

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В ПОЛІТИЧНОМУ
МЕДІАДИСКУРСІ
ВОЄННОГО ЧАСУ: УКРАЇНСЬКИЙ І АНГЛОМОВНИЙ ВИМІР**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС “бакалавр”
студентки IV курсу
галузі знань 03 “Гуманітарні науки”,
спеціальності 035 “Філологія”,
спеціалізації 035.01 “Українська мова і
література”, ОПП “Українська і англійська
мови: переклад та редагування”
Дарьї Андріївни КОМАРОВОЇ

Науковий керівник:
к.філол.н., доцент кафедри української
мови та прикладної лінгвістики
Олена ГАПЧЕНКО

“Допущено до захисту”
Протокол засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики
№16 від 5 червня 2026 року
завідувач кафедри
к. філол.н., доцент **Сергій РІЗНИК**

АНОТАЦІЯ

Комарова Д.А. Фразеологічні одиниці в політичному медіадискурсі воєнного часу: український і англомовний вимір. Кваліфікаційна робота бакалавра на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня вищої освіти спеціалізації 035.01 “Українська та англійська мови: переклад та редагування”. - Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2026.

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена дослідженню особливостей функціонування, сприйняття та перекладу фразеологічних одиниць сучасного українського воєнно-політичного медійного дискурсу. Зокрема метою роботи було встановлення рівня розуміння цих фразеологічних одиниць носіями української мови, а також перевірка адекватності (якості) перекладу цих одиниць, шляхом проведення спрямованих психолінгвістичних експериментів.

Для успішного досягнення поставленої мети, в теоретичному розділі розглянуто наукову літературу, що стосується дослідження питань фразеології і фразеологізмів, а саме: вивчено фразеологію як науку крізь призму історії; описано різні наукові підходи до тлумачення поняття “фразеологізму”; виокремлено ознаки і функції фразеологізмів у лінгвістичному, лінгвокультурологічному і психолінгвістичному підходах; розглянуто поняття політичного дискурсу, медіадискурсу і медійного фразеологізму; з’ясовано суттєвий потенціал фразеологізмів, як інструментів впливу.

Задля вдалого проведення практичної частини, перед її початком було зроблено важливі кроки, а саме: відібрано фразеологізми з обраних новинних ресурсів; досліджено психолінгвістику як науку, встановлено характер цієї дисципліни і її визначення; виокремлено поняття асоціації та асоціативного експерименту, а також зазначено види експериментів; вивчено різні наукові підходи до дослідження поняття особистості; визначено складнощі, принципи і особливості перекладу фразеологізмів; запропоновано власні варіанти перекладу обраних фразеологізмів, покликаючись на способи перекладу, запропоновані вченими-перекладознавцями.

У практичній частині було описано особистості обраних політиків; проведено спрямований асоціативний експеримент; зібрано дані учасників експерименту і структуровано їх; здійснено поглиблений аналіз і проведена когнітивна асоціативна інтерпретація даних експерименту (реакцій учасників).

Результатами експериментів стали правильні, неправильні й інші реакції, асоціації і пояснення на фразеологізми носіями української та англійської мов, що продемонстрували різний рівень розуміння ФО мови оригіналу та їхніх відповідників в англійській мові. Також вдалось з’ясувати психологічний стан українців пов’язаний з війною і побачити негативне ставлення іноземців до повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Ключові слова: *фразеологізм, вплив, медіа, війна, психолінгвістика, експеримент, переклад, мовна картина, особистість, реакція, респондент.*

ABSTRACT

Komarova D.A. Phraseological units in wartime political media discourse: Ukrainian and English perspectives. Bachelor's qualifying thesis for the educational and qualifying level of higher education in specialization 035.01 "Ukrainian and English Languages: Translating and Editing". - Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv 2026.

This bachelor's qualification work is focused on studying the specifics of functioning, perception, and translation of phraseological expressions in current Ukrainian war and political media discourse. Specifically, the aim of the work was to identify the level of understanding among native Ukrainian speakers about these phraseological units, as well as to examine the adequacy (quality) of their translation through targeted psycholinguistic experiments.

In order to successfully achieve the objective, the theoretical section reviews the scientific literature on the study of phraseology and phraseological units, specifically: phraseology as a science is examined through the perspective of history; various scientific approaches to interpreting the concept of a "phraseological unit" are described; the characteristics and functions of phraseological units in linguistic, linguocultural and psycholinguistic approaches are distinguished; the concepts of political discourse, media discourse and media phraseological units are reviewed; the suggestive potential of phraseological units as instruments of influence has been studied.

Important steps were taken ahead of the practical part in order to conduct it successfully, specifically: phraseological expressions were selected from news sources; psycholinguistics as a science was examined, the nature of this field and its definition were established; the concepts of association and the associative experiment were identified, along with the types of experiments; various scientific approaches were studied to investigate the concept of personality; the difficulties, principles, and peculiarities of the translation of phraseological expressions were revealed; suggestions were made for the translation of selected phraseological expressions, using the translation methods proposed by scientists in the field of translation studies.

In the practical part, the personalities of selected politicians were described; a targeted associative experiment was conducted; data from the experiment participants were collected and organized; an extensive analysis was performed and a cognitive associative interpretation of the experimental data (participants' reactions) was carried out. The result of the experiments were correct, incorrect, and other reactions, associations, and explanations of phraseological expressions by Ukrainians and English speakers, demonstrating various levels of understanding of the original language's phraseological units and their English equivalents. We also succeeded in determining the psychological state of Ukrainians affected by the war and noted the negative attitude of foreigners toward Russia's full-scale invasion of Ukraine.

Keywords: *phraseological expression, influence, media, war, psycholinguistics, experiment, translation, lingual picture, personality, reaction, respondent.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ	8
1.1. Поняття фразеологізму. Його ознаки і функції	8
1.2. Лінгвокультурологічний і психолінгвістичний підходи до вивчення фразеологізму	11
1.3. Фразеологічні одиниці як інструменти впливу в політичному медіадискурсі: сугестивний потенціал	12
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	16
РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ. АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ, ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ, КЛЮЧОВИХ СЛІВ, ПОЛІТИКІВ ТА ІНФОРМАНТІВ	17
2.1. Організація та проведення експерименту. Поняття асоціативного експерименту. Асоціативний експеримент	17
• Аналіз складу інформантів, які брали участь в експерименті	18
• Фокусні групи. Аналітична діаграма фокусних груп	19
• Аналітична діаграма особистостей політиків. Мовна особистість	25
2.2. Асоціативні поля фокусних груп	31
2.3. Когнітивна інтерпретація результатів експерименту. Аналіз окремих асоціативних полів слів-стимулів	32
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	44
РОЗДІЛ 3. ВІДПОВІДНИКИ УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СПРИЙНЯТТЯ АНГЛОМОВНИМИ РЕСПОНДЕНТАМИ. ПІЛОТНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ	49
3.1. Особливості відтворення українських ФО англійською мовою	49
3.2. Специфіка проведення експерименту серед носіїв англійської мови	53
3.3. Аналіз складу інформантів і результатів експерименту: інтерпретація значень і відтворення асоціативних полів	56
• Фокусна група. Аналітична діаграма фокусної групи	57
3.4. Аналіз результатів експерименту	60
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	64
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	74

ВСТУП

Війна в Україні, розв'язана РФ, значно вплинула на мовну та мовно-політичну картину світу українців, оскільки збільшилося вживання традиційних і трансформованих фразеологічних одиниць (ФО). Ці зміни найяскравіше відбилися у медіа, адже саме медіа відображає реальність і водночас є інструментом, що формує політичне бачення світу в суспільній свідомості. І саме у медіа з'являються численні новотвори.

Політики і журналісти часто використовують ФО як емоційно-експресивні і образні мовні одиниці, аби висловити свою думку й дати власну оцінку певним подіям, а також, щоб впливати на громадську думку за допомогою мови, і навіть маніпулювати суспільною свідомістю. Із огляду на посттравматичний стан суспільства та психологічну втому спричинену війною, доносити свою думку до людей і маніпулювати ними стало набагато легше, оскільки вони знаходяться у підвищеному сугестивному стані. Зазначимо, що на цей вплив, буде й відповідна реакція громадян. І говорячи про реакцію, маємо особливо наголосити на важливості експресивно-емоційного аспекту ФО в момент виникнення реакції, адже саме цей аспект зумовлений їхнім образним змістом, етимологічною асоціацією, що пробуджує активну діяльність уяви і спонукає до мислення.

У сучасних умовах проблема набуває ще більшої ваги, оскільки важливо помічати і закріплювати функціонування українських фразеологізмів у межах національного дискурсу, а ще простежувати їхнє відображення в іноземному просторі (особливо англomовному). Відомо, що передача фразеологізмів іншою мовою часто пов'язана з труднощами адекватного перекладу, адже ці одиниці містять національно-культурні смисли, закорінені в історичному й соціальному досвіді народу. Тому постає питання не лише коректності перекладу і передачі змісту, але й відтворення глибинної образності, яка формує ставлення іноземців до подій в Україні.

Сприйняття ФО воєнної доби українцями та іноземними реципієнтами може суттєво відрізнятися. Для українців вони часто несуть травматичний, емоційно насичений і мобілізуючий зміст, тоді як для англomовної аудиторії такі мовні одиниці потребують додаткового пояснення. Саме тому завдання поширення правди про повномасштабне вторгнення й війну в Україні невіддільне від правильної і зрозумілої перекладачі фразеологізмів як носіїв культурно-значущої інформації. Ці мовні одиниці стають "містком" між українцями та їхнім досвідом і глобальною спільнотою, дозволяючи формувати цілісну картину подій у свідомості іноземної аудиторії.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючою роллю мови як інструменту формування суспільної свідомості та громадської думки в умовах як збройного, так й інформаційного протистояння. У сучасному політичному медіадискурсі фразеологічні одиниці набувають особливого значення як джерела національно-культурного змісту та як засоби зображення воєнного досвіду українського народу. Вивчення їх функціонування в публічній і медійній сфері, а також встановлення особливостей сприйняття фразеологічних одиниць українськими й англomовними реципієнтами, дає змогу з'ясувати механізми міжмовної передачі емоційно-оцінних значень і виявити особливості когнітивних

процесів, що відбуваються під час інтерпретації “мовних образів війни”. Такі дослідження є важливими для розвитку сучасної психолінгвістики, медіалінгвістики, соціолінгвістики й політичної лінгвістики, оскільки поєднують теоретичні й експериментальні підходи, що базуються на аналізі мовних засобів в умовах міжкультурної комунікації та збройних конфліктів.

Мета дослідження: виявити й розкрити особливості функціонування, сприйняття та перекладу українських фразеологічних одиниць воєнного часу, простежити їхнє використання в політичному медіадискурсі, з’ясувати, як ці ФО розуміють українці та іноземці, який вплив вони мають, а також встановити й запропонувати шляхи адекватного відтворення фразеологічних одиниць англійською мовою.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **взаємопов’язаних завдань:**

визначити поняття фразеологічної одиниці, її ознаки та функції;
простежити наявність сугестивного і маніпулятивного потенціалу обраних фразеологічних одиниць у політичному дискурсі;
дослідити специфіку відтворення українських фразеологізмів англійською мовою;
скласти добірку українських фразеологізмів, що активно функціонують у період повномасштабної війни, описати особливості вживання та їхнє значення;
провести скерований асоціативний експеримент серед носіїв української мови і проаналізувати отриманий експериментальний матеріал;
дібрати англомовні відповідники досліджуваних фразеологізмів і провести скерований асоціативний експеримент серед носіїв англійської мови.
проаналізувати результати експериментів, зіставити дані обох мовних груп і здійснити когнітивну інтерпретацію отриманих результатів.

Об’єктом дослідження є фразеологічні одиниці сучасної української мови, що функціонують у медійному і політичному дискурсі періоду повномасштабного вторгнення РФ в Україну; їхні англомовні відповідники.

Предметом дослідження є семантичні, когнітивні і психолінгвістичні особливості сприйняття українських фразеологізмів воєнного часу носіями української і англійської мов; специфіка передачі їхнього значення і культурного змісту у міжмовному комунікативному просторі.

Матеріалом дослідження слугують фразеологічні одиниці чотирьох українських політиків (Зеленського В.О, Порошенка П.О., Кличка В.В., Кулеби Д.І.), узяті з новин українського політичного інтернет-медіа “Суспільне новини”, з новин на сайтах політичних партій “Удар” і “Європейська Солідарність” (новини з квітня 2022 року по січень 2026), а також зі словника “Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа” (Шевченко Л.І.; Сизонов Д.Ю. [25]) та експериментальні дані, отримані під час проведення спрямованого асоціативного експерименту. Дані експерименту становлять: *1 група – 23 учасники (понад 900 реакцій), 2 група – 12 учасників (понад 400 реакцій) і 3 група (іноземці) – 5 учасників (до 200 реакцій) [додатки:3;4].*

У дослідженні було застосовано низку взаємопов’язаних **методів дослідження**, що забезпечують всебічний аналіз фразеологічних одиниць, а саме:

Метод медіалінгвістичного спостереження було використано для систематичного перегляду політичних новин, літератури та інших джерел. За його

допомогою було відібрано фразеологічні одиниці, що вже певний час активно використовуються в політичному медіадискурсі періоду повномасштабного вторгнення.

Описовий метод було застосовано для з'ясування значень відібраних фразеологізмів, а також встановлення їхніх характеристик і функцій.

Метод структурного аналізу був використаний нами у процесі когнітивної інтерпретації експерименту, а також для встановлення можливих значень асоціацій і семантичних ознак реакцій інформантів. Зокрема його було використано під час опису сугестивного і маніпулятивного потенціалу фразеологічних одиниць.

Метод частотного аналізу. Частотний аналіз застосовувався під час опрацювання анкет фокусних груп для виявлення типових реакцій у асоціативних полях слів-стимулів.

Зіставний (порівняльний) метод використовувався для встановлення спільних і відмінних рис між українськими фразеологізмами та їхніми відповідниками в англійській мові, а також між реакціями українських і англомовних респондентів.

Метод (психолінгвістичного) експерименту був одним із ключових у дослідженні. Проведення двох етапів експерименту дозволило виявити індивідуальні та групові реакції, сформувати асоціативні поля, скласти словник і встановити рівень зрозумілості фразеологізмів, а також визначити особливості їхнього сприйняття (зокрема поглянути на реакції крізь призму міжкультурної комунікації і контексту).

Використання **методу синтезу** передбачає узагальнення отриманих результатів.

Наукова новизна полягає в тому, що у дослідженні детально розглянуто фразеологічні одиниці сучасного українського політичного медіадискурсу повномасштабного вторгнення, виявлено їхній вплив на носіїв мови і англомовних реципієнтів, а ще з'ясовано особливості сугестивного потенціалу цих одиниць у міжмовному та міжкультурному просторі.

Практичне значення: це дослідження можна використати під час викладання курсів із психолінгвістики, соціолінгвістики, політичної лінгвістики, медіалінгвістики, лінгвокультурології та загального мовознавства.

Структура дипломної роботи обумовлена обраною темою, визначеними завданнями і логікою дослідження. Складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (58) (з них, 3 – це новинні джерела) та додатків (Додаток №1 “Список фразеологічних одиниць”, Додаток №2 “Переклад фразеологічних одиниць”, Додаток №3 “Словники асоціативних полів українських фокусних груп”, Додаток №4 “Словник асоціативних полів англомовної фокусної групи”). Загальний обсяг тексту кваліфікаційної роботи – 111 сторінок (76 сторінок основного тексту і 35 сторінок додаткового).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

1.1. Поняття фразеологізму. Його ознаки і функції

Нині, фразеологія дуже активно розвивається, а все більше дослідників зацікавлюються у її глибшому дослідженні, тож виникають нові питання, проблеми, і по-новому розглядаються досліджувані аспекти цієї науки [7 Зимомря].

У тлумачних словниках термін “фразеологія” (від грец. *phrasis* – “вираз” і *logos* – “учення, знання”) визначається як “наука, яка вивчає сукупність сталих зворотів мовлення, які властиві цій мові, або ж розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови в її сучасному функціонуванні й з погляду історичного розвитку” [19 с.129 Мойсієнко].

Розглядаючи сутність поняття “фразеологізм” (ФО), яке є важливим у контексті цього дослідження, маємо, передусім звернутись до історії вивчення фразеології. Фразеологія як наука сформувалася порівняно недавно [9 Жовтобрюх]. Ідеться саме про самостійний розділ, оскільки протягом довгого часу, фразеологія мала невизначене положення. Раніше, як правило її не відокремлювали від інших наук. Ґрунтовні дослідження фразеології як окремої дисципліни розпочались лише наприкінці ХІХ, на початку ХХ ст. [24 Ужченко].

Ми вважаємо, що говорячи про історичний аспект вивчення фразеології, важливим буде згадати українського мовознавця О.О. Потебню, оскільки він був одним із перших, хто замислився над тим, що фразеологізми (стійкі звороти) можуть бути складними неподільними системами, де кожен компонент, вказує на певне поняття. Також він розмірковував над закономірностями їхнього утворення і висловив низку думок про їхнє значення тощо [7 Зимомря].

Також згадаймо деяких зарубіжних учених (Ф. де Соссюр, Ш. Баллі), що свого часу вважали стійкі сполуки слів одиницями мови [7 Зимомря]. Цікаво, що Ф. де Соссюр помилково вважав оманливим різноманітність фраз, адже під час їхнього вивчення, ми всеодно стикаємося з розглядом самого слова (в ХХ і ХХІ ст. більшість мовознавців не розрізняли поняття “фраза” і “слово”).

