія репрезентують один з найдавніших етапів розвитку світової культури та історії. Водночас вони набувають оцінного характеру, обумовленого конкретними міфологічними, літературними сюжетами, історичними подіями, і, таким чином, у фразеологічному контексті античні імена є носіями позитивно- або негативно-оцінної семантики.

Наш матеріал налічує значну кількість заголовків із ФО, де наявні міфоніми. Зауважимо, що у статті розглядаємо фразеологізми, де компонент-міфонім має не тільки форму субстантива, але й присвійного прикметника. Отже, міфоніми у нашому дослідженні виражено такими лексемами: іменники – *Аріадна, Пандора, Гіменей, Герострат*; прикметники – *авгієві, ахіллесова, сізіфова, езонівська, піррова, дамоклів, гордіїв, прокрустове*.

За частиномовною приналежністю та виконуваною синтаксичною функцією фразеологізми з античними іменами належать до субстантивних. Їм властива узагальнено-предметна семантика, на ґрунті якої вони співвідносяться з іменниками, виконуючи в реченні «іменникові» синтаксичні функції. Фразеологічні звороти можуть мати таку структуру: «іменник + іменник»: *скриня Пандори, узи Гіменей* або «присвійний прикметник + іменник»: *ахіллесова п'ята, сізіфова праця*. Присвійні прикметники утворені від власних імен міфологічних персонажів та історичних осіб за допомогою суфіксів *-ів (-їв, -ов)* та *-ин (-їн)*.

Розглядаємо приклади за частотністю їхнього вживання у проаналізованих заголовках і текстах масмедіа:

а) іменник + іменник (34%):

ФО *скриня Пандори* означає «вмістилище зла, лиховісний дар» [12, с. 172]. За грецьким міфом, вирішивши покарати людей, яким Прометей приніс вогонь з неба, Зевс наказав богам створити прекрасну й красномовну, але хитру й підступну дівчину Пандору. Зевс одружив її з Прометеевим братом Епіметеєм і подарував їй скриню, де були замкнені всі людські пороки, нещастя та хвороби. Незважаючи на заборону, Пандора з ціка-

вості відчинила скриню й випустила на волю всі лиха, що їх донині терпить людство. На дні скрині лишилася сама надія. (Але на зображеннях цієї історії замість скрині часто фігурує ваза) [13]. Цей стійкий вираз ужито в таких заголовках: «*Скриня Пандори: холдинг державних медіа під час війни*» (<https://detector.media>, 24.03.2025); «*Трамп і скринька Пандори: як нові мита змінять світову торгівлю і як постраждає Україна*» (Європейська правда, 04.04.2025); «*Українська скринька Пандори. Як ми можемо стати "онлайн-народом" з громадянами двох сортів*» (<https://newsua.one>, 19.12.2024), де мова йде про новий закон про множинне громадянство, яким зможуть скористатися десятки чи навіть сотні мільйонів іноземців;

ФО *узи Гіменей* має значення «шлюбні зв'язки» [11, Т. 10, с. 407]: заголовок «*Узи Гіменей: столиця обіймає першість за кількістю шлюбів*» (<https://www.kashtan.news>, 13.08.2023); «*Чи ще потрібні коханням узи Гіменей? За останні 30 років українці стали одружуватися втричі менше*» (<https://ukr.radio>, 17.02.2021);

ФО *лаври Герострата* позначає «ганебну, сумну славу» [12, с. 86]: «*Схоже, Мазурашу "душать" лаври Герострата. Законопроект про «підвищення комфортності обслуговування населення», який пропонує позбавити українців права на обслуговування українською мовою у власній країні може придумати тільки поплічник ворога...*» (<https://ukrrain.com>, 04.04.2023); іноді апелятиви у складі стійкого вислову відповідно до контексту замінюють на інші слова, наприклад: «*Тактика Герострата*» (<https://day.kyiv.ua>, 11.11.2024);

ФО *нитка Аріадни*, книжн. Те, що дає правильний напрям, допомагає знайти правильний шлях за яких-небудь обставин [14, с. 549]: «*Тепер палеонтологи, очолювані Крістофером Торресом з Тихоокеанського університету в Стоктоні, можуть з більшою впевненістю стверджувати: Вегавіс іааї тісно пов'язана з сучасними качками і гусьми – її спорідненість, немов нитка Аріадни, пронизує мільйони років еволюції*» (<https://frontier.net.ua>, 06.02.2025); «*Atrabiliarios Doric Сальседо – це інсталяція того самого, переважно жіночого, взуття, обрамленого в рамку, яка обтягнута тваринним волокном та зашита медичним швом. Взуття – це свого роду нитка Аріадни, чи не єдиний спосіб заспокоїти привида, перевести його з категорії зниклого безвісти напівмерця-напівлюдини в остаточний стан загиблого*» (<https://zaborona.com>, 02.08.2022);