Швейцарський мовознавець Ш. Баллі розробив інший підхід до розуміння фразеологізму. Він вперше упорядкував і описав фразеологізми, а також запропонував застосовувати, на той час, унікальні прийоми для їхнього вивчення [7 Зимомря]. Він і висунув думку про те, що фраза та фразеологічна одиниця можуть бути основними предметами аналізу та спостереження. Він постановив, що людина не мислить словами, а навпаки, робить це фразами, а щоб зрозуміти суть слова, варто завжди зрозуміти ціле, а значення цілого вдасться зрозуміти лише усвідомивши значення кожного окремого слова чи виразу. Однак, Ш. Баллі не розглядав фразеологію як окрему дисципліну [7 Зимомря; 24 Ужченко].

Показово, що концепція Ш. Баллі стала підґрунтям для створення низки інших видатних праць із фразеології. Доклали зусиль до становлення і розвитку теорії фразеології українські та зарубіжні вчені, дослідники фразеології різних національних мов. Серед них: Ф. Зейлер, В. Флейшер, Л. Авксентьєв, С. Денисенко, В. Кононенко, О. Селіванова, Л. Скрипник, Г. Удовиченко, В. Ужченко, Д. Ужченко та ін.

Зараз ми можемо впевнено говорити, що фразеологія є самостійним науковим мовознавчим напрямком, який зосереджується на вивченні значень, складу,

походження фразеологічних одиниць та їхнього взаємозв'язку з іншими мовними одиницями [24 Ужченко].

Тепер, розуміючи, яким був розвиток фразеології, можемо говорити про поняття “фразеологізм” (ФО).

Існують різні визначення цього поняття. Зараз ми розглянемо їх, а також деякі ознаки ФО, про які говорять учені й дамо визначення досліджуваному поняттю:

Л. Скрипник зазначає: “Фразеологізмами є стійкі сполучення двох і більше слів, що створюють семантичну цілість і відтворюються у процесі мовлення, як готові словесні формули” [23 с.11].

М. Жовтобрюх підкреслює, що “під фразеологізмами розуміються такі стійкі мовні звороти, які становлять певну сталу змістову цілісність, хоча їх складові частини легко виділяються” [9 с.80].

У підручнику “Вступ до мовознавства” **М. Кочерган** визначає фразеологізм як “відтворювану одиницю мови з двох або більше слів, цілісну за своїм значенням і стійку за складом та структурою” [14 с.242].

Деякі інші мовознавці, поняття фразеологізму, або фразеологічної одиниці розглядають, як “звичайне словосполучення, розкладене щодо змісту, але усталене в мові як матеріал широковживаної цитації” [19 с.135 Мойсієнко].

Отже, виходячи із описаного вище та звертаючись до деяких інших мовознавців, можемо сказати, що у процесі вивчення фразеології, різними вченими було виокремлено низку ознак ФО, такі, як-от:

семантична цілісність або семантична нерозкладність (М. Жовтобрюх);

стійкість (М. Кочерган, М. Жовтобрюх, Л. Скрипник);

нарізнооформленість (Л. Скрипник);

Відтворюваність під час мовлення (М. Кочерган);

наявність не менше двох повнозначних слів (Л. Скрипник, М. Кочерган);

Окрім окреслених вище ознак, маємо додати ще одну, незгадану мовознавцями, але доволі важливу ознаку. Це – експресивність. Фразеологізми є експресивними й образними одиницями, що несуть в собі культуру етносу, а також виражають позитивну чи негативну оцінку, допомагають передавати через почуття і враження наше ставлення до фактів навколишньої дійсності, підсилювати логічний та емоційний зміст висловлюваного. Вони несуть як предметну, так і естетичну інформацію, ба більше, вони пробуджують уяву, викликають переживання в слухачів (мовців), прикрашають мову, передають її дух [19 Мойсієнко].

Описані міркування свідчать про бажання мовознавців дібрати об'єктивні критерії у питанні фразеології, а також показують складність і суперечливість фразеологічних одиниць як мовного явища. **І попри багатогранність поглядів на природу фразеологізму, опираючись на визначені ознаки, можна стверджувати, що “фразеологізм – надслівна, семантично цілісна, відносно стійка (з допуском варіантності), відтворювана й переважно експресивна одиниця яка виконує характеризуючо-номінативну функцію”** [24 Ужченко].

Також, зважаючи на те, що в нашому дослідженні ми будемо розглядати асоціації надані респондентами не лише на фразеологічні одиниці, але й на ключові слова з них, то варто сказати, що фразеологізми, з одного боку, мають ознаки спільні зі словами, а з іншого – відрізняються від них.

Можемо погодитись, що фразеологізми:

- 1) відтворюються в мовленні як готові одиниці з певним значенням;
- 2) мають стійкий склад і сталу структуру (один і той самий компонент складу постійно відтворюється);
- 3) слова у складі фразеологізму мають часто переносне значення;
- 4) позначають одне поняття і синонімічно співвідносні зі словами;
- 5) виконують ту ж функцію, що й слова. Наприклад: “накивати п'ятами” означає втекти, а “пасти задніх” - відставати [23 Скрипник; 9 Жовтобрюх].

*Отже, з'ясувавши, що таке “фразеологізм” і виокремивши низку його ознак, можемо розглянути функції, які виконує ця одиниця. А вона беззаперечно виконує різні функції, які доповнюють одна одну і роблять мовлення цікавішим і яскравішим, зрозумілішим і виразнішим, образнішим та емоційно насиченішим. **Серед них:***

Номінативна. Фразеологізми використовуються для позначення певних понять або явищ, наприклад: “залишатись за бортом” (бути осторонь); “цап-відбувайло” (той на кого звалюють чужу провину);

Експресивна. Тут, йдеться про те, що фразеологізми допомагають підсилити емоційність мовлення, передати ставлення до ситуації. Наприклад: “дерти горло” (голосно кричати); “бити на сполох” (переживати);

Оцінна. Може бути позитивна або негативна оцінка явища чи людини. Наприклад: “золоті руки” і “з відкритим серцем” (майстерність і щирість (про позитивну оцінку)), “водити за ніс” і “поливати брудом” (обманювати і ганьбити (тут негативна оцінка));

Стилістична. ФО роблять мовлення яскравим і метафоричним, особливо в художніх творах. Наприклад: “іскри з очей сиплються” (про сильний біль або удар); “язик без кісток” (балакуча людина);

Когнітивна (пізнавальна). Фразеологізми відображають історію, традиції, світогляд народу, збагачуючи мовну картину світу. Наприклад: “як у Бога за пазухою” (про безпечне, комфортне життя); “стадіон, так стадіон” (згода на будь яку дію); “воїни світла” (військові/учасники політичних подій 2014 року) тощо;

Втім, однією з найважливіших функцій будь-якої одиниці мови, і ФО також, є **прагматична** функція, тобто цілеспрямований вплив мови на людину. Прагматичність властива будь-якому тексту, в якому використовуються фразеологізми, оскільки вони підсилюють цю функцію в тексті [23 Сизонов].

Зокрема, зважаючи, що фокусом нашого дослідження є аналіз фразеологічних одиниць саме в медіа, де почасти реалізується політична діяльність, то в такому контексті можемо розглядати фразеологізм як одиницю медійного тексту, що має оцінку та емоційне навантаження, і така одиниця буде називатись **медійним фразеологізмом**. Мовознавець Д. Сизонов зазначає, що “**медійний фразеологізм** є мовною універсалією стилю масової інформації, певним ментальним масово-вербальним кодом, що характеризується смисловою неподільністю, семантичною цілісністю, емоційністю й експресивністю, що надає медійному тексту широкого стилістичного потенціалу впливати на реципієнта та маніпулювати його свідомістю” [23 с.155 Сизонов]. Також Д. Сизонов вказує на такі основні ознаки медійних фразеологізмів, як-от: метафоричність, оцінність, конотативність, експресивність, ідіоматичність. Автором зазначається, що всі вищезазначені ознаки надають мові медіа образності та виразності, а сам фразеологізм набуває нових “барв” у

значеннях, та може активно використовуватися як у прямому, так і видозміненному значеннях. У медіа фразеологізми можуть отримувати “нове бачення”, зважаючи на події сучасності.

Отже, ми розглянули поняття фразеологізму та схарактеризували ознаки і функції цього поняття. Далі ми проаналізуємо класифікації фразеологізмів, а також охарактеризуємо функції цих одиниць крізь призму лінгвістики і психолінгвістики.

1.2. Лінгвокультурологічний і психолінгвістичний підходи до вивчення фразеологізму

Вважаємо фразеологію одним із найцінніших лінгвістичних спадків, у скарбницях якої, можна віднайти сталі мовні звороти, які демонструють усю глибину бачення світу, культури, історії і особливостей устрою кожного окремого народу. Фразеологія кожної окремої країни є її окремим кодом самоусвідомлення й національної самоідентифікації, розкривши який, можна побачити буття того чи того лінгвокультурного суспільства.

Згадуючи про лінгвокультурне суспільство, ми згадаємо про лінгвокультурологію та погодимось з **О. Селівановою**, яка наводить думку **І. Ольшанського** про те, що цей напрям сформувався на межі етнолінгвістики і соціолінгвістики, а також зосереджує свій науковий погляд на питаннях справжньої і живої комунікації народу, зорієнтований на сучасний стан мови і особливо картину світу з її духовними чи матеріальними надбаннями чи культурним спадком, що відображаються в побуті і щоденній комунікації носіїв мови в різних ситуаціях (дискурсах), текстах кожного окремого народу, мовних одиницях (і фразеологізмах також) [22 Селіванова; 11 Каракевич]. Лінгвокультурологія спостерігає за тим як функціонують мовні одиниці і висловлювання одночасно з менталітетом народу в одному хронотопі (актуальному відрізку часу), і розглядає як виявляється синергія мови і культури в їхній взаємодії, а згодом відображає це як цілісну структуру з мовним і позамовним (культурним) змістом.

Ми погоджуємось з тезою про те, що: **“Все, наявне в культурі, відображене в мові, але все, що є в мові, тим чи тим чином існує в культурі”** [22 с.281 Селіванова]. Погодимось також із тим, що для мови й культури характерні спільні ознаки, і вони впливають одна на одну. Матеріалом лінгвокультурології є літературний, філософський, релігійний, фольклорний дискурси як джерела культурної інформації [9 Загнітко]. Зазначимо, що мовознавці **виокремлюють такі напрями сучасної лінгвокультурології:**

логіко-лінгвістичний (концептологічний). Опис концептів конкретної культури на текстовому матеріалі;

2) *лексикографічний*. Укладання словників з різною культурною інформацією.

3) *лінгводидактичний*. Викладання певної мови як іноземної, з повним зануренням у культуру.

4) *фразеологічно орієнтований*, що вивчає які культурні маркери містяться у фразеологізмах [22 Селіванова].

Вивчення фразеології посідає важливе місце в лінгвокультурології, адже ця галузь досліджує способи відображення в мові та мовленнєвій практиці матеріальної й духовної культури народу [22 Селіванова]. Саме через мовні одиниці, зокрема

фразеологізми, зберігається й передається культурно значуща інформація, накопичена в колективній пам'яті. У фразеологічному фонді мови відображаються особливості світосприйняття, побуту, традицій, звичаїв і цінностей певного народу, що робить фразеологізми важливими носіями культурного досвіду [29 Шовкович].

Психолінгвістичний підхід до вивчення фразеологізмів також ґрунтується на взаємозв'язку мови й культури, однак основну увагу зосереджує на когнітивних та психологічних механізмах їх сприйняття, збереження і використання в мовленні. У процесі мовленнєвого використання, фразеологізми не змінюються повністю, зважаючи на стійкість структури і єдність змісту, однак вони можуть зазнавати певних змін і трансформацій, набуваючи ознак психолінгвістичної мовленнєвої одиниці, тобто одиниці висловлювання [17 Мисан].

Фразеологізми є носіями культурної інформації, що передають особливості світогляду носіїв мови, відображають їхні цінності, традиції та усталені уявлення про навколишній світ. Зокрема, у фразеологізмах показуються особливості чуттєвого сприйняття світу, оцінювання явищ, просторової орієнтації, а також специфіка мислення та інших пізнавальних процесів, характерних для певної етнокультурної спільноти [29 Шовкович].

Психолінгвістичне дослідження фразеологічних одиниць передбачає відтворення асоціативного поля окремих висловів, що дає змогу простежити механізми мовної категоризації осмислення дійсності. Психолінгвістика розглядає фразеологію через призму мовної свідомості, досліджуючи особливості тлумачення фразеологізмів у різних комунікативних контекстах, а також відмінності в їх сприйнятті між різними віковими чи соціальними групами мовців [22 Селіванова].

Таким чином, фразеологічна одиниця постає як результат переосмислення вільного словосполучення. Її складники втрачають самостійне лексичне значення й формують новий цілісний зміст, який мовцем сприймається як неподільна смислова єдність (готова психолінгвістична, тобто мовленнєва одиниця) [10 Калмикова].

Отже, лінгвокультурологічний і психолінгвістичний підходи до вивчення фразеології є двома важливими і взаємодоповнювальними напрямками сучасних лінгвістичних досліджень, що дозволяють глибше зрозуміти природу фразеологічних одиниць і їхню семантику, роль у комунікації та збереженні й передачі мовної і культурної спадщини, а також особливості їхнього функціонування в мовленні.

1.3. Фразеологічні одиниці як інструменти впливу в політичному медіадискурсі: сугестивний потенціал

Вивчення сугестивного потенціалу фразеологізмів у політичному дискурсі є надзвичайно важливим у сучасних умовах, коли мова дедалі частіше використовується як інструмент впливу на свідомість мас (а ми зазначимо, що мова в цілому є сугестивною системою і, важливо те, що всі її компоненти потенційно сугестивні (під час сугестивного впливу на перший план виходить прагматична

функція мови)) [20 Нагорна; 21 Петрик], особливо у контексті політичної боротьби і різних інформаційних протистоянь. Для початку розглянемо детальніше поняття політичного дискурсу, від якого поступово рухатимемося далі, аналізуючи сугестивний потенціал фразеологізмів у ньому.

Політичний дискурс вважається особливою формою мовної діяльності, що виникає під час комунікації між владою та громадянами, де передається політична інформація та ідеологічні смисли. Ми погоджуємося з Л. Нагорною, яка стверджує, що “будь-який матеріал у медіа, в якому йдеться про політику і автором якого є політик, або якщо він адресований політику, слід вважати політичним дискурсом” [20 с.36 Нагорна]. Загалом, у науковій літературі він розглядається як складне явище з великою кількістю компонентів, до яких належить текст (усний або письмовий), екстралінгвістичний контекст (мета, час, спосіб породження), а також адресант й адресат. Його основними ознаками є риторичність, емоційність, маніпулятивність, динамічність, а також опосередкованість медіа. І, саме тому дослідження політичного дискурсу неможливе без глибокого аналізу політичної мови, мови влади, в якій втілюється вся сила [10 Ільченко].

У центрі сучасної політичної комунікації дедалі виразніше постає поняття сугестії (навіювання), тобто цілеспрямованого емоційно-вольового й мовленнєвого (вербального (фразеологізми, вислови, інтонація та ін.) або невербального (жести, міміка та ін.)) впливу на масову чи індивідуальну свідомість, з метою створення у неї певного стану або спонукання особи до певних дій [5 Воробйова]. В політичному дискурсі сугестія виступає формою непрямого впливу, що апелює до емоцій і почуттів адресата, змушуючи його забути про критичне мислення. Мовленнєвий вплив допомагає ефективно керувати людьми. Як наголошують дослідники, сугестивна дія може дуже змінювати не лише цінності і переконання людини, а й саму її особистість, що особливо небезпечно в політичному контексті, де така дія впливає на цілі соціальні групи, які будуть керовані на підсвідомому рівні, і виконуватимуть будь які команди, а також на верстви чи управлінські еліти, які за таким же принципом, наприклад, ризикують своїми діями під впливом сугестії віддати країну у руки злочинців [21 Петрик].

Отже, мова має неабияку силу впливу, і якщо нею грамотно володіти, то можна вплинути навіть на величезні маси народу, і наші думки ми хочемо підкріпити цитатами Л. Нагорної, щодо цього: *“Мова – невичерпний ресурс політичного виховання і – не меншою мірою – маніпулювання свідомістю людей... і “вулиця” керується не розумом, а емоціями, легко підпадаючи під вплив магічної сили слова. Цим, природно, користуються всі ті, хто прагне стати “володарем людських душ””* [20, с.76; с.102 Нагорна].

Направду, політична мова є досить своєрідним феноменом, адже вона специфічна і розмита водночас, а її сугестивні і маніпулятивні можливості надзвичайно багаті (для впливу можна обрати чи не будь який мовний засіб) [21 Петрик; 20 Нагорна]... Ми зазначили, що **аби мовний вплив був ефективним, варто гарно знати мову, впевнено володіти нею і вправно користуватись**, але окрім цього, сугестивний вплив визначається низкою інших важливих чинників, зокрема: статусом і авторитетом мовця (сугестора), рівнем навіюваності адресата (сугеренда), способом збалансованого структурування інформації, а також емоційним станом аудиторії. Саме тому, у політичній практиці часто створюються

передумови для маніпуляції і впливу (страх, розгубленість, негативні очікування, інформаційне перенасичення (зокрема ці емоції і стан можуть бути викликані суспільно-політичними подіями і різноманітними умовами)), що послаблюють критичне сприйняття. Недарма, наприклад, напередодні значних подій певними політичними силами через медіа робиться все, щоб такий стан свідомості був у більшості виборців [4 Видайчук; 10 Ільченко; 18 Нагорна].

Про медіа й реалізацію сугестивного потенціалу в них ми поговоримо далі, але спершу розглянемо детальніше фразеологізми як інструмент сугестивного впливу.

Фразеологізми у політичному дискурсі мають високий сугестивний і маніпулятивний потенціал, адже вони вдало впливають на адресата, завдяки їхнім ключовим властивостям, про які ми говорили раніше, а саме – експресивності, образності, метафоричності, влучності і навіть оригінальності. Вони допомагають сформувати певне ставлення до подій або фігур, функціонують як смислові центри, що активізують емоційну реакцію. Такі одиниці можуть бути як усталеними у вжитку, так і видозміненими відповідно до актуальних подій сьогодення: політичні чи військові контексти, фінансові чи побутові питання, скандали чи інтриги тощо.

У політичній комунікації фразеологізми часто виконують такі функції, як-от: оцінну, прагматичну та експресивну функції. Вони спрямовані на формування у реципієнтів певного світосприйняття та зміцнення емоційних і смислових зв'язків між мовцем і слухачем. Наприклад, ФО на кшталт “воїни світла”, “битись головою об стіну” тощо, несуть образний сенс, а ще й виконують роль установок які легко фіксуються у свідомості масової аудиторії, закріплюють стереотипи та мобілізують на дію або спротив. До прикладу, таке висловлення політика з фразеологізмом: “Працюємо над тим, щоб земля під ногами росіян палала...” (Кулеба Д.І.23.02.23. [додаток 1]), спонукає нас, слухачів, діяти спільно заради однієї мети, а саме поразки росіян.

У різних мовних спільнотах є різні цінності, зокрема формуються культурні надбання, встановлюється соціальний порядок і створюється концептуальна картина світу. Все це побачити, дозволяє політичний дискурс, з його позамовною і знаковою інформацією, а фразеологізми посідають у ній особливе місце як засоби передачі змісту, емоцій і світогляду [20 Нагорна].

Зауважимо, що особливо значущим є те, що політичний дискурс активно функціонує в медіа, які транслують і трансформують фразеологічні одиниці для впливу на масову свідомість. Саме через медіа відбувається “розпаковка” фразеологізмів для широкого загалу, де вони набувають нових відтінків і навіть можуть перетворитися на меми, лозунги або символи [27 Шевченко]. Поширення фразеологізмів типу “диванна сотня”, “п’ята колона”, “розмінна монета” є прикладами політичної метафоризації, яка слугує інструментом впливу на масову свідомість у вигідному для політиків світлі.

Ми погоджуємось з твердженням Л. Ставицької, щодо використання мови у кризові періоди: *“У періоди соціальних потрясінь і криз мова активізується, оновлюється, і фразеологія входить у публічний простір з новою силою. Саме в такий момент вона стає “мобілізаційним кодом”, здатним згуртувати або навпаки – розколоти суспільство”* [20, с.100 Нагорна].

Політики активно використовують лінгвістичні технології сугестії, серед яких:

зміна фокусу уваги: перенесення дискусії з причин на наслідки, а з минулого на бажане майбутнє;
повторення гасел, фразеологізмів чи обіцянок у гіпнотичній формі (напр.: “Думай..те!”);
техніка “зв’язки”: монтаж фразеологізмів у позитивний чи негативний контекст;
розкручування проблеми через масштабування або перебільшення [21 Петрик].
Ці прийоми є ефективними завдяки властивості фразеологізмів стисло передавати складний зміст, орієнтуватися на національні ментальні моделі, колективну пам’ять, культурні архетипи. Політична мова у такий спосіб набуває характеру інструменту впливу, тобто від легітимації влади до маніпуляції свідомістю виборців [26 Терещенко].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У цьому розділі було розглянуто **поняття фразеології як науки**, що вивчає сукупність сталих зворотів мовлення, а також було розглянуто історичний аспект вивчення фразеології. Зокрема, було досліджено теоретичні засади вивчення фразеологічних одиниць і було охарактеризоване саме поняття фразеологізму. Було визначено, що фразеологія як наука є доволі молодого, і як окрему дисципліну її почали розглядати тільки у ХІХ-ХХ ст., а вагомий вклад в розвиток цієї галузі вклали такі дослідники як-от О.О. Потебня, Ф. де Соссюр, Ш. Баллі та ін.

Зокрема було розглянуто різні визначення поняття фразеологізму, запропоновані низкою видатних дослідників (Л. Скрипник, Л. Юрчук, М. Жовтобрюх, М. Кочерган), і завдяки цьому було виокремлено такі ознаки досліджуваного поняття: семантичну і змістову цілісність, стійкість, нарізнооформленість, відтворюваність (у процесі мовлення), експресивність, еквівалентність слову. Це допомогло сформулювати **найґрунтовніше визначення фразеологізму**.

Було виокремлено **такі функції** фразеологізмів: номінативну, експресивну, оцінну, стилістичну, когнітивну (пізнавальну) і прагматичну. На основі цього аналізу ми змогли також зіставити слова та фразеологізми, визначивши, що фразеологізми відтворюються як готові одиниці, мають стійкий склад, часто переносне значення та контекстуальну обумовленість вживання.

Варто зазначити, що в цьому розділі було розглянуто фразеологізми крізь призму **лінгвокультурологічного і психолінгвістичного підходів**. Було встановлено, що фразеологізми є одним з найцінніших лінгвістичних спадків і своєрідним “дзеркалом”, що відображає бачення світу, культуру та історію кожного окремого народу. **Лінгвокультурологічний** підхід акцентує увагу на взаємозв'язку мови й культури, розглядаючи фразеологізми як носії культурно важливої інформації. **Психолінгвістичний** підхід теж фокусується на зв'язку мови з культурою, але більше на когнітивних та психологічних аспектах сприйняття й використання фразеологізмів у мовленні, передбачаючи реконструкцію асоціативних полів готових до вжитку мовних виразів.

Окремо було проаналізовано **сугестивний потенціал** фразеологізмів у політичному медіадискурсі. Встановлено, що політичний дискурс є особливою формою інституційної комунікації між владою і громадянами, характеризується риторичністю, емоційністю, маніпулятивністю та медіаопосередкованістю. А сугестія в такому дискурсі виступає формою непрямого емоційного впливу, що має на меті спонукати особу до певних дій. Фразеологізми в цьому контексті функціонують як смислові центри, що активізують емоційну реакцію реципієнтів. Особливо важливим є те, що в періоди соціальних потрясінь фразеологія стає “мобілізаційним кодом”, здатним згуртувати або розколоти суспільство. *Це створює теоретичну основу для емпіричного дослідження впливу фразеологізмів на масову свідомість в умовах сучасного українського контексту.*

РОЗДІЛ 2. РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ. АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ, ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ, КЛЮЧОВИХ СЛІВ, ПОЛІТИКІВ ТА ІНФОРМАНТІВ.

2.1. Організація та проведення експерименту. Поняття асоціативного експерименту. Асоціативний експеримент.

Антропоцентричні дослідження, дослідження поведінки, мови, функцій мозку, мотиваційних, психологічних, психічних, фізичних та інших особливостей людини у науці (зокрема гуманітарних науках) були особливо популярними у XX і початку XXI ст, і продовжують набувати популярності зараз. Науковці почали вивчати людину насамперед як особистість, що має складний внутрішній світ. Як наслідок, з'явилась та розвинулась одна з таких наукових галузей, як психолінгвістика, що є міждисциплінарною наукою з новітніми підходами й ефективними дослідженнями [16 Куранова].

“Психолінгвістика (грец. *psyche* - душа і франц. *linguistique* - наука про мову) – це науковий напрям, що зародився в 50-ті роки XX ст. на перетині двох наук – психології й лінгвістики” [16 с.8]. Психолінгвістика започаткована на ідеях В. Гумбольдта, Г. Штейнталя, О. Потебні, І. Бодуена де Куртене, Ф. де Соссюра Термін “психолінгвістика” **вперше** був ужитий у праці американського психолога Н.Пронко, а у науковий обіг увійшов після виходу в 1954 р. колективної монографії під назвою “Psycholinguistics”, за редакцією Ч. Осгуда, Дж. Керолла, Т. Сібеока [5, с.66 Воробйова].

Психолінгвістика вивчає психологічні й лінгвістичні аспекти мовленнєвої діяльності людини, соціальні й психологічні аспекти використання мови в процесах комунікації та індивідуальної мовно-розумової діяльності, починаючи з етапу породження мовленнєвого висловлювання (мовлення) і закінчуючи результатом чи сприйняттям мовлення. [10 Калмикова].

Зазначимо, що психолінгвістика активніше застосовує саме експериментальні методи, запозичені як із психології, так і з лінгвістики, оскільки, відпочатку вона вважалась наукою, що одержує дані переважно шляхом експериментів і спостережень з певною метою [16 Куранова].

Одним з найпопулярніших методів психолінгвістики є асоціативний експеримент.

“Асоціативний експеримент (від лат. *associato* – поєднання, *experimentum* – досвід) – вид психолінгвістичного експерименту, в процесі якого респондентові пред'являють різні стимули (слова) як подразники, щоб викликати в нього відповідні асоціації (реакції) (потрібно дати відповідь без довгих міркувань); джерело лінгвістичної, психологічної, соціально-психологічної та соціологічної інформації”. Асоціативний експеримент передбачає анкетування інформантів із застосуванням списків стимулів і на підставі подальшого встановлення найбільш частотних реакцій [5 с. 54 Воробйова].

Саме асоціативний експеримент є найбільш розробленою технікою психолінгвістичного аналізу знань і значень. Він виправдав себе як засіб вивчення психологічного значення слова.

Виділяють такі види асоціативного експерименту (залежно від обмежень):

1. **Вільний асоціативний експеримент.** Респондент має відповісти словом, що першим спало йому на думку, коли він побачив чи почув слово-стимул. Без жодних обмежень на реакції (ні за часом, ні за вибором реакції на стимул). Ф. Гальтон був першим, хто провів цей експеримент [5 Воробйова].

2. **Спрямований (скерований) асоціативний експеримент.** Учаснику експерименту пропонується давати асоціації певного граматичного чи семантичного класу (наприклад, підібрати прикметник до іменника, або надати визначення якомусь поняттю). *Загалом, це такий вид експерименту, де експериментатор дає певні обмеження чи умови при наданні реакції на стимул* [5 Воробйова].

3. **Ланцюговий асоціативний експеримент.** Респондентові пропонують відповісти на стимул кількома асоціаціями (наприклад, дати за хвилину 10 реакцій) [5 Воробйова].

Для нашого дослідження ми вирішили обрати **спрямований асоціативний експеримент**, адже він допомагає повною мірою дослідити певний аспект питання, а ще дозволяє дізнатись більше про знання та розуміння певної мовної одиниці носіями мови чи іноземцями. *Це один з найефективніших методів дослідження мовної свідомості.*

На відміну від вільного, спрямований експеримент допомагає досягти таких чітко окреслених завдань як-от: дібрати синонім, визначити сферу вживання або співвіднести фразеологізм із відповідною ситуацією тощо.

І у межах нашого дослідження, **спрямований асоціативний експеримент було застосовано саме для перевірки** того, наскільки носії української мови розуміють значення фразеологізмів, які активно використовуються політиками в медійному просторі повномасштабного вторгнення.

Проведення саме спрямованого асоціативного експерименту дозволяє дослідити рівень семантичної і фразеологічної компетентності респондентів і ступінь усталеності значення фразеологічної одиниці у мовній свідомості носіїв мови (наскільки фразеологізми актуалізовані в мовленні чи зберігається фразеологізм у пам'яті як цілісна одиниця, або чи ключове слово справді фіксується у свідомості).

Метою спрямованого асоціативного експерименту, проведеного в межах цієї бакалаврської роботи є: дослідити ментальний лексикон носіїв української мови в часи повномасштабної війни, простежити наскільки для українців використовувані мовні одиниці є зрозумілими, які думки викликають, а також проаналізувати окремі асоціації реципієнтів, які вони надали на слова-стимули (тобто ФО), помічені нами в мовленні політиків.

Щоб досягти поставленої мети, маємо виконати такі завдання:
провести спрямований асоціативний експеримент (обмеження лише за часом, кількістю реакцій (1-2) і типом реакції (надати значення/дописати ФО);
сформувати 2 фокус-групи інформантів: 1 група дописувала фразеологізм, маючи в умові лише ключове слово з нього; 2 група надавала значення до фразеологізмів політиків, або/та могла ввести ФО в контекст, якщо так було простіше показати розуміння мовної одиниці;
укласти асоціативні поля слів-стимулів і охарактеризувати їхню структуру;
порівняти асоціативні поля слів-стимулів різних фокус-груп.

Фактичним матеріалом роботи є асоціативні поля 40 слів-стимулів (фразеологізмів) [додаток 1].

2.1.1. Аналіз складу інформантів, які брали участь в експерименті.

Як ми вже раніше зазначали, спрямований асоціативний експеримент є апробованим та *одним із найбільш дієвих методів перевірки мовної свідомості*, однак **слід пам'ятати про чинники, що можуть суттєво вплинути на результати такого експерименту** [22 Селіванова]:

- 1) важливою є форма проведення, що обирається (усна, усно-письмова, письмова (оскільки є візуали чи аудіали, які по-різному сприймають інформацію)) та спосіб презентації стимульного матеріалу.
- 2) поведінка експериментатора, його індивідуальні характеристики.
- 3) умови, у яких проводиться експеримент (наприклад: аудиторія, погода, проводиться експеримент онлайн чи наживо та ін.).
- 4) соціальні та психофізичні характеристики осіб, які беруть участь в експерименті, їхній настрій та психологічний стан.
- 5) обробка асоціативного матеріалу, його подальша формалізація та інтерпретація [7 Денисевич].

Учасникам потрібно бути зосередженими і готовими до сприйняття та аналізу слова-стимулу.

Фокусні групи. Аналітична діаграма фокусних груп **Перша фокус-група**

(дописувала фразеологізм, маючи в умові лише ключове слово з нього)

Кількість учасників – 23

За віком:

Менше 18	3
18-24	18
25-44	-
45-60	2
Більше 60	-

За статтю:

Жіноча	20
Чоловіча	3

За національністю:

українці	23
----------	----

За місцем народження:

Київ	7
Полтава	4
Івано-Франківськ	2
Миколаївська область	2

Бориспіль (Київська область)	1
Буча (Київська область)	1
Вишгород (Київська область)	1
Донецьк	1
Крюківщина (Київська область)	1
Каїр (Єгипет)	1
Маріуполь	1
Яремче (Івано-Франківська область)	1

Освіта:

Неповна середня	1
Повна середня	8
Вища	10
Інше:	
Фахова передвища	2
Фаховий молодший бакалавр	1
Немає освіти	1

За спеціалізацією і місцем роботи:

Ветеринарна медицина, працівник по догляду за тваринами
Економіка
Навчаюсь, ННЦ ІБМ
Філолог, рекрутер та репетитор
УАПР, викладач для підготовки до НМТ з української мови
Навчаюсь на міжнародних відносинах
Інженер програмного забезпечення (програміст)
Вчусь на міжнародну журналістку, працюю медіадизайнеркою
Системна аналітикиня
Видавництво та поліграфія, обробка текстової та графічної інформації
Перекладачка/редакторка укр та англ мов
Українська філологія
Швачка
Філолог/копірайтер/викладач
ЕІ біологія та біохімія, ОР бакалавр
Філологія; копірайтерка
Харчовий технолог; інженер
Лінгвістика, науковий співробітник
Магістратура за спеціальністю "Генетика"
"Право", на даний момент працюю в приватній фірмі з продукцією
Фінансист
Українська мова і література та західноєвропейська мова; працюю репетиторкою української мови
Не працюю

Мова, якою людина спілкується в побуті:

Українською	14
російською	-
І українською, і російською	4
Суржилом	4
Інше (українською і суржилом)	1

За кількістю мов, які знають включно з українською:

Кількість людей	Кількість мов, які знає
4	Лише українська
7	2
6	3
4	4
1	5
1	6

Серед мов: англійська (17); російська (10); німецька (4); французька (3); італійська (2); іспанська (2); польська (1); латинська (1).

Якою мовою ви споживаєте медіа-контент (новини, соц-мережі тощо) (можна було обрати кілька варіантів відповіді):

Українською	18
російською	3
І українською, і російською	7
Іноземною (якою)	18
Різними (якими)	4
Мені не принципово	1

У варіанті “різними”, було вказано такі мови: українська, іспанська і англійська.

Чи проживали Ви тривалий час в іншомовному середовищі? (так/ні; якщо так – де і скільки):

Так	7
Ні	16

Надавши відповідь “Так”, респонденти вказали, що за час повномасштабного вторгнення перебували:

Кількість респондентів	Місце	Кількість часу, яку вони там провели
3	Німеччина	4 роки
2	Іспанія	5 місяців
1	Нідерланди	3 місяці
1	В російськомовному середовищі, в Україні, і перебуваю в ньому зараз, на жаль.	Увесь час

Чи цікавитеся Ви політичними новинами?

Регулярно	11
Рідко	8
Майже не цікавлюсь	4
Не цікавлюсь зовсім	-

З яких джерел Ви отримуєте інформацію? (можна обрати кілька варіантів)

ТБ	1
Соцмережі	21
Онлайн-медіа	18
Друковані медіа	-
Інше	2

Чи звертаєте Ви увагу на образні вислови та фразеологізми у виступах політиків?

Так	9
Ні	2
Іноді	12

Чи використовуєте Ви фразеологізми у власному мовленні?

Часто	8
Іноді	12
Рідко	3
Не можу сказати/не знаю	-

Як Ви вважаєте, фразеологізми:

Посилюють емоційність і вплив висловлювання	20
Роблять мовлення зрозумілішим	3
Ускладнюють розуміння	-
Ні на що не впливають	-
Ваша відповідь/інше	-

Чи завжди Ви розумієте значення фразеологізмів без додаткового контексту?

Так	4
Іноді потрібен контекст	19
Ні	-

Чи впливають образні вислови на Ваше ставлення до мовця?