б) прикметник (відонімний ад'єктив) + іменник (66%):

ФО *авгієві стайні*. Щось дуже занедбане, повне безладдя, хаосу [14, с. 858]. Вперше згадуються старогрецьким істориком Діодором Сіцилійським (І ст. до н. е.), який викладає міф про Авгія – царя Еліди, сина бога сонця Геліоса. Авгій мав кілька тисяч голів худоби, стійла якої не чистилися протягом 30 років. Геракл, перепинивши течію річки Алфей, спрямував її на стайні, що були очищені в такий спосіб за один день. Це був сьомий подвиг Геракла. У переносному значенні вираз стали вживати ще античні письменники (Сенека, Лукіан та ін.), характеризуючи безладдя, запущені справи [13]. У мові ЗМІ це такі приклади: «Гендиректорка «Чернігова стародавнього» Наталія Реброва: «У Спасо-Преображенському соборі очищуємо *Авгієві стайні*» (<https://umoloda.kyiv.ua>, 15.06.2024); «Що чекає на «*Авгієві стайні*» у Малині: коментар мера про ремонт закинутого туалету у центрі» (<https://malyn.media>, 31.05.2024);

ФО *дамоклів меч* у значенні «небезпека або неприємність, що постійно загрожують кому-небудь» [12, с. 98]. За старогрецькою легендою, Дамокл, придворний сіракузького тирана Діонісія Старшого (432–367 до н. е.), позаздривши своєму володарю, назвав його найщасливішим з людей. Тоді Діонісій посадив задрісника на своє місце, повісивши над його головою на кінській волоссині гострий меч. Зляканому Дамоклові Діонісій пояснив, що цей меч є символом тих небезпек, яких володар зазнає постійно, незважаючи на, здавалося б, безтурботне життя [13]. У нашому матеріалі це такі приклади: «*"Дамоклів меч"*. Держава заборгувала пенсіонерам 66 млрд грн за рішенням судів» (<https://finance.liga.net>, 07.03.2024) або «*Дамоклів меч* завис над лісами Буковини» (<https://buknews.com.ua>, 10.09.2022);

ФО *ахіллесова п'ята* означає «вразливе, слабке місце. Згідно з грецьким міфом мати героя Ахіллеса скупала його у священних водах ріки Стікс, щоб зробити сина невразливим. Але при цьому вона тримала його за п'яту, яка залишилася єдиним його вразливим місцем. Саме сюди влучила стріла Паріса – і Ахіллес загинув» [12, с. 148]: «*Ахіллесова п'ята* Піднебесної: криза у Китаї, а проблеми в Україні» (<https://www.unian.ua>, 21.05.2025), «*Ахіллесова п'ята* Трампа: як ЄС та Канада можуть відповісти США на "митну війну"» (<https://www.eurointegration.com.ua>, 03.03.2025), «*"Ахіллесова п'ята"* демографії Китаю» (<https://pravda.com.ua>, 08.11.2023);

ФО *гордіїв вузол* вживається в значенні «складне переплетення обставин, про заплутані питання» [11, Т. 2, с. 127]. Грецький історик Плутарх (І–ІІ ст. н. е.) розповідає, що фрігійці, послухавши поради оракула, обрали царем першого, хто зустрівся їм з возом біля храму Зевса. Це був простий хлібороб Гордій. На згадку про своє несподіване звеличення Гордій поставив у храмі свій віз, прив'язавши ярмо до нього дуже заплутаним вузлом. Олександр Македонський, дізнавшись про пророцтво оракула («той, хто розпутає Гордіїв вузол, стане володарем усієї Азії»), розрубав вузол мечем [13]. У медіа цей вислів актуалізується, наприклад, у заголовках: «*Гордіїв вузол* торговельних проблем: рубати не вийде – лише розв'язувати» (<https://www.golos.com.ua>, 06.03.2024), «*"Це гордіїв вузол"*: в уряді Польщі розповіли про складнощі розблокування кордону» (<https://informator.ua>, 19.12.2023), або у тексті повідомлення: «Ситуація у невизнаному Придністров'ї, яке за міжнародним правом є невід'ємною частиною Молдови, у доволі глухому куті й розрубати цей *"Гордіїв вузол"* реінтеграцією не вийде, принаймні до парламентських виборів у Молдові...» (<https://ukr.radio>, 06.01.2025);