Так, позитивно	11
Так, негативно	-
Ні, не впливають	6
Важко відповісти	6
Інше	-

Друга фокус-група

(надавала значення до фразеологізмів політиків/вводила ФО в контекст)

Кількість учасників – 12

За віком:

Менше 18	2
18-24	8
25-44	-
45-60	1
Більше 60	1

За статтю:

Жіноча	11
Чоловіча	1

За національністю:

українці	12
----------	----

За місцем народження:

Київ	5
Миколаїв	2
Дніпро	1
Київська область (с. Малі Лисівці)	1
Київська область (с. Рокитне)	1
Київська область (м. Бориспіль)	1
Полтавська область (м. Горішні Плавні)	1

Освіта:

Неповна середня	-
Повна середня	4
Вища	4
Інше:	
Неповна вища	2
Вчуся в школі	1
Поки не маю освіти	1

За спеціалізацією і місцем роботи:

Японська філологія
Економіка
Філологія
Філологія, копірайтерка
ГЗ, грантовий менеджер
Маляр (зараз на пенсії)
УАПР, викладач української мови (НМТ)
Навчаюсь на міжнародних відносинах
Працюю репетиторкою української мови здобуваю вищу освіту за спеціальністю українська філологія
УАПР, філологія, викладач української мови

Мова, якою людина спілкується в побуті (можна обрати кілька варіантів):

Українською	7
російською	-
І українською, і російською	4

Суржилом	8
Інше (українською і суржилом)	-

За кількістю мов, які знають включно з українською:

Кількість людей	Кількість мов, які знає
1	Лише українська
6	2
1	3
2	4
1	5
1	6

Серед мов: англійська (10); російська (4); німецька (3); польська (2); французька (1); італійська (1); іспанська (1); японська (1); іврит (1).

Якою мовою ви споживаєте медіа-контент (новини, соц-мережі тощо) (можна було обрати кілька варіантів відповіді):

Українською	9
російською	1
І українською, і російською	3
Іноземною (якою)	8
Різними (якими)	5
Мені не принципово	-

У варіанті «різними», було вказано такі відповіді:

Респондент	Відповідь
1	Англійська, японська, українська
2	Українська, англійська, німецька, іспанська
3	Французька, італійська, англійська
4	Залежить від контенту

Чи проживали Ви тривалий час в іншомовному середовищі? (так/ні; якщо так – де і скільки):

Так	1
Ні	11

Надавши відповідь “Так”, респондент вказав, що за час повномасштабного вторгнення перебував у Польщі 2 місяці.

Чи цікавитеся Ви політичними новинами?

Регулярно	3
Рідко	6
Майже не цікавлюсь	3
Не цікавлюсь зовсім	-

З яких джерел Ви отримуєте інформацію? (можна обрати кілька варіантів)

ТБ	3
Соцмережі	12
Онлайн-медіа	7

Друковані медіа	-
Інше	-

Чи звертаєте Ви увагу на образні вислови та фразеологізми у виступах політиків?

Так	4
Ні	3
Іноді	4
Не знаю	1

Чи використовуєте Ви фразеологізми у власному мовленні?

Часто	5
Іноді	4
Рідко	2
Практично не використовую	1
Не можу сказати/не знаю	-

Як Ви вважаєте, фразеологізми:

Посилюють емоційність і вплив висловлювання	8
Роблять мовлення зрозумілішим	3
Ускладнюють розуміння	-
Ні на що не впливають	1
Ваша відповідь/інше	-

Чи завжди Ви розумієте значення фразеологізмів без додаткового контексту?

Так	3
Іноді потрібен контекст	8
Ні	1

Чи впливають образні вислови на Ваше ставлення до мовця?

Так, позитивно	5
Так, негативно	-
Ні, не впливають	1
Важко відповісти	5
Інше	1

Обравши варіант відповіді “Інше”, респондент написав: “Так, але буває позитивно, а буває – негативно”.

Аналітична діаграма особистостей політиків. Мовна особистість

Під особистістю ми розуміємо конкретну людину, яка:

Є частиною певної країни, суспільства, групи тощо;

Розуміє хто вона, як ставиться до себе та інших, визнає яким є навколишній світ і дійсність. Людина пізнає себе крізь свідоме, індивідуальне несвідоме (свій досвід і колишні переживання), а також колективне несвідоме (архетипи, звичні образи, що сформувались досвідом людства);

Має певний вид діяльності і прагне до самовдосконалення/саморозвитку;
Вирізняється індивідуальним поведінковим і психічним набором рис (зокрема таких, яких вимагає від неї епоха, в якій живе людина), а також має власну систему соціальних і соціопсихічних якостей/звичок;

Має власну внутрішню “психосистему”, або ж внутрішній світ, що формує людину в цілому, її звички і бажання. На вимогу часу, або певних актуальних подій (війна, вірус тощо), людина може змінити набір звичок, перепрограмувати себе і пристосуватись до нових умов [3 Варій].

Так само, можемо говорити про поняття мовної особистості. Мовною особистістю, можемо вважати людину, яка готується і готова здійснювати мовлення і мовленнєві вчинки, сприймати і аналізувати мовлення/отриману інформацію від іншого суб’єкта, а ще є особистістю, яка може бути виражена в текстах або крізь мову. Така особистість (МО), має притаманну їй низку мовленнєвих здібностей, умінь, характеристик, які допомагають їй створювати і сприймати різні твори/тексти. Мовна особистість має свій лексичний і фразеологічний інвентар (вербальний і семантичний рівень), розширює наявну мовну картину світу (когнітивний рівень) і, зрештою, усвідомлює для чого здійснює мовлення (мотиваційний рівень) [3 Видайчук; 20 Папіш]. Для мовної особистості притаманний **ідіолект** (тобто її власна неповторна мовна картина світу, що також включає в себе чинники різних рівнів, від психологічного і емоційного, до соціального і фізичного) [3;22]. Серед сучасних дослідників і дослідниць **МО в українському мовознавстві** особливо виділяються такі, як: А. Загнітко, І. Данилюк, Л. Лисиченко, Т. Космеда, С. Куранова, О. Сахарова, Т. Сукаленко. Серед цих дослідників і дослідниць, у багатьох працях актуалізується соціолінгвістичний підхід, що дозволяє вивчати мовні типи різних професій, зокрема політиків (Н. Деренчук). Мовознавці наголошують на значенні **хронотопу**, тобто це період, доба, яка характеризується синтезом часу і простору, а також взаємодією мови і соціуму, що впливає на сприйняття мовця (особистості) в суспільстві і свідомості людей [5 Голубовська; 22 Селігей].

Розглядаємо поняття “особистості”, як багатовимірне, адже це не лише психологічна, а й соціокультурна, мовна та історична категорія. Особистість формується в міждисциплінарному полі, між архетипами колективного несвідомого (К. Юнг), мотиваційними структурами (Дж. Д. Белл), мовними проявами (Т. Космеда), тенденцією до самореалізації (К. Роджерс), а структура особистості поступово складається в процесі її соціального розвитку. Покликаючись на Г. Оллпорта, зауважимо, що особистість формується протягом усього життєвого шляху людини, і про це дослідникам варто пам’ятати. Її унікальність розкривається через комбінацію біологічного, соціального, культурного і мовного чинників. І, поєднання лінгвістичних, психологічних і філософських підходів дозволяє цілісно аналізувати цей багатогарний феномен особистості в умовах суспільних трансформацій, зокрема у контексті гуманітарних досліджень чи сфері публічної комунікації [3 Варій].

Людина взаємодіє зі світом, і реальність для неї розширюється, а що дедалі більше людина пізнає світ і отримує нову інформацію, то відбувається формування особистості.

Отже, беручи до уваги вищенаведену інформацію й деякі інші критерії, які ми вважаємо доцільними і важливими в контексті цього проєкту, хочемо коротко, в аналітичній діаграмі (таблиці), проаналізувати особистості політиків яких ми обрали для нашого дослідження. Зазначимо, що обрали ми саме чотирьох наступних політиків, оскільки на момент початку написання проєкту і впродовж усього часу роботи над ним, вони залишались ключовими фігурами в українському медіапросторі під час повномасштабного вторгнення (хтось із них активний і досі, але когось, як наприклад, Д. Кулебу, ми майже не бачимо нині). Їхня щоденна комунікація з суспільством та міжнародною спільнотою, виступи та інтерв'ю були спрямовані на інформування щодо актуальних питань та протидію російській пропаганді й дезінформації. До того ж, вони активно використовують фразеологізми в мові, що робить їхні виступи особливо цінними для аналізу ФО та емоційного впливу на українців, а також іноземців сьогодні [6 Деренчук].

Маємо такі дані й результати:

Політик				
	Зеленський В.О.	Порошенко П.О.	Кличко В.В.	Кулеба Д.І.
Дата і місце народження (вік)	Народився 25 січня 1978 року в місті Кривий Ріг Дніпропетровської області. 48 років.	Народився 26 вересня 1965 року в місті Болград Одеської області. 60 років.	Народився 19 липня 1971 року в с. Біловодське, Чуйська область, Киргизька РСР. З 1984 року родина переїхала до України. 54 роки.	Народився 19 квітня 1981 року в місті Суми. 45 років.
Освіта	Освіта вища. ДУЕТ і КНЕУ, спеціальність: “Правознавство”, кваліфікація юриста.	Освіта вища. КНУТШ, спеціальність: “Міжнародні економічні відносини”.	Освіта вища. Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, спеціальність: “Фізична культура і спорт”.	Освіта вища. КНУТШ, спеціальність: “Міжнародне право”.
Посада	Шостий і чинний Президент України (2019–зараз). Партія “Слуга народу”.	П’ятий Президент України (2014–2019). Партія “Європейська Солідарність”.	Чинний київський міський голова (2014-зараз). Партія “УДАР”.	Міністр закордонних справ України (2020-2024). Позапартійний. Зараз є старшим дослідником-

				нерезидентом Центру Белфера Гарвардської школи Кеннеді.
Соціальний імідж	“Слуга народу”, “президент з народу”, лідер спротиву, патріот, медійна фігура, “шоумен”, “маріонетка Коломойського”.	Патріот, “Армія, мова, віра!”, Томос, НАТО, бізнесмен, “Шоколадний король”, “Сивочолий гетьман”.	“Залізний кулак”, “Народний мер”.	“Дипломат нового покоління”, “Авторитетний голос на міжнародній арені”, інтелектуал, сімейна людина.
Архетип (за Юнгом)	“Герой”, бо, коли розпочалось повномасштабне вторгнення взяв на себе роль захисника держави. “Свій хлопець”, бо людина з народу, що хоче бути частиною суспільства, всім подобатись, і показувати себе чоловіком чесним, без масок. (Як Василь Голобородько, із серіалу “Слуга народу”. Серіалу, який і був своєрідним підґрунтям для подальшої президентської кампанії чинного президента)	“Мудрець”, людина, що має певний досвід, але прагне осягнути істину, і боїться помилитись у своїх судженнях чи вчинках. Більше теоретик, ніж практик. Багато говорить, але не так багато робить.	З одного боку, на наше переконання, найбільш яскравими можуть бути такі архетипи, як-от: “Герой” і “Свій хлопець”. “Герой”, тому, що Віталій Володимирович довів світові, що він вправний і компетентний у спорті, що він сильний, що він переможець. Щодо політики, то можемо говорити про другий згаданий архетип, бо він вирізняється деякою передбачуваністю і приземленістю, він не прагне неймовірної політичної слави, а просто є частиною суспільства на своїй посаді.	З одного боку, він має архетип “Дбайливий”, або принаймні намагається таким бути в медіа. Показує себе альтруїстом, виступає за добро, порядність, чесність, справедливість і рівність. А з іншого ж боку можемо бачити в ньому архетип “Свій хлопець”, бо після звільнення з посади, він намагається здаватись простішим, бути ніби ближчим до народу. А ще, можемо бачити в ньому архетип “Мудреця” (більше в минулому), бо він людина розумна, намагається досягати висот, не любить помилятись чи виглядати погано в очах суспільства, і, як нам здається, в будь якій ситуації знатиме, як йому треба поводитись.

Мотиванційний тип особистості за Дж. Д. Беллом	Ми вважаємо, що рідко, коли людина може належати до одного типу особистості. Натомість, частіше за все в ній може поєднуватись кілька типів, що логічно, адже всі ми різні, і наша особистість формується протягом усього життя, тож кожен з нас має в собі багато чого. Так і наші політики є різнобічними особистостями.			
	Ми вважаємо, що Володимир Зеленський “Той, що догоджає” + “Той, що виконує”, тому, що він із самого початку свого президенства позиціонував себе як “людина з народу”, намагаючись бути зрозумілим, емоційним і близьким до українців. Це те, що говорить про нього, як про “того, що догоджає”, тобто прагне отримати симпатію, схвалення і довіру. Навіть у період виборів 2019 року, від нього до його опонента звучала така теза: <i>“Я не ваш опонент. Я ваш вирок”</i> . Цим він певно хотів отримати народне схвалення, і показати серйозність своїх намірів щодо народу і виборів. А нині, під час повномасштабного вторгнення, можемо чітко простежити в особистості Зеленського риси “того, хто виконує”. Він намагається вдосконалити свій імідж лідера, адаптує свій стиль.	Петру Порошенку певно притаманні такі типи особистості як-от “Той, що досягає” + “Той, що командує”. Щодо першого типу, ми так вважаємо, тому, що він побудував свою політичну кар’єру як продовження бізнес-шляху, акцентуючись на самореалізації, застосовуючи стратегічне мислення і концентруючись на концептах державності. Його відоме гасло “Жити по-новому” апелювало до розвитку і трансформацій (а чи вдалось йому це?). Щодо другого типу, то у кризових ситуаціях (агресія росії 2014 року, Іловайськ, Мінські угоди та ін.), коли він був на посаді, він демонстрував типову поведінку “того, що командує”. Про це нам кажуть його тодішні прагнення контролювати ситуацію, деяка жорстокість і його системність у політиці.	Віталій Кличко це “Той, що досягає” + певною мірою “Той, що командує”. Ми так вважаємо, оскільки Кличко як спортсмен і політик є уособленням “Того, що досягає”, бо він зорієнтований на розвиток свого потенціалу, досягнення результату в цих сферах, але водночас прагне зберігати внутрішню цілісність. Але, частково в ньому прослідковуємо також риси “Того, що командує”, адже його діяльність у міській раді й під час обстрілів Києва демонструє відповідальність, рішучість і прагнення діяти. Він старається контролювати ситуацію, наскільки це можливо. Ось наприклад його цитата, що може нам це показати	Як нам здається, Дмитро Кулеба це “Той, що досягає” + “Той, що догоджає”, оскільки (щодо першого типу) він постійно розширював і розширює свої можливості і компетенції (від класичної дипломатії до інформаційної війни чи цифрової комунікації). Його робота – це прагнення до самореалізації через знання, вплив і ефективність. Водночас зауважимо, що його спокійний, ввічливий, стратегічно приємний задля того, щоб справити хороше враження на аудиторію тон є показниками рис “того, що догоджає”.

Мови, якими володіє	Українська, англійська, російська.	Українська, англійська, російська, болгарська, румунська, польська.	Українська, англійська, німецька, російська.	Українська, англійська, російська, французька.
Стиль мовлення	Часом неформальний, емоційний чи іронічний. А втім, здебільшого офіційний і серйозний (особливо зараз, під час повномасштабної війни, коли потрібно вирішувати дуже важливі питання).	Володіє мистецтвом риторики, вміє впливати на аудиторію. Зазвичай стиль мовлення офіційний, урочистий, часом патетичний, або емоційний.	Цей політик прямолінійний і чіткий, доволі енергійний. Зазвичай його стиль мовлення спокійний, офіційний, але часом може бути неформальним.	Його стиль мовлення дипломатичний і переконливий. Зазвичай також його стиль мовлення офіційний, але не позбавлений гумору.
Мовний імідж у медіа	Серйозний, переконливий, часом емоційний, або й навіть мемний чи іронічний (залежно від контексту повідомлення, яке хоче донести Президент).	Переважно офіційний та ідеологічний, часом емоційний чи мемний.	Переконливий, сильний, народний, інколи мемний чи іронічний.	Інтелектуальний, дипломатичний, сучасний.
Сприйняття аудиторією/е моційно-психологічн а реакція на образ	Харизматичний, “свій”, людяний, новатор. Промови Зеленського і його мовлення, більшою мірою викликають захват і довіру в українців, хоча й не позбавлені критики. <i>Згідно з останніми опитуваннями Київського міжнародного інституту соціології, довіра українських виборців до глави держави складає, станом на травень 2026 року 58%. 36% опитаних не довіряють Зеленському, а ще 6% не визначились. Лише 28% респондентів готові бачити Зеленського на посаді, після завершення війни. Згідно з попереднім</i>	Професіонал, але дещо поводить ся пафосно. Виступи Порошенка і його мовлення, подекуди викликають повагу, інколи розчаровують людей, або й критикуються українцями. <i>Згідно з результатами опитування і соціологічного дослідження 2024 року (останнє опитування щодо 5 Президента), Петру Порошенку скоріше не довіряють або повністю не довіряють 75,7% українців. Повністю довіряють лідеру “Європейської</i>	Кличка вважають доволі хорошим мером, який ще й був прекрасним спортсменом, а його рішучість і фізична присутність викликають повагу. Але, як і будь якого іншого політика критикують, зокрема його мовні помилки й невдалі висловлювання стають предметом жартів чи осуду. <i>Станом на 2023 рік, згідно з результатами опитування Київського міжнародного інституту соціології, до трійки лідерів за</i>	Кулеба сприймався, і певно сприймається як професійний і відданий дипломат. Його прямота й емоційність викликають довіру у громадськості. А втім, не можемо не погодитись з тим, що деякі висловлювання Кулеби бувають неоднозначними чи недоречними (як наприклад про “лопати”) і викликають негативну реакцію й критикуються. <i>Згідно з опитуванням 2024 року, що було проведене соціологічною групою “Рейтинг”,</i>

	<i>опитуванням (2025 року), рівень довіри знизився. Причини недовіри: загальна недовіра ще з довоєнного періоду, невдоволення перебігом війни, невиконані обіцянки.</i>	<i>солідарності” лише 5,2% опитаних.</i>	<i>довірою належав В. Кличко з показниками довіри 52% і недовіри – 43%. Проте у випадку В. Кличка досить значне просідання довіри було у травні 2022 року йому довіряли 74%, не довіряли – 18%.</i>	<i>24% українців цілком схвалюють дії колишнього Міністра закордонних справ, 40% скоріше схвалюють, 11% скоріше не схвалюють і 9% зовсім не схвалюють.</i>
--	---	--	---	--

2.2. Асоціативні поля фокус груп

Асоціативні поля слів-стимулів першої фокусної групи

Технологія проведення спрямованого експерименту для визначення асоціативних полів слів-стимулів.

10 березня 2026 року 23 інформантам було запропоновано надати асоціативні реакції, тобто записати продовження **40** таких слів-стимулів (частин фразеологізмів): “*воїни; стерти з; великий; падати; залишатись за; не дотримувати(ся); мурахи (пробігли); піти на; сісти за стіл; покласти; давати (пожинути); підкидати (підливати); поставити; вікно; віддати; диванна/диванні; сховати голову; бити на; зламати; водити за; грати з; лити воду на; дерти; винаходити; заплатити; п'ята; зрушити з; цап; робити з; (не) станемо на; проливати; закручувати; опускати; схиляти; і вдень; лакмусовий; земля під ногами; битись головою; дивитись в; говорити (грати) в”*. Можливість по 1-2 реакції на кожне.

Було створено гугл-форму зі списком слів і необхідними запитаннями, яка надсилалася респондентам через соціальні мережі. Слова-стимули усно не озвучувались. Учасникам потрібно було записати відповіді протягом 30 секунд на кожне слово. Вибір реакцій обмежувався зазначеними раніше умовами (респонденти мали надавати реакції одного типу, а саме записувати продовження фразеологізму, яке вони вважали правильним, і таке яке перше спадало їм на думку). Час для запису асоціацій склав 15 хвилин. Під час проведення експерименту, було враховано застереження дослідників [17 Мартінек], що при жорсткому обмеженні часу учасники дають типові відповіді, а при розумному збільшенні часу збільшується різноманітність реакцій, що призводить до унікальних відповідей. Анкетування було анонімним.

На основі анкет було створено базу із **більш ніж 900 реакцій [додаток 3]**, які стали фактичним матеріалом для дослідження. Треба зауважити, що на окремі слова-стимули деякі інформанти дали 1-2 реакції, а на деякі слова взагалі немає реакції.

Асоціативні поля слів-стимулів другої фокусної групи

Технологія проведення спрямованого експерименту для визначення асоціативних полів слів-стимулів.

23 березня (через 10 днів після проведення першої частини експерименту) 2026 року, вже **12 інформантам** було запропоновано записати значення таких 40 слів-стимулів (фразеологізмів): *“воїни світла; стерти з лиця землі; великий обмін; падати духом (дух падає); залишатись за бортом; не дотримувати(ся) свого слова; мурахи по шкірі (пробігли); піти на небеса; сісти за стіл переговорів; покласти край кровопролиттю й війні; давати (пожинути) плоди; підкидати дрова (підливати олії) у вогонь; поставити крапку; вікно можливостей; віддати життя; диванна сотня (диванні війська); сховати голову в пісок; бити на сполох; зламати хребет; водити за ніс; грати з вогнем; лити воду на млин; дерти горло; винаходити велосипед; дорогою ціною заплатити; п'ята колона; зрушити з мертвої точки; цап-відбувайло; робити з ялівця слона; (не) станемо на коліна; проливати кров; закручувати гайки; опускати руки; схилити голову; і вдень і вночі; лакмусовий папірець; земля під ногами палає; битись головою об стіну; дивитись правді в очі; говорити (грати) в одну дудку”*.

Можливість – 1-2 реакції на кожне слово-стимул (а тобто респонденти мали надати значення до фразеологізмів політиків, або/та могли ввести ФО в контекст, якщо так було простіше показати розуміння мовної одиниці).

Було створено гугл-форму зі списком фразеологізмів і необхідними запитаннями, яка надсилалася респондентам через соціальні мережі. Слова-стимули усно не озвучувались. Учасникам потрібно було записати відповіді протягом 30 секунд на кожне слово. Вибір реакцій обмежувався зазначеними вище умовами (респонденти мали надавати реакції одного типу, а саме записувати те значення фразеологізму, яке вони вважали правильним, і таке яке перше спадало їм на думку). Час для запису асоціацій склав 15 хвилин. Під час проведення експерименту, було враховано застереження дослідників [17], що при жорсткому обмеженні часу учасники дають типові відповіді, а при розумному збільшенні часу збільшується різноманітність реакцій, що призводить до унікальних відповідей. Анкетування було анонімним.

На основі анкет було створено базу із **більш ніж 500 реакцій [додаток 3]**, які стали фактичним матеріалом для дослідження. Треба зауважити, що на окремі слова-стимули деякі інформанти дали 1-2 реакції, а на деякі слова взагалі немає реакції.

2.3. Когнітивна інтерпретація результатів експерименту

У сучасному мовознавстві спостерігається активне зростання інтересу до **когнітивного підходу** як до методологічної основи аналізу мови, мислення та їхнього значення. Психологи, які об'єдналися довкола цього підходу, стверджують, що людина не машина, не робот і не система, яка сліпо і механічно реагує на внутрішні чинники або на події у світі, а навпаки, розумові людини доступно набагато більше [3 Варій].

Зауважимо, що **“когнітивний підхід у психолінгвістиці**, це такий підхід, при якому визначається роль пізнавальних процесів у мовленнєвій діяльності” [5 с. 58 Воробйова].

А якщо окреслювати когнітивний підхід з погляду лінгвістики, то скажемо про те, що когнітивна лінгвістика, яка виникла в 1989 р., є мовознавчим напрямком, в

якому детально досліджується мова як інструмент, що допомагає показати й видозмінити інформацію, але водночас є галуззю, що розглядає мову, як головний засіб концептуалізації світу, закріплення, збереження, переробки й передачі знань, або ж інструментом, що допомагає показати знання, досвід, емоції та оцінки у мовленні [12 Карпенко; 5 Воробйова].

Значення мовної одиниці в когнітивному підході розуміється не як щось стале/статичне, а як результат процесу, результат логічної обробки інформації, результат включення її до когнітивної структури. Тож, кожне слово чи фразеологізм у мовленні функціонує не лише як носій прямого значення, а і як “скриня” з прихованою в ній певною логічною структурою знань [22 Селіванова].

І ми погоджуємось із твердженням М. Кочергана, що когнітологія наука комплексна. І поділяємо наведену ним думку американського ученого К. Стеннінга, який казав: *“Складіть разом логіку, лінгвістику, психологію й комп'ютерну науку, і ви отримаєте когнітивну науку”* [15, с. 147 Кочерган].

Значення завжди має багато шарів, і при цьому важливо враховувати **конотативний рівень**, тобто *сукупність асоціативних значень*, які виникають у реципієнта під впливом слова. Це і є структура **асоціативного значення**, яке пов'язане з індивідуальним та колективним досвідом, контекстом мовлення чи навіть культурними стереотипами.

Семантичне поле, сформоване навколо слова або фразеологізму, охоплює низку пов'язаних понять, образів, емоцій, оцінок, історичних чи соціальних алузій. У випадку політичних фразеологізмів це поле часто охоплює не лише мовні асоціації, а й персональні (особа мовця), емоційні та контекстуальні (війна, реформи, епідемії та ін.) компоненти.

Спрямований асоціативний експеримент виявляє і зв'язує уявлення, які зумовлені попереднім досвідом і теперішні уявлення викликані попереднім. Сукупність, або ж поле реакцій допомагає вдало пояснювати психологічну структуру простого слова як складне і багатоаспектне явище (особливо, що стосується емоційності). Знання змісту, кожного із запропонованих слів, зазвичай залежать від низки факторів, до яких входить як і рівень освіченості реципієнта, його професійне спрямування чи сфери зацікавлень, загалом життєвий досвід та знання, певні ситуації, що трапились на життєвому шляху людини тощо. Це все формує людину і її (мовну) картину світу, яка у кожної окремої людини різна, бо ми всі унікальні (і формуємось як особистість впродовж усього життя, під впливом різних чинників) [22 Селіванова].

До **ядра** належать найуживаніші значення, а до **периферії** усі інші слова, які вжили найменше. Також до ядра належать нейтральні слова, слова, що містять оцінки та індивідуальний досвід тощо.

Тож, щоби виявити особливості мовної/національної свідомості народу, його картини світу, з'ясувати чому так чи так сформувались зв'язки у свідомості, які компоненти яким підпорядковуються, які компоненти слова-стимулу є яскравішими, і яким словам яке значення надається, та як позиціонується в соціумі, використовують асоціативні експерименти (зокрема і спрямований, який є дієвим способом і допомагає пізнати універсальний досвід, який відбився у глибинній національній культурній пам'яті). [5 Воробйова; 16 Куранова].

Аналіз окремих асоціативних полів слів-стимулів

Серед значної кількості класифікацій реакцій досі не існує такої, яка б вважалася універсальною і загальноприйнятою, оскільки складно виділити універсальні параметри, які одночасно враховували б форму, зміст, тип реакцій. Тому, для класифікації отриманих реакцій було взято за основу класифікацію Д.І. Терехової, Л.В. Кушмар, на яку в своїй праці посилається дослідниця О.В. Денисевич (класифікацію, яка з лінгвістичної точки зору вважається найкращою) [8 Денисевич]. У цій класифікації дослідниці виділяють такі типи асоціацій як-от: 1) парадигматичні (внутрішні); 2) синтагматичні (зовнішні); 3) тематичні; 4) словотвірні; 5) граматичні; 6) фонетичні; 7) власні назви; 8) аббревіатури; 9) ремінісцентні; 10) емоційно-оцінні; 11) іншомовні. Завдяки такому підходу, враховуються різні аспекти зв'язку між стимулом і реакцією.

Ми вирішили обрати 13 найяскравіших прикладів із проведеного нами спрямованого асоціативного експерименту [додаток 3], що показують, як на свідомість українців та українок вплинуло повномасштабне вторгнення. Аналізуватимемо разом реакції обох груп на фразеологізм (продовження фразеологізму і його значення, які надавали респонденти).

“Воїни світла” (воїни). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є світла і “воїни добра”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Воїни асоціюються зі світлом і добром, як із рядками пісні “Воїни світла” – соціально-контекстуальна/культурна ознака.

Воїни також асоціюються зі світлом і добром, бо світло виступає метафорою добра, життя, праведності і перемоги над злом, а воїни борцями за справедливість – оцінно-етична ознака + бінарна опозиція “світло-темрява”.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Реакції-аббревіатури: воїни ЗСУ.

Реакції, що є власними назвами: “Кіборги”, “Крут”.

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на ознаку:

За якістю: переможці, захисники, шляхетні, борці за мир.

За належністю: українські воїни, хоробрі українські захисники (які попри все боролись та борються за Україну), світу.

Реакції які вказують на дію (відносно до особи/предмета): не плачуть, ті, хто воюють за добро, люди, які стоять за справедливість; люди які стоять за правду і добро.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з позитивною оцінкою): люди з добрими намірами та діями.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з негативною оцінкою): складні люди, пісня російською мовою ☹️, не воїни

Великий обмін (великий). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “цабе”, “обмін” і “обмін полоненими”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Слово “Великий”, у респондентів асоціюється з іншим фразеологізмом “велике цабе”, що демонструє те як масштабність ключових особистостей накладається у свідомості респондентів на масштабність подій (зокрема влада і політики асоціюються з впливовістю, але і з деякою зарозумілістю/некомпетентністю (фразеологічна асоціація)).

Слово “Великий” у свідомості респондентів теж наповнюється воєнним контекстом, і свідчить про те, що чи не будь-який обмін сприймається як перемога (зокрема на державному рівні (функціонально-прагматична).

Слово “Великий” також асоціюється з “обміном полоненими”. Лексема конкретизується, масштабується і набуває важливого значення. Повернення наших людей це важлива подія для кожного.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на ознаку:

За якістю: сліпий, товстий,

За належністю: НАШИМИ полоненими,

Реакції які вказують на дію (безвідносно до особи/предмета): відбувся великий обмін полоненими, коли обмінюють багато захисників, обмін багатьох речей.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з позитивною оцінкою): молодець, розум, герой, духом, потенціал.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з негативною оцінкою): виклик, рахунок.

Емоційно-оцінні реакції (реакція виражена просторічною лексикою): хрін бумажний.

Парадигматичні реакції: обмін солдатами/полоненими, велика угода, звільнення військовополонених.

Тематичні реакції: пан, будинок, льох, та прудкий, та неосяжний.

“Залишатись за бортом” (залишатися за). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “бортом”, “кадром”, “спиною”, “дверима”, “не брати участі”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Асоціація “бортом” (структурна) свідчить про цілісність відтворення фразеологізму у свідомості респондентів, де образ “борту” виступає символічною межею між активною залученістю та вимушеною ізоляцією.

Реакції “за кадром”, “за спиною”, “за дверима” (просторові/метафоричні), відображають сприйняття фразеологізму через візуальні образи прихованих процесів. Щодо політичного контексту, то, люди сприймають цей “образ”, як такий, що вказує на те, що людину свідомо усунули, сховали, відсторонили від масштабних процесів або справи. Когось зробили “невидимим” для суспільства, або навпаки, деякі важливі деталі справ політики приховали від народу.

Пояснення фразеологізму, частотною реакцією “не брати участі” свідчить про достатнє розуміння його респондентами, а також вказує на деяку відстороненість. Така реакція вказує на стан соціальної пасивності народу, або виключення певних осіб з важливих справ/державотворчих процесів, особливо у воєнний час.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на ознаку:

За процесуальною ознакою: усунений (від участі в чомусь), бути вигнаним (звідкись).

Реакції які вказують на дію (відповідно до особи/предмета): не потрапити туди куди хотів, не отримати вигоду, не цікавитись тим, що відбувається, не бути в темі, залишатися за межами подій, залишатися осторонь якихось обставин.

Ремінісцентні реакції: “як у Бога за пазухою” (у безпеці), “за сімома печатями” (приховано, недоступно).

Тематичні реакції: місці, лаштунками, пагорбом, межами, межами простору, парканом, берегом.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з негативною оцінкою): бути зайвим;

Піти на небеса (піти на). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “ви”, “сторони”, “дно”, “компроміс”, “померти”, “вмерти”, “загинути”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

“Ви” (історико-героїчна/мобілізаційна), реакція, що прямо відсилає нас до цитати князя Святослава “Іду на ви!”, що говорить нам про те, як у свідомості респондентів на час повномасштабного вторгнення, ідея жертвності замінюється ідеєю наступу і спротиву. Свідомість шукає опору в історичних сильних образах, демонструючи готовність до активної боротьби, а не смиренної смерті.

“Компроміс” (емоційна/заспокійлива), реакція, що говорить нам про готовність народу до мирного врегулювання війни, а також вказує на втому населення від напруги, бойових дій і очікування.

“Сторони” (просторова). Така реакція може говорити нам про наслідки воєнних дій, які вплинули на життя різних респондентів. Імовірно тут йдеться про те, що, внаслідок активних бойових дій, люди були вимушені переїхати і осісти на різних “сторонах” земної кулі, хочуть бути там де безпечно.

“Дно” (радикальна). Така асоціація може бути пов'язана з “руським воєнним кораблем”, який ми хотіли відправити на дно. Така асоціація переносить вектор смерті з “нас” на “ворога”. Перехід від ролі жертви, до ролі того, хто перемагає, відправляє на дно. Але, з іншого боку, така реакція може бути пов'язана з песимістичними настроями, що побутують серед населення.

Пояснення фразеологізму частотними реакціями “померти/вмерти/загинути” (захисно-евфемістична/табуїтована), можемо пояснити тим, що, респонденти розуміють фразеологізм, але водночас відчують, що тема для них є травматичною.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Ремінісцентні реакції: “піти з життя” (стійка словосполучка, що означає –

померти), кузнєцов гору (цитата, або фразеологізм чи трансформований фразеологізм), “на всі чотири боки” (куди завгодно), “на край землі” (світу) (дуже

далеко)), “(вийти) на герць” (вступити в двобій), “напролом” (всупереч всьому), “на поступки” (підкорятися).

Емоційно-оцінні реакції (реакція з позитивною оцінкою): здибанку.

Емоційно-оцінні реакції (комбінована (емоційно підсилена емотиконом): тут матюк має бути 😊.

Емоційно-оцінні реакції (реакція з негативною оцінкою): повідку, розстріл, три букви.

Тематичні реакції: пролом, навтьоки, здибанку.

Покласти край кровопролиттю й війні (покласти). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “край”, “руку на серце”, “кінець”, “болт”, “завершити війну”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Реакції “Край” і “кінець” (завершальні), відповідають заданому нами фразеологізму, а також можуть вказувати на бажання респондентів якнайшвидше закінчити війну, або будь які важливі справи чи негаразди (закінчується межа терпіння і фізичних можливостей).’

Реакція “руку на серце” (емоційна) є доволі патріотичною і може бути пов’язана з гімном України, але більшою мірою зі щирістю, а також може вказувати на те, що бажання завершити війну є не стільки політичним актом, а скільки питанням честі, правди та щирих намірів.