ФО *прокрустове ложе* означає «те, що виступає мірилом, під яке насильно підганяють що-небудь» [12, с. 92]. Ліжко, на яке, за старогрецькою легендою, розбійник Прокруст укладав спійманих ним мандрівників. Тим, для кого ліжко було завелике, Прокруст витягував ноги, а тим, кому замале, – укорочував [13]; «*Прокрустове ложе* медичної реформи» (<https://odessa-life.od.ua>, 22.11.2023), «*Як норми КПК лягають у прокрустове ложе* сторони обвинувачення та суддів ВАКС» (<https://zib.com.ua>, 08.10.2024);

ФО *сізіфова праця (робота)* означає «безплідна, виснажлива праця (за ім'ям давньогрецького міфічного царя Сізіфа, покараного за образу богів тим, що вічно мусив викочувати на гору великий камінь, який щоразу скочувався вниз)» [11, Т. 9, с. 216]: «*Сізіфова праця*: оборонні споруди окупантів у Криму не витримують ані итормів, ані хабарів» (<https://armyinform.com.ua>, 30.09.2024), «*Сізіфова праця*: на бульварі в Коломиї знову ями» (<https://kl.informator.ua>, 11.12.2022);

ФО *езопівська мова*, книжн. Замаскований спосіб висловлення думок з натяками і недомовками [15, с. 399]: «*Езопівська мова* як інструмент демонтажу соціального захисту працівників» (Голос України, 23.06.2021); «*Езопова мова*: як росіяни у соціальних мережах креативно висловлюють антивоєнний протест» (<https://uk.globalvoices.org>, 15.11.2022);

ФО *піррова перемога*. Перемога, здобута великими жертвами і втратами, що її знецінюють (за ім'ям Пірра, царя Епіру й Македонії, який здобув перемогу над римлянами ціною тяжких втрат) [11, т. 6, с.230]. У медіатекстах ця фразема вживається так: «*Піррова перемога Макрона: які ризики несуть нові вибори у Франції для України і не тільки*» (Європейська правда, 13.06.2022); «*"Піррова перемога" - New York Times про взяття Бахмута*» (<https://www.bbc.com>, 23.05.2023) – Американська газета New York Times, переказуючи думки військових експертів щодо взяття росіянами Бахмута, називає його "пірровою перемогою", яка ніяк не наблизить російську армію до заявленої мети – захоплення всієї території Донецької області.

Отже, можна твердити, що фразеологізми античного походження мають високу продуктивність вживання в медійних текстах і заголовках, а міфоніми у їхньому складі є маркерами не тільки культурно-історичними, а й лінгвоментальними. Найчастіше оніми є складниками усталених фразем та виступають як ситуативні прагматично спрямовані компоненти, які увиразнюють інформацію або мають функцію уточнення, конкретизації.

Спірним є питання використання великої літери у деяких власних назвах, які входять до складу ФО. Так, наприклад, як у фраземі *Гордіїв вузол – розрубати гордіїв вузол* тощо. Н. Венжинович та Р. Луканинець вважають, що такі зміни викликані стиранням первісної етимології виразів та побутування їх у свідомості мовця відірвано від конкретних осіб, з якими ці вирази пов'язані. Дослідниці зазначають, що зафіксовані у словниках певні фразеологічні одиниці не означають, що вони саме в такому вигляді й повинні використовуватися у мові, літературі, повсякденному житті тощо [4, с.130]. Це виразно простежується на прикладах мови масмедіа. Але, на нашу думку, важливо зауважити, що у використанні цих мовних одиниць має бути унормованість, тому звертаємось до чинного правопису (§ 49. Власні імена людей, міфологічних осіб, клички тварин. Примітка. Пункт 9), де зазначено: «З малої букви пишемо присвійні прикметники, утворені від власних особових назв, якщо вони входять до складу стійких фразеологічних сполучень або наукових термінів: *авгієві стайні, ахіллесова п'ята, гордіїв вузол, дамоклів меч, прокрустове ложе, юдині срібняки; архімедова спіраль, базедова хвороба, бертолетова сіль, віттова*

хвороба, гайморова порожнина, піфагорова теорема [16, с. 77].

Висновки. Підсумовуючи проведену нами наукову розвідку, зазначимо, що здебільшого ФО античного походження у складі заголовків допомагають імпліцитно висловити журналістам своє ставлення до суспільно-політичних подій, соціальних явищ, до громадських діячів, спортсменів або зірок шоу-бізнесу. Частотне вживання таких одиниць пояснюємо їхньою загальновідомістю та поширеністю в суспільстві, вони на часі, тому читацька аудиторія сприйматиме та розумітиме зміст статті.