Реакція “болт” (прагматично-нігілістична/знецінювальна) відображає втому і зневіру, а також деяку байдужість до політичних подій, що відбуваються. Респонденти повною мірою виказують своє іронійне ставлення до, зачасти, порожніх обіцянок політиків. Бачимо, що в суспільстві переважає чималий відсоток скептиків, що не вірять у швидке або справедливе закінчення війни.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на дію: закінчити/зупинити/завершити (доготривалу, криваву) війну (суперечку, морок і страждання).

Емоційно-оцінні реакції (реакція з позитивною оцінкою): нарешті закінчити війну, закінчити морок і страждання (відчувається твердий намір, впевненість і радість від стомлюючого очікування кінця).

Емоційно-оцінні реакції (реакція з негативною оцінкою): завершити боротьбу; перестати воювати (у відповідях є флер зневіри, відчувається, ніби ми здаємось)

Парадигматичні реакції: покласти край кровопролиттю і війні.

Тематичні реакції: перемир’я, гроші, руки на плечі.

Ремінісцентні реакції: всьому край (закінчити), край війні (закінчити війну), “покласти життя/голову/(на) душу (померти)”, “покласти руки” (мається на увазі або “скласти руки” – здатися, або “докласти руки” – взяти участь (або просто звичайну дію, коли ми кудись кладемо руки)), “покласти хрест” (певно мається на увазі – “поставити хрест”, тобто зневірися).

Вікно можливостей (вікно). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “можливостей”, “в Європу”, “багато можливостей”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Реакція “можливостей/багато можливостей” (структурна/інтенсивна) свідчить про те, що у свідомості реципієнтів фразеологізм закріпився як цілісний вислів. Вікно можливостей – період, коли є вдала нагода зробити те, що хотілось/необхідно було (усі респонденти, що надавали значення відповіли правильно). “Багато можливостей” є емоційнішою реакцією, що вказує на позитивне очікування розширення горизонтів можливостей.

Реакція “в Європу” (геополітична/векторна) демонструє, що респонденти добре розуміють політичний контекст (зокрема і мемний). Вираз розуміємо не як щось абстрактне, а як конкретний, поетапний історичний шлях України в європейське майбутнє. Учасники опитування вбачають надію на європейську інтеграцію, що відбудеться, коли “вікно” відчиниться.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на ознаку:

За якістю: пусте, таке чисте.

За різновидом (яким є вікно і куди воно веде): у майбутнє або у пекло, в інший світ.

Тематичні реакції: життя, активності, можливості які легко використовувати, збірка можливостей, сукупний образ, можливості які відкриваються перед людиною.

Власні назви:

Реакції, що є власними назвами (термін/персоналія): Овертона.

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою (комбінована і підсилена емотиконом):

вийти у вікно (вибачте 😊), сприятливий період, можливість досягти успіху, шанс на зміни, підтримка оточуючих, купа всього.

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): пусте, не двері.

П'ята колона (п'ята). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “точка”, “колона”, “Ахіллеса”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Реакція “точка” (побутово-анатомічна/евфемістична) показує, що деякі респонденти жартівливо переосмислили слово-стимул (числівник) і пов'язали його з частиною тіла. Обрали таку відповідь більшість людей певно тому, що вирішили з іронією поставитись до гострого політичного терміну/фразеологізму на позначення зради, замінивши його побутовим евфемізмом на позначення сидниць (ми намагаємось через гумор чи іронію знизити рівень тривоги, чи напруги). Або, просто, респонденти це знали цього міжнародного вислову, а тому обрали добре-знайому для всіх асоціацію.

Відповідь “колона” (структурно-відтворювальна) є правильною, і підтверджує наші думки, що вираз є стійким мовним кліше у політиці, а також є зрозумілим більшості населення, а разом фіксується у свідомості як єдиний образ внутрішнього ворога чи прихованої загрози.

Асоціація “Ахіллеса” (інтертекстуально-зміщувальна) вказує на когнітивну заміну одного фразеологізму іншим. Респонденти сприйняли слово-стимул не як числівник, а як іменник. Це маркує сприйняття слова-стимула не лише як такого,

який пов'язують зі зрадниками, але і зі “слабким місцем” держави, вразливу зону через яку ворог може завдати критичного удару.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Тематичні реакції: колінка, ступінь, кінцівка, прихильник в тилу ворога, послідовники ворога в тилу, внутрішні вороги.

Граматичні реакції: зайва, зайве, зайвий (бачимо різні граматичні форми однієї реакції “зайвий”).

Власні назви:

Реакції, що є власними назвами (вулиці): авеню (5 авеню це вулиця в Нью-Йорку, що є найдорожчою вулицею у світі).

Ремінісцентні реакції:

Реакції, що виникли як реакції на порядковий числівник (п'ята): “(сьома) вода на киселі” (далекий родич), “нога у воза” (колесо)/сторона світу (щось непотрібне/небажане). Останнє, є авторською видозміною фразеологізму.

Реакції, що виникли як реакції на іменник (п'ятка): “Ахіллесова” (слабке місце), “накивати” (утекти).

Емоційно-оцінні (комбінована (емоційно посилена розділовим знаком)): зайвий?

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): щось непотрібне.

Синтагматичні реакції (вказують на дію): люди, які займаються антидержавною діяльністю в країні; люди, які діють на користь ворога.

Робити з ялівця слона (робити з): Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “мухи слона”, “з любов'ю”, “перебільшувати”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Відповідь “мухи слона” (заміщувальна/інтертекстуальна) свідчить про домінування більш вживаного і усталеного фразеологізму, і показує, що він є зрозумілим та широкоживаним серед населення. Респонденти автоматично замінюють авторський трансформований фразеологізм у більш звичному образі.

Реакція “з любов'ю” (емоційна) показує, що людина, яка надавала таку асоціацію, обрала не думати складно або негативно, а натомість обрала більш приємний і знайомий концепт любові, варіант який частіше чує у своєму житті.

Пояснення фразеологізму частотною реакцією “перебільшувати”, показує, що респонденти добре розуміють суть фразеологізму, тому надають правильне його значення.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на дію (відносно до особи або предмета/безвідносно до особи/предмета): роздувати, робити маленьку проблему візуально великою, переігрувати ситуацію, роздувати дрібницю у значну річ, сильно перебільшувати, перебільшити ситуацію.

Словот

вірні реакції:

Мають один корінь зі стимулом: робити маленьку проблему візуально великою.

Власні назви:

Реакції, що є власними назвами (термін): гіпербола (художній засіб перебільшення).

Ремінісцентні реакції: “когось дурня” (ставити когось у смішне становище).

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): драматизувати, не роздувати діло, “себе жертву”, божою поміччю.

Емоційно оцінні (виражені розмовно-просторічною лексикою): гімна і палок.

(Не) станемо на коліна (не станемо на): Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “коліна”, “заваді”, “не здамося”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Асоціація “коліна” (символічна) свідчить про миттєве розуміння фразеологізму.

Образ “колін” виступає символом покори, а заперечна частка “не” одразу в свідомості респондентів викликає реактивну відповідь, а саме відмову від капітуляції (показуємо, що ми незламні).

Продовження фразеологізму “заваді” (змішувальна/інтертекстуальна) відсилає нас до іншого стійкого вислову. Така реакція свідчить про стійку позицію респондентів, яку можемо сприймати по-різному (оскільки частка “не” вказана в дужках). По-перше, сприймаємо таку реакцію як таку, що вказує на те, що респонденти замість того, щоб ставати на коліна (“не станемо на коліна”), обирають протидіяти ворогові (“станемо на заваді”). По-друге, якщо врахуємо заперечну частку не у відповіді, то можемо сприйняти відповідь респондентів як таку, що демонструє їхню пасивну позицію, байдужість і бездіяльність (“ми не станемо на заваді, і не перешкоджатимемо ані ворогові, ані своїм”).

Пояснення фразеологізму частотною реакцією “не здамося” (дієво-установче) є правильним, бо передає усю суть мовної одиниці, а також демонструє конкретні патріотичні і войовничі наміри учасників опитування.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Тематичні реакції: не піддаватися, “не підчинятися комусь”, за будь-яких умов “стояти до кінця”.

Ремінісцентні реакції: “ті самі граблі” (знову помилятися), здатись або не здатись (відсилка до відомої Шекспірівської фрази з Гамлета: “Бути чи не бути...”), на ноги (стати на рівні ноги) (вирости/стати сильнішим), “стати на бік” (підтримати когось), “на цей шлях” (розпочати якусь справу), “на дорозі” (перешкоджати).

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою): ми все зможемо, стати на захист, на лінію перемовин, захищатимемо навіть свою гідність,

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): принижуватися, на іншу сторону (зрада).

Емоційно оцінні (виражені розмовно-просторічною лексикою): на перекур, не скотимось.

Проливати кров (проливати). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “кров”, “сльози”, “крокодилячі сльози”, “світло”, “вбивати”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Відповідь “кров” (структурна реакція) підтверджує загальну впізнаваність фразеологізму, і показує, що образ “крові” втратив метафоричність і перетворився на жорстоку реальність.

Реакція “світло” (оптимістична/зміщувальна) є доволі несподіваною, але важливою і позитивною. Ця реакція відсилає нас до іншого стійкого вислову “проливати світло”, який означає пояснювати щось/викривати таємницю. Можемо припустити, що респонденти бажають дізнатися усі приховані деталі і усю інформацію про повномасштабне вторгнення.

Асоціації “сльози” і “крокодилячі сльози” (емоційні) показують тісний зв’язок між болем та горем. А образ крокодилячих сліз додає відтінок недовіри до ворожої чи зовнішньої жалоби, маркуючи її як фальшиву.

Частотну реакцію “вбивати” (діяльнісна й летальна) можемо пояснити тим, що, слово “вбивати” прямо свідчить про наслідок дії. Респонденти не романтизують пролиту кров, а чітко ідентифікують її як акт насильства та позбавлення життя.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на предметність (спосіб здійснення): повз нього

Реакції які вказують на дію (відносно до особи або предмета/безвідносно до особи/предмета): страждати, боротися, воювати, отримувати травми.

Тематичні реакції: загибель,

Ремінісцентні реакції: “як з відра” (сильний дощ), “проливати піт” (важко працювати), “віддати життя” (померти).

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою): воювати за переконання, боротися за щось/когось.

Емоційно-оцінні з негативною оцінкою): страждати, жертвувати, отримувати травми, помирати внаслідок ворожих дій.

Власні назви: Реакції, що є власними назвами (країн): Україна.

Схиляти голову (схиляти). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “голову”, “голови”, “на свій бік”, “виявляти глибоку повагу”, “поважати”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Реакції “голова/голови” (структурно-автоматична) підтверджують цілісність сприйняття фразеологізму. Це базовий жест, що виникає у свідомості респондентів, і який вони пов’язують з частиною тіла і повагою.

Відповідь “на свій бік” (трансформаційно-маніпулятивна).

Пояснення фразеологізму частотними реакціями “поважати/виявляти глибоку повагу” (ціннісна) розкриває основний емоційний сенс вислову. У воєнний час, такий жест перестав бути просто жестом, а став когнітивним маркером національної скорботи та визнання подвигу героїв.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Реакції які вказують на дію (відносно до особи або предмета): ми “схиляємо голову” перед героями і переможцями, “схиляємо голову” перед талантом чи захисниками.

Тематичні реакції: до насилля, до чогось (це до іншого), до думки.

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою): виявляти повагу, показувати пошану, погоджуватися.

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): продаватися комусь, коритися, здаватися.

Дивитись правді в очі (дивитись в). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “майбутнє”, “очі правді”, “дзеркало”, “стелю”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Асоціація “майбутнє” (прогностична) може говорити про те, що деякі респонденти зміщують свій фокус уваги з теперішніх проблем на очікування подальшого розвитку подій, сподіваючись на краще майбутнє і закладаючи фундамент для планування завтрашнього дня.

Відповідь “очі правді” (дзеркальна) фіксує класичне відтворення фразеологізму і вказує на те, що респонденти готові чесно прийняти реальність, навіть якщо вона болюча.

Реакції “дзеркало” і “стелю” (предметні (рефлексивна і пасивна)) пов’язані з предметами побуту, що є звичними для нас. Наприклад, словосполуча “дивитися в дзеркало” може позначати процес самоідентифікації та відповідальності перед самим собою, що є важливим для формування свідомого українця чи свідомої українки. Стеля тут же може відображати розгубленість, безпорадність або небажання приймати складну дійсність (респондент радше дивитиметься в стелю та ігноруватиме неприємності).

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об’єднати в такі лексичні групи:

Реакції які вказують на дію/ознаку (відносно до особи або предмета/безвідносно до особи/предмета): усвідомити, прибрати всі ілюзії і побачити правду, оцінювати стан речей, прийняти результат, подію чи відносини (не прятатись, якщо результат не влаштовує), визнавати, розглянути правдиву ситуацію відверто.

Тематичні реакції: даль, далечінь, один бік, небо, вікно, стіну.

Ремінісцентні реакції: “світле майбутнє”, “(як) баран на нові ворота” (розгублено), “завтрашній день” (відома фраза Віталія Кличко), “дивитись в корінь” (звертати увагу на головне), “дивитися в рот” (з цікавістю), “дивився як у воду” (пророкувати), “дивитись (правді) в очі” (визнавати дійсність).

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою): зрозуміти свій вибір, знати правду.

Емоційно-оцінні (з негативною оцінкою): небуття, порожнечу, стіну.

Говорити (грати) в одну дудку (говорити (грати)). Аналіз показав, що основними лексемами ядра є “мовчанку”, “одні ворота”, “діяти спільно”.

Реакції виділили такі когнітивні ознаки:

Реакція “мовчанку” (конфліктно-захисна) говорить про те, що, імовірно респонденти обирають протилежну до слова “говорити”, реакцію “мовчати”, бо, сприймають комунікацію як потенційну загрозу безпеці або інструмент приховування інформації, що є характерним для кризових періодів.

Асоціація “одні ворота” (прагматична (одностороння)), вказує на розуміння сучасної політичної ситуації як нерівної або маніпулятивної, де одна сторона грає нечесно або має певну перевагу (заміна музичної метафори спортивною).

Пояснення фразеологізму частотною відповіддю “діяти спільно” (кооперативна) полягає у тому, що реакції повністю відповідають значенню заданого нами

фразеологізму. Але тут, реакції передають радше позитивну установку на єдність та згуртованість нашого суспільства, що є критично важливим для нашої країни сьогодні.

Периферійною частиною асоціативного поля стали слова з меншою частотністю. Їх можна об'єднати в такі лексичні групи:

Синтагматичні реакції:

Реакції які вказують на ознаку:

За якістю: небезпечні/дивні ігри, пусту.

Реакції які вказують на дію (відносно до особи або предмета/безвідносно до особи/предмета): поклонятись комусь одному, піддаватись, повторювати.

Тематичні реакції: п'ятьму, пустоту, правду, квача, в один голос.

Ремінісцентні реакції: “грати дурня” (прикидатись нетямущим), головну скрипку (мати провідну роль).

Емоційно-оцінні (з позитивною оцінкою): одностудії, командна робота, співпрацювати, дотримуватися однієї версії прилюбій ситуації.

Емоційно-оцінні (з негативною ознакою): небезпечні/дивні ігри, піддаватися, не бачити інших варіантів,

Іншомовна реакція: (поширення загальних) меседжів (ідей/повідомлень), в соло (самостійно).

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі нашої роботи було детально розглянуто психолінгвістику як науку і її підхід до вивчення фразеологізмів. Було з'ясовано, що психолінгвістика, як наука, зародилась в XX столітті на перетині психолінгвістики і лінгвістики. Вона вивчає психологічні і лінгвістичні аспекти мовленнєвої діяльності людини на різних етапах її мовлення (породження і сприйняття) і перевіряє їх у процесі психологічних експериментів, оскільки є наукою, що переважно отримує дані шляхом спостереження, а саме експерименту (вільного, ланцюгового чи спрямованого).

Зважаючи на практичний характер психолінгвістики, було проведено психолінгвістичне дослідження, тобто спрямований асоціативний експеримент (надаються асоціації певного типу), а згодом було проаналізовано його дані і результати. Це допомогло нам з'ясувати як фразеологізми (які політики використовують в медіа) сприймаються респондентами під час повномасштабного вторгнення, які реакції виникають.

Було проведено спрямований асоціативний експеримент (оскільки він є одним з найефективніших методів у вивченні мовної свідомості, а також тому, що нам важливо було перевірити знання респондентами слів-стимулів (ФО)), який був поділений на 2 етапи, і в якому брало участь 2 фокусні групи (1 група вказувала, що означають ФО політиків, або вводила слова-стимули в контекст, а 2 група дописувала ФО, маючи лише ключове слово). Важливим буде зауважити, що під час проведення експерименту ми дотримувались усіх правил і врахували які чинники можуть вплинути на результати, і серед них: форма проведення, умови експерименту, обробка матеріалу і характеристики осіб. Також ми проаналізували дані респондентів і особливості особистостей політиків. Ми виявили, що поняття особистості багатовимірне, адже “особистість” є результатом життєвого шляху людини і її взаємодії зі світом, впливу на неї психологічних, біологічних і мовних чинників. Також ми розглянули такі важливі в контексті цієї дипломної роботи поняття “архетипу”, тобто первинного образу сформованого досвідом людства, що існує в колективному несвідомому (12 архетипів К. Юнга), мовної особистості (індивід, що має власну унікальну картину світу і готовий творити чи сприймати мовлення). Це допомогло нам ґрунтовно розглянути особистості аналізованих політиків, і дійти висновку, що ці чотири активні в медіа українські політики, а саме Володимир Зеленський, Петро Порошенко, Віталій Кличко та Дмитро Кулеба мають свій унікальний політичний стиль, а сукупність їхніх архетипних і особистісних рис формують їхній публічний образ і впливають на сприйняття масовою аудиторією.

Зеленський постає як “свій хлопець” і “герой”, що завойовує довіру через емоційність і близькість із народом. Його мовлення емоційне, проте зараз воно переважно офіційне й стратегічне, а його риторика активна, патріотична й мобілізуюча. Порошенко ж навпаки, на нашу думку, асоціюється з образом “мудреця” та “лідера-управлінця”, що акцентує на державності, досвіді та ідеології. Його мовлення часто патетичне, що відповідає образу політика з чіткою національною позицією. Кличко поєднує в собі архетипи “героя” та “свого хлопця”, адже він простий у спілкуванні, проте має вольовий характер і чітку орієнтацію на результат. Його мовлення зазвичай офіційне, однак енергійне й рішуче. І от, Кулеба формує образ “інтелектуального дипломата” нового покоління, демонструючи синтез архетипів “дбайливого” та “мудреця”.

Тож, було з'ясовано, що визначені політики демонструють різні архетипи й мотиваційні типи особистості. Це дозволяє зробити висновок, що *успішна політична постать сьогодення – це багатогранна особистість, здатна адаптуватись до ситуації, впливати на масову свідомість і відповідати суспільному запиту в кризових умовах, зокрема під час війни.*

Результати дослідження (спрямованого асоціативного експерименту) щодо розуміння медійних ФО повномасштабного вторгнення, показують, що для:

1-ї фокусної групи [додаток 3]:

Найменш зрозумілими були такі фразеологізми, на які було надано найбільшу кількість “0” реакцій (0=4): **“великий обмін”**, **“дерти горло”**, **“залишатись за бортом”**, **“віддати життя”**; (0=3): **“лити воду на млин”**, **“закручувати гайки”**, **“опускати руки”**, **“зламати хребет”**, **“грати в одну дудку”**.

Припускаємо, що така частотна відсутність реакцій на задані фразеологізми у респондентів може бути зумовлена тим, що для учасників експерименту ці фразеологізми є незнайомими чи незрозумілими, оскільки вони не є частиною побутової мовної картини світу респондентів, не зустрічаються їм в медіапросторі чи соцмережах.

Навпаки ж, звичними і зрозумілими для респондентів виявились наступні ФО, на які, кожен з респондентів надав логічне продовження (відсутні “0” реакції): **“давати (пожинати) плоди”**, **“підкидати дрова у вогонь”**, **“проливати кров, битись головою об стіну”**, **“сісти за стіл переговорів”**.

Поглянувши на відповіді, можемо зробити висновок, що ці фразеологізми є для нас повністю зрозумілими, ми часто ними послуговуємось, а, повномасштабне вторгнення і частотне використання їх в медіа посприяло тому, що ці ФО усталилися в нашій свідомості і мовній картині світу.

Їхнє розуміння нами та вдале використання їх політиками, свідчить про те, що ми всі втомилися чекати вдалого рішення чи завершення болю, а тому прагнемо мирного врегулювання конфлікту, без подальшого його загострення, та зрештою, готові на перемовини, які, як ми сподіваємось, принесуть вдалі результати і завершиться війна, а жодна крапля крові не проллється і ніхто не страждатиме.

На інші фразеологізми, майже на кожен, хоча б у одного респондента не було відповіді (**0=1**). Така ситуація могла виникнути, оскільки серед учасників експерименту є респондент з Каїру, який народився там, провів дитинство або проживає там зараз, а ще один респондент проживав 4 роки в Німеччині, тому інше мовне середовище, а саме середовище тих країн повпливало на мовну картину світу наших респондентів, тож запропоновані нами ФО, можуть бути незвичними для них, тож маємо такі результати.

Правильне (очікуване нами) продовження респонденти надали практично на всі фразеологізми (десь більше, десь менше), окрім таких (тут 0 передбачених нами реакцій): **“піти на небеса”** (але піти на ви), **“віддати життя”** (належне/своє життя), **“великий обмін”** (але велике цабе), **“зламати хребет”** (але зламати голову), **“заплатити дорогою ціною”** (але велику ціну), **“робити з ялівця слона”** (але робити з мухи слона (що цілком правильно)), **“земля під ногами палає”** (але горить), **“грати в одну дудку”** (але грати в мовчанку), **“диванна сотня”** (але диванні війська).

Характерно, що де немає реакції на фразеологізм, до нього добирається і **неправильне (не очікуване нами) продовження**. Але, такі реакції не є помилковими, а лиш підтверджують положення розглянуте нами в теорії про те, що фразеологізм є відносно стійкою одиницею, але з допуском варіативності, що ми і можемо простежити у відповідях. Тож, респонденти надавали реакції іншими фразеологізмами, а не продовжували так як ми того очікували, і це не говорить про їхнє незнання, а навпаки показує те, що той чи той варіант краще закріпився у свідомості людини і вона ним послуговується.

Оскільки 1 група була обмежена умовою “дописати фразеологізм”, то мала більшу свободу у виборі реакцій, і тому, асоціативне поле розширювалось, а реакції були багатшими на різноманіття, на відміну від 2 групи, яка мала надавати значення і тому намагалась бути якомога точнішою і правильнішою.

Аби підтвердити різноманіття і частотність наданих реакцій, опишемо у відсотковому співвідношенні визначені нами типи реакцій респондентів:

Контекстуальна реакція: 29%

Інший фразеологізм: 23%. Наприклад: “падати духом” – “падати як сніг на голову”, “залишатись за бортом” – “як у бога за пазухою/за 7 печатями”, “піти на небо” – “піти на герць”, “підкидати дрова у вогонь” – “підкидати свиню”, “поставити крапку” – “поставити питання ребром/все на кін”, “віддати життя” – “віддати належне”, “дерти горло – дерти шкуру”, “5 колона” – “Ахіллесова п’ята/5 вода на киселі” тощо.

Інші/цитатні: 6%. “Піти на небо” – “на Кузнецов гору”, “вікно можливостей” – вікно в Європу/вікно у майбутнє, або у пекло, “дивитись правді в очі” – в завтрашній день, “цап-відбувайло” – “цап хоче фісташки” (мнемонічна фраза), “грати з вогем” – грати на струнах душі, “5 колона” – 5 авеню тощо.

Емоційні:

Позитивні: 16% (з яких 3% – патріотичні). переможці/”кіборги”/”крут”, герой, захист, великий молодець, розум, прудкий, потенціал, духом, вікно у світле майбутнє, робити з любов’ю тощо.

Негативні: 25%. складні люди, не плачуть, неосязний, лицем у бруд, “віддати себе на поталу”, “заплатити за гріх”, робити з себе жертву, “робити з когось дурня”, вікно у порожнечу чи небуття, схилити до насилля, грати в небезпечні ігри, вести за мотузочку.

Побутові/нейтральні: 26%. великий будинок/льох/рахунок, за пагорбом/межами/парканом, покласти руки на плечі/покласти гроші, підкидати м’ча/квіти, диванна ніжка, сховатись за комір, винаходити капці, заплатити за комфорт, закручувати карусель тощо.

Гумористичні/обсценна лексика: 4%. Лити воду на диплом, вийти на перекур/вийти у вікно, 5 точка, робити із гімна і палок, дерти зад, прийти на пару без дз до викладача, піпец тощо.

2-ї фокусної групи [додаток 3]:

Найменш зрозумілими були такі ФО (0=1): “великий обмін”, “дорогою ціною заплатити”, “**лакмусовий папірець**”, “земля під ногами палає”; (0=2): “диванна сотня”, “**лити воду на млин**”, “**5 колона**”, “цап-відбувайло”, “**закручувати гайки**”, “і вдень і вночі”.

Бачимо, що коли даємо повний фразеологізм, то, відповідно, кількість “0” реакцій зменшується, а респонденти надають більше відповідей, бо мають повне слово-стимул, а отже менше простору для роздумів, і тому менше шансів, що відповідь не буде надана, бо **потрібне значення знаходиться швидше**.

Правильне пояснення фразеологізмів було надане на кожен фразеологізм (десь більше реакцій, десь менше), але серед відповідей були і неправильні визначення (їх значно менше).

Неправильне пояснення надали на такі ФО (≈10%): “бити на сполох” – бити наперед/першим або готуватись до поганих подій, “зламати хребет” – багато ходити/коли немає сил нести якийсь важкий емоційний груз/заспати невдачі/багато важкого носити, “**лити воду на млин**” – починати роботу, “**5 колона**” – щось непотрібне/зайве (зайвий?/зайва), “**закручувати гайки**” – завершувати/покласти кінець чомусь, “схиляти голову” – здаватися/коритися/продаватися комусь, “**лакмусовий папірець**” – класний/щось не вічне/щось що дуже хотілося б, “битися головою об стіну” – думати, “грати в одну дудку” – поширення загальних меседжів/в соло.

Очікувано, що на ФО, на які відсутня реакція, буде надаватися й неправильне пояснення.

Можемо також відмітити, що більшість респондентів надавала саме визначення ФО, або пояснювала своїми словами, проте не вводила ФО в контекст, але для кількох людей старшого віку **пояснювати** якесь поняття **виявилось простіше крізь призму власного досвіду** чи переконань, **вводячи ФО в контекст** і надаючи власні речення як приклад-пояснення, як ось: “Якщо щось не виходить, то я падаю духом”, “Людина пожинає плоди, коли зробила щось не так і тепер живе з цим”, “Якщо людина хороша, то отримає вигоду, а як ні, то Катюзі по заслузі”, “Віддати життя – це померти не своєю смертю заради іншої людини, Батьківщини, України, дітей і заради благородної мети”, “якщо пожежа чи аварія, то б’єш на сполох”, “навіщо ти продовжуєш це робити? Ти граєш з вогнем!”, “я працювала невтомно день і ніч, щоб досягти своєї мети”. Таких реакцій виявилось приблизно 5%.

Отже, результати експерименту засвідчили, **що рівень розуміння медійних фразеологізмів повномасштабного вторгнення, українцями є достатньо високим**. А найменш зрозумілими для обох груп стали фразеологізми: “*великий обмін, кручувати гайки, лити воду на млин*” (їх варто вживати з неабиякою вдумливістю і у вдалому контексті, щоб краще доносити думку до громадян)).

Також, **розуміння ФО залежить** і від частотності їх уживання в медіапросторі, мовного досвіду респондентів та формату подання стимулу (на ключове слово було більше різноманітних реакцій, а коли слово подається в змістовному контексті (у фразеологізмі), то вибір асоціацій звужується, а слово-стимул (ФО) сприймається швидше). Найкраще учасники розуміли ті фразеологізми, які активно функціонують у сучасному інформаційному просторі й уже закріпилися в колективній мовній картині світу, тоді як менш уживані або культурно специфічні одиниці викликали труднощі чи варіативні асоціації. Водночас навіть неочікувані реакції респондентів підтвердили динамічність і варіативність фразеологізмів, а також показали, що їх сприйняття формується під впливом особистого досвіду, емоційного стану та соціокультурного середовища.

Так, більша частина реакцій засвідчила, що українці знають багато фразеологізмів та ними послуговуються. Також ми побачили, що значна частка реакцій емоційно-негативна, що свідчить про нашу певну втому, переживання і сум щодо всіх сучасних подій. Однак, попри воєнний стан і реалії в яких ми зараз знаходимось постійно, реакції показали, що ми також адаптувались і тому лиш невелику частку ФО сприймаємо у воєнному контексті, а на всі інші реагуємо звичайно, надаючи побутові реакції і не втрачаючи оптимізму.

А використання деякими респондентами емотиконів під час опитування, свідчить про їхнє бажання підсилити реакцію чи надати їй гумористичного та іронійного відтінку, або висловити власне емоційне ставлення до слів-стимулів.

Отож, тримані результати підтверджують висунутий у роботі припущення, що фразеологізми (особливо “політичні медійні фразеологізми”) в умовах соціальних потрясінь не втрачають своєї ідіоматичної сутності, але отримують додаткове ідеологічне навантаження, активізуються чи трансформуються, стаючи важливими інструментами, які діють як на свідомому, так і на підсвідомому рівні сприйняття. Саме тому у сучасних соціальних реаліях вивчення їхнього психолінгвістичного впливу є не лише актуальним, а й необхідним для розуміння мовно-когнітивної динаміки суспільства у кризові часи.

РОЗДІЛ 3. ВІДПОВІДНИКИ УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СПРИЙНЯТТЯ АНГЛОМОВНИМИ РЕСПОНДЕНТАМИ. ПІЛОТНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ

3.1. Особливості відтворення українських ФО англійською мовою

У лінгвістиці існує багато думок щодо того, як правильно перекладати тексти, що містять різні мовні одиниці, зокрема фразеологізми. Кожен дослідник має свою позицію, але як українські, так і іноземні перекладачі погоджуються, що спочатку необхідно правильно зрозуміти значення ФО, і передати його так, щоб вона була зрозумілою носіям іншої мови, відповідно до їхньої культури та мовної картини світу.

Отже, ми можемо з упевненістю сказати, що однією з основних проблем у перекладі фразеологізмів є їхня культурна обумовленість. Багато сталих виразів пов'язані з історичними подіями, традиціями або реаліями життя певного народу, що можуть бути незрозумілими для носіїв іншої культури [2 Болдирєва]. І ми погоджуємось з дослідницею у галузі перекладознавства та міжкультурної комунікації, Кінгою Клауді, що перекладач повинен виступати посередником між культурами, а також бути містком між двома “світами”, беручи до уваги всі особливості обох мовних спільнот [21 Klaudy 2001, 2009; 1 Super]. Без такого підходу переклад ФО може втратити свій зміст, бути неточним, або неправильно витлумаченим.

Також важливо сказати про те, що ми вже згадували. ФО мають стійкий склад, сталу структуру, а також цілісне значення [4 Гаськевич]. Ось чому, буквальний переклад у більшості випадків є неприйнятним. Наприклад, англійський фразеологізм “to pull somebody’s leg” не перекладається як “тягнути когось за ногу”, а означає “жартувати”, тоді як “to kick the bucket” означає “померти”, а не “копнути відро” [2 Болдирєва; 1 Super]. Такі помилки свідчать про недостатню обізнаність фразеологічної системи мови оригіналу.

Значущим питанням і великою проблемою є те, що часто не вдається знайти повний еквівалент в мові перекладу, тобто фразеологізму, який би повністю відповідав значенню ФО в мові оригіналу [13 Корунець; 1 Super]. Якщо виникає подібний випадок, то перекладач вимушено використовує описовий переклад для пояснення, або вибирає найближчий за значенням вислів (так робити не бажано, але, аби досягти зрозумілості, так робити доводиться). Наприклад, англійський фразеологізм “once in a blue moon” найчастіше перекладається як “дуже рідко”, оскільки в українській мові немає точного фразеологічного відповідника (пряме використання такого відповідника може порушити природність перекладу). Зрештою, навіть за наявності подібного фразеологізму в мові перекладу, виникають труднощі, пов'язані з різними умовами його вживання.

Окремо слід наголосити на ролі контексту у процесі перекладу фразеологізмів. Значення багатьох ФО уточнюється або змінюється залежно від ситуації, жанру тексту та стилістичної настанови автора. Без урахування контексту переклад може бути неточним або навіть хибним [1 Super].

Не менш важливим питанням при перекладі залишається питання **емоційного і стилістичного забарвлення фразеологізмів**, яке перекладачеві необхідно вправно

передати. Якщо в оригіналі фразеологізм має розмовний або експресивний характер, перекладачеві слід дібрати такий відповідник у мові перекладу, щоб якомога повніше передати ті емоції і суть ФО мови оригіналу. Наприклад, ФО “to blow one’s top” доцільно перекладати як “втратити терпець”, а не нейтральним описом (наприклад, “розізлилися”), щоб зберегти емоційну напруженість вислову [4 Гаськевич].

Зважаючи на вищеперераховані складнощі, можемо зробити висновок, що переклад ФО є непростим і багатоаспектним процесом, впоратися з яким може лише перекладач, який гарно володіє мовою перекладу і мовою оригіналу, який глибоко дослідив необхідні аспекти культури країн, і контекст, в якому було вжито ФО [4 Гаськевич]. І тільки комплексний підхід дозволить адекватно передати значення, контекст, стилістичне забарвлення, культурну специфіку, образність і функції фразеологізмів у мові перекладу.

І ми розуміємо, що переклад ФО є складним завданням, але його можна вирішити, якщо ми, як перекладачі, будемо дотримуватись низки принципів сформованих дослідниками. Вважаємо, що серед них: **передавати зміст, а не буквальну форму; слідувати задуму автора і передавати його; зберігати образність і експресивність; враховувати культурні особливості мови оригіналу та мови перекладу; добирати найвлучніший відповідник; враховувати контекст; уникати зайвих скорочень чи додавань; орієнтуватись на природність і зрозумілість мови перекладу; намагатись зберегти прагматичний вплив на читача** [26 Cowie; 1 Super; 21 Rita Juknevičienė; 14 Костенко; 4 Гаськевич].

Дотримуючись перерахованих вище принципів і покликаючись на теорію та залучаючи виведені дослідниками класифікації, що не суперечать одна одній, а навпаки доповнюють одна одну (Важливими працями для дослідження перекладацьких рішень стали праці українських перекладознавців і мовознавців В’ячеслава Івановича Карабана та Ілька Вакуловича Корунця, а саме “*Translation from Ukrainian into English*” і “*Теорія і практика перекладу*”, де вони виокремили низку способів перекладу ФО, на які ми покликалися) [11 Карабан; 13 Корунець; 2 Болдирєва].

Отже, найбільшу частину фразеологізмів було перекладено шляхом **моноеквівалентного перекладу**, до якого вдаються тоді, коли є один відповідник в мові перекладу до мови оригіналу (з можливими варіаціями), або це інтернаціоналізми чи ФО з одного джерела (наприклад Біблія чи міфологія: “*Achilles’ heel*” — “*Ахіллесова п’ята*”) [13 с.186; 2 с.44].