Міфоніми як елементи таких ФО надають додаткової експресії та дієвості повідомленню, оскільки онім є одним із засобів здійснення впливу, тому фразеологізми з таким компонентом завжди привертають увагу читача та швидко запам'ятовуються. Використання таких ФО у медійних заголовках має потужний ефект, оскільки крім національно-маркованих елементів, ці фразеологізми містять ментальні орієнтири, що створює у читача відчуття «свого» повідомлення та не може лишитися поза його увагою. Конотативні значення власних імен у складі фразеологізмів з античними іменами переважно мають міжнаціональний характер і зафіксовані у фразеології декількох європейських мов.

За структурою фразеологізми з міфонімами виражено субстантивними ФО, побудованими за моделями: іменник у називному відмінку + іменник у родовому відмінку (34%) та присвійний прикметник + іменник у називному відмінку (66%), де наголошено на більшій продуктивності останніх. Як компоненти фразеологічних одиниць присвійні прикметники втрачають власне прикметникову семантику і вживаються у складі фразем, набувши значення різноманітних характеристик людей та явищ.

Ми простежили також правописні проблеми використання власних назв у складі ФО, які щонайперше відображає мова сучасних масмедіа, й наголошуємо на уніфікованому вживанні та дотриманні мовних норм.

Вбачаємо перспективними наші наукові пошуки в подальшому поглибленому вивченні фразеологічної вербалізації висловів античного походження в аспекті психолінгвістики, що дасть можливість проаналізувати ефективність використання таких фразем та особливості їх декодування реципієнтами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Венжинович Н. Ф. Фразеологічні одиниці з античних джерел (на матеріалі української, російської та англійської мов). *Проблеми зіставної семантики* : зб. наук. статей. Вип. 10. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2011. Ч. II. С. 66–71.
2. Видайчук Т. Л., Плеханова Т. М., Грищенко О. В. Модифікації фразеологізмів у сучасному українському масмедійному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. Т. 1. № 28. Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет», 2023. С. 34–40.
3. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія. Київ – Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
4. Луканинець Р. В., Венжинович Н. Ф. Фразеологічні одиниці у міфах Давньої Греції: лінгвокультурологічний аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : «Філологічна» : зб. наук. пр. Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2013. Вип. 34. С. 128–132.
5. Денисюк В. В. Античний світ фразеології української поезії середини XVII ст. Філологічні студії: *Науковий вісник Криворізького національного університету*: зб. наук. праць. Вип. 13. [редкол. : Ж. В. Колоїз (відп. ред.), П. І. Білоусенко, А. З. Брацкі та ін.]. Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. С. 263–270.
6. Денисюк В. В. Рецепція античності в українській середньовічній свідомості. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*: зб. наук. праць. Вип. 10, ч. 1 / гол. ред. М. Є. Скиба; відп. за вип. М. М. Торчинський. Хмельницький : ХНУ, 2016. С. 200–204.
7. Карпенко Ю. О. Антична міфологія як поетична зброя. Записки з ономастики. Одеса : Астропринт, 2002. Вип. 6. С. 93–108.
8. Калінкін В. М. Теоретичні основи поетичної ономастики : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.15. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ, 2000. 35 с.
9. Дергач Д. В. Стилїстика онімів в українських мас-медіа: монографія. Київ : КНУ, 2010. 270 с.
10. Лакомська І. В. Функціонування онімів у складі заголовкових фразем. *Записки з українського мовознавства*. 2018. № 25. С. 183–191.
11. Словник української мови: в 11 т. Ін-т мовознавства ім. О. Потебні АН УРСР / голова редкол. І. К. Білодід. Київ : Наук. думка, 1970–1980.
12. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. Київ : Освіта, 1998. 224 с.
13. Українська публічна електронна бібліотека «Горох». URL: <https://goroh.pp.ua/>
14. Фразеологічний словник української мови / уклад. : В. М. Білоноженко та ін. Київ: Наук. думка, 1993. 982 с.
15. Словник фразеологізмів української мови. Уклад. : В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук. Київ : Наук. думка, 2003. 1104 с.
16. Український правопис. НВП «Видавництво “Наукова думка” НАН України», 2019. URL: https://mova.gov.ua/storage/app/sites/19/2024/_2019.pdf

Дата першого надходження рукопису до видання: 29.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 30.10.2025

Дата публікації: 28.11.2025