Зокрема серед моноеквівалентного перекладу, розрізняють два типи еквівалентів: **абсолютні** (повністю збігаються за усіма характеристиками і складом з ФО мови оригіналу, і перекладаються одним відповідним фразеологізмом (зазвичай це ФО з 1 джерела) [13 с.186; 2 с.44].

До цієї групи належать такі наші ФО: “стерти з лиця землі” — “*wipe off from the face of the earth*”; “давати (пожинати) плоди” — “*bear fruit*”; “вікно можливостей” — “*window of opportunity*”; “зламати хребет” — “*break the back of*”; “п’ята колона” — “*fifth*

column"; "цап-відбувайло" – "*scapegoat*"; "закручувати гайки" – "*tighten the screws on someone*"; "лакмусовий папірець" – "*litmus test*"; "битись головою об стіну" – "*kick one's head against a wall*" *та ін.* У кожному з цих випадків маємо повну семантичну, структурну та образну відповідність. Концептуальні метафори – "хребет" як опора, "колона" як внутрішній ворог, "лакмус" як індикатор істини, є універсальними та функціонують в обох мовах і культурах. Відтак переклад не порушує норм англійської мови, зберігає стилістичну маркованість і забезпечує той самий прагматичний ефект. Ми вважаємо, що саме **використання абсолютних еквівалентів найповніше відповідає принципу добору найвлучнішого відповідника, адже дозволяє уникнути штучності та зберегти природність мовлення.**

А також до цієї групи належать - **відносні**, тобто такі відповідники, що за значенням чи стилем збігаються з ФО в мові оригіналу, але можуть відрізнятися за граматичним чи лексичним складом: "*a friend in need is a friend indeed*" – "*друг пізнається в біді*" [13 с.187; 2 с.44].

До цієї групи належать "падати духом" – "*be in low spirits*"; "залишатись за бортом" – "*go by the board*"; "підкидати дрова у вогонь" – "*throw/pour oil on the flames*"; "диванна сотня" – "*armchair warriors*"; "(не) станемо на коліна" – "*kneel down / sink to one's knees*"; "лити воду на млин" – "*cast water into the sea / pour water in the sieve*". У цих випадках концептуальна основа збережена (посилення конфлікту через "пальне", приниження через "коліна", пасивність через "крісло"), однак змінюється конкретний образний матеріал. Такі трансформації не впливають на зміст і відповідають принципу орієнтації на природність мови перекладу. Наприклад, заміна "дров" на "олію" у вислові про загострення конфлікту є типовою для англійської мовної картини світу, а тому не спотворює авторської інтенції, і є зрозумілою, що найважливіше.

Іншим способом перекладу ФО є вибіркового переклад, коли обирається найкращий відповідник поміж кількох (1 українському ФО можуть належати кілька англійських відповідників синонімів). Також, якщо ми обираємо найкращий відповідник, і він або перший в словнику, або є лише єдиним встановленим варіантом перекладу, то це буде вважатись **стандартним відповідником**. Все залежить від контексту, і стилістичних характеристик фразеологізму, який використовуємо [13 с. 190];

Сюди належать фразеологізми перекладені шляхом добору **варіантного відповідника**: "великий обмін" – "*large-scale exchange*"; "не дотримуватися свого слова" – "*go back on / break one's promise*"; "мурахи по шкірі" – "*have shivers up and down*"; "піти на небеса" – "*go to heaven / join the angels*"; "поставити крапку" – "*draw the line*"; "віддати життя" – "*lay down one's life*"; "бити на сполох" – "*ring the alarm bell*"; "дерти горло" – "*scream bloody murder*"; "зрушити з мертвої точки" – "*move the chains (needle)*"; "опускати руки" – "*hang down one's head*"; "говорити (грати) в одну дудку" – "*sing from the same song sheet*" *та ін.* У цих випадках повної структурної відповідності немає, однак існують усталені англійські фразеологізми, які виконують ту саму функцію в тексті. Тож їх ми і обрали. **Ми керувалися принципом функціональної адекватності:** переклад мав відтворити не буквальный

образ, а його зміст і прагматичний ефект. Так, у вислові “говорити в одну дудку” музичний образ змінюється, однак ідея злагодженості позицій повністю передається. У випадку “великий обмін” нами враховано сучасний медійний контекст уживання словосполучення “*large-scale exchange*”, що відповідає принципу врахування реального мовного функціонування.

Зокрема В. Карабан говорить про те, що у разі відсутності в англійській мові українського відповідника чи навпаки, то найкращим рішенням буде використати **прийом вільного перекладу**, коли перекладач сам придумує найкращий відповідник [11 Карабан; 4 Гаськевич; 2 с.44].

Існує два способи вільного перекладу. Перший - **калькування** (або дослівний переклад з дотриманням всіх норм, який можна використати, коли ФО зрозумілий в обох мовах. Наприклад: “*as strong as a horse*” – “*сильний, як кінь*”). Калькування ми використали під час перекладу “воїни світла” – “*warriors of light*”; “сісти за стіл переговорів” – “*sit down at the negotiating table*”; “покласти край кровопролиттю й війні” – “*put an end to bloodshed and war*”; “проливати кров” – “*shed blood*”. У цих прикладах образ є універсальним і не порушує норм англійської мови. Водночас у випадку “воїни світла” нами додано примітку, оскільки вислів має в українському суспільстві додаткове символічне навантаження, пов’язане із сучасною воєнною реальністю та культурними асоціаціями. Такий підхід відповідає принципу збереження культурної специфіки та допустимості короткого пояснення для досягнення повнішої міжкультурної комунікації.

Другим способом є **описовий переклад**, який застосовують тоді, коли неможливо передати зміст ФО без додаткового пояснення, при чому переклад відбувається крізь речення, слово чи словосполучення, але втрачається образність фразеологізму, його форма тощо (наприклад: “*не горить*” – “*there is no need to hurry up*”). Цей переклад допомагає носіям мови перекладу краще зрозуміти суть фразеологізму мови оригіналу [11 Карабан]. Цей спосіб ми не використовували, адже хотіли повністю зберегти усі характеристики ФО мови оригіналу, у мові перекладу.

Проте, ми застосували прийом вільного перекладу під час перекладу трансформованого фразеологізму “**робити з ялівця (мухи) слона**”. Оскільки йдеться про авторську модифікацію усталеного фразеологізму, під час перекладу якого, нами було збережено гумористичний ефект і рослинний компонент, а також додано примітку для пояснення контексту. Це відповідає принципу збереження авторської концепції та прагматичного впливу.

Отже, переклад фразеологічних одиниць є одним із найскладніших аспектів перекладацької діяльності, оскільки в ньому поєднуються мовні, культурні та прагматичні особливості. Ефективне відтворення фразеологізмів можливе лише за умови правильного розуміння їхнього значення, функції та стилістичного забарвлення, а також за свідомого вибору перекладацької стратегії відповідно до контексту. Теоретичні напрацювання І. В. Корунця, В. І. Карабана, М. Бейкер та інших дослідників засвідчують, що універсального способу перекладу фразеології не існує, а адекватність перекладу досягається шляхом гнучкого поєднання різних прийомів.

Таким чином, переклад кожного з 40 фразеологізмів здійснювався з урахуванням усіх принципів і застережень дослідників. На наш погляд, обрані перекладацькі рішення дозволяють досягти функціональної адекватності та забезпечити повноцінне сприйняття висловів англомовним реципієнтом.

Для перевірки адекватності обраних перекладацьких рішень, щоб простежити реакцію англомовних реципієнтів на обрані ФО, було проведено експеримент серед носіїв англійської мови. Далі буде розглянуто особливості проведення цього експерименту та проаналізовано дані учасників експерименту.

3.2. Специфіка проведення експерименту серед носіїв англійської мови

Технологія проведення спрямованого експерименту для визначення асоціативних полів слів-стимулів.

1 квітня 2026 року 5 інформантам було запропоновано надати асоціативні реакції, а тобто записати значення 40 таких слів-стимулів (перекладених на англійську мову, українських фразеологізмів): *“warriors of light”; “wipe of from the face of the earth”; “large-scale exchange”; “be in low spirits”; “to go by the board”; “go back on (break) one’s promise”; “have shivers up and down”; “go in the sunset (go long home);”; “to sit down at the negotiation table”; “put an end to bloodshed and war”; “bear fruit”; “throw oil on flames”; “draw the line”; “window of opportunity”; “lay one’s bones (lay down one’s life);”; “armchair warriors”; “to bury one’s head in the sand”; “to ring the alarm bell”; “break the back of”; “lead someone by the nose”; “play with fire”; “cast water into the sea (pour water in the sieve);”; “to scream bloody murder”; “reinvent the wheel”; “to pay a heavy price”; “fifth column”; “move the chains (needle);”; “scapegoat”; “create juniper tree out of a forest”* (The transformed idiom *“to create a mountain out of a molehill”* was used by the mayor of Kyiv to preserve humor and emphasize the sincerity of his intentions to plant trees in the city center); *“we will not kneel down”* (“sink to one’s knees”); *“to shed blood”; “tighten the screws on someone”; “hang down one’s head”; “bow one’s head”; “day and night”; “litmus test”; “cut the ground from under someone’s feet”; “kick one’s head against a (brick wall);”; “face the facts”; “sing from the same song sheet”*.

Можливість по 1-2 реакції на кожне.

Було створено гугл-форму зі списком слів і необхідними запитаннями, яка надсилалася респондентам через соціальні мережі. Слова-стимули усно не озвучувались. Учасникам потрібно було записати відповіді протягом 30 секунд на кожне слово. Вибір реакцій обмежувався зазначеними раніше умовами (респонденти мали надавати реакції одного типу, а саме записувати значення фразеологізму, яке вони вважали правильним, або вводити фразеологізм в контекст). Час для запису асоціацій склав 15 хвилин. Під час проведення експерименту, було враховано застереження дослідників [17 Мартінек], що при жорсткому обмеженні часу учасники дають типові відповіді, а при розумному збільшенні часу збільшується різноманітність реакцій, що призводить до унікальних відповідей. Анкетування було анонімним.

На основі анкет було створено базу з понад **500 реакцій**, які стали фактичним матеріалом для дослідження. Треба зауважити, що на окремі слова-стимули деякі

інформанти дали 1-2 реакції, а на деякі слова взагалі немає реакції (*респонденти зазначали, що не знають такої чи такої Ф.О., або були невпевнені*).

Безперечно, ми маємо зауважити, що під час проведення асоціативного скерованого експерименту серед англومовних респондентів, ми дотримувались тих самих принципів і правил, що і під час реалізації експерименту серед носіїв української мови, проте маємо наголосити на деяких аспектах і особливостях.

Варто наголосити, що проведення нами саме спрямованого асоціативного психолінгвістичного експерименту серед носіїв англійської мови зумовлене конкретною дослідницькою метою: перевірити, чи є дібрані нами англумовні відповідники до українських фразеологізмів (уживаних політиками в медійному дискурсі) справді зрозумілими, усталеними й прагматично дієвими для англумовної аудиторії. Направду, йдеться не лише про формальну еквівалентність перекладу, а про те, чи закріплені ці одиниці в англумовній мовній та колективній картині світу, і чи використовуються вони в побутовому мовленні та чи здатні забезпечити той самий комунікативний вплив, що й в українському оригіналі [22 Селіванова].

Специфіка експерименту полягає насамперед у природі самого матеріалу. Як ми неодноразово зазначали, і нагадаємо ще раз, фразеологізм – це не окреме слово, а цілісна одиниця, яка вбирає культурний досвід і типові **концепти**, крізь які осмислюється реальність.

“Концепт (лат. *conceptus* – думка, поняття). 1) у когнітивній лінгвістиці та психології, одиниця ментальності, свідомості, пам’яті, якою оперує людина в процесах мислення і за допомогою якої здійснюється, зберігається та відображається зміст досвіду і знань; 2) у лінгвокультурології, це одиниця, яка виражає етнонаціональну специфіку і вербалізується в словах, фразеологізмах та інших мовних засобах” [18, с.274 Манакин].

Оскільки кожен етнос має свій спосіб категоризації світу, не можна автоматично припускати, що навіть вдалий відповідник викликатиме в англумовного респондента ті самі асоціації, оцінки та емоційні реакції. Саме тому ми обрали спрямований асоціативний експеримент, тому, що чітко сформульовані завдання (пояснити значення, доповнити ФО, ввести в контексти вислів, указати, чи використовують у повсякденному мовленні тощо) дозволяють виявити ступінь усталеності та прагматичної сили кожної одиниці.

Водночас спрямований характер експерименту має свої обмеження. Надмірне встановлення правил і обмеження у відповідях може зменшити спонтанність асоціацій і звужити спектр можливих реакцій. Тому формулювання інструкцій було максимально нейтральним і зрозумілим, без підказок щодо “правильного” тлумачення (за винятком кількох ФО, які потребували уточнень).

Зокрема, ми звернулись до посібника з мови і міжкультурної комунікації, за авторства В. Манакіна. Автор наголошує на важливості використання стратегій міжкультурної комунікації. В їх основі лежать правила (максими розмови), що їх розробив відомий британський лінгвіст і філософ Пол Герберт Грайс. Він вважав, що як і розмова, так і комунікація це спільна робота, де дві сторони діють злагоджено

і логічно [18 Манакін]. Британська психоаналітикиня Мелані Кляйн видозмінила їх відповідно до міжкультурної комунікації. І ми, покликаючись на погляди обох дослідників, можемо наголосити на важливості цих правил та їхнього дотримання при проведенні експерименту з іноземними респондентами, що ми і зробили. Ці правила є такими, як-от [18 Манакін]:

Правило (максима) кількості вимагає достатності інформації (ні більше, ні менше, ніж потрібно, а максимально зрозуміло). Для дослідження ФО у межах експерименту, це також означає, що він має бути самодостатнім: якщо англомовні респонденти не можуть інтерпретувати його без додаткових пояснень, переклад не є повністю адекватним.

Правило (максима) якості стосується правдивості й обґрунтованості вислову. У нашому дослідженні це перевірка того, чи сприймають носії запропоновані відповідники як автентичні та природні для англомовного середовища, а не як штучні конструкції.

Правило (максима) релевантності передбачає доречність висловлювання. У межах експерименту важливо з'ясувати, чи вважають респонденти можливим уживання цих фразеологізмів у політичному або повсякденному дискурсі.

Правило (максима) способу (манери) вимагає ясності й однозначності. Якщо перекладений фразеологізм викликає різночитання або сприймається як неясний, це свідчить про порушення цієї максими й зниження комунікативної ефективності. Навіть незначна неприродність формулювання може вплинути на сприйняття одиниці як “чужої” або штучної.

Тому ми перевірили переклади на відповідність реальному мовному вжитку, а саме, ми здійснили попередній пошук найвживаніших, розповсюджених і актуальних нині ФО (в побуті, інтернет-комунікації, медіа). Це дозволило мінімізувати ризик того, що негативна реакція респондента буде зумовлена не змістом фразеологізму, а недоліками перекладу.

Серед інших труднощів варто назвати [1 Super]:

- варіативність англійської мови (британський, американський та інші варіанти), що може впливати на ступінь упізнаваності фразеологізмів;
- різний рівень обізнаності респондентів із політичним дискурсом;
- залежність сприйняття фразеологізму від контексту (поза конкретною ситуацією його прагматичний ефект може знижуватися (політичні постаті, ситуація і контекст які зумовили використання/виникнення ФО тощо);
- можливість буквального тлумачення одиниць респондентами, якщо вона не є усталеною в їхній мовній практиці;
- соціокультурну різnorodність вибірки, яка впливає на асоціативні зв'язки.

Також ми повинні вказати, що як і в експерименті проведеному серед носіїв української мови, так і в експерименті серед англомовних респондентів, існують чинники, що можуть вплинути на результати експерименту (в обох випадках вони будуть ідентичними):

1) важливою є форма проведення, що обирається, – усна, усно-письмова, письмова (оскільки є візуали чи аудіали, які по-різному сприймають інформацію) та спосіб презентації стимульного матеріалу;

- 2) поведінка експериментатора, його індивідуальні характеристики;
- 3) умови, у яких проводиться експеримент (напр., аудиторія, погода, проводиться експеримент онлайн чи наживо та ін.);
- 4) соціальні та психофізичні характеристики осіб, які беруть участь в експерименті, їхній настрій та психологічний стан;
- 5) обробка асоціативного матеріалу, його подальша формалізація та інтерпретація [17 Мартінек; 4 Гаськевич].

Для подолання труднощів ми чітко окреслили параметри вибірки, стандартизували умови проведення експерименту і у низці випадків надали мінімальний контекст. Так, ми змогли б і встановити факт розуміння фразеологізму.

Отже, специфіка проведення експерименту серед англомовних носіїв полягає у необхідності поєднати перекладацьку точність, культурну чутливість і методичну чіткість. Лише за таких умов можна об'єктивно оцінити, чи досягають перекладені фразеологізми належного комунікативного та прагматичного ефекту в англомовному середовищі, що і є одним з основних завдань нашого дослідження [18 Манакін; 4 Гаськевич].

Наприкінці нашого дослідження, ми здійснимо аналіз експериментів, побачимо результати, тож зможемо повною мірою зрозуміти, як крізь призму двох мовних світів розкривається політична лексика воєнного часу, як сприймаються ФО, і які асоціації вони викликають, наскільки знайомими і усталеними в свідомості мовців вони є.

Але, перш за все, маємо провести експеримент. Розпочнемо з аналізу складу інформантів.

3.3. Аналіз складу інформантів і результатів експерименту: інтерпретація значень і відтворення асоціативних полів

Фокусна група. Аналітична діаграма англомовної фокусної групи
Кількість учасників (Amount of participants) – 5

За віком (participants by age):

Менше (under) 18	-
18-24	-
25-44	2
45-60	2
Більше (over) 60	1

За статтю (sex):

Жіноча (female)	3
Чоловіча (male)	2

За національністю (participants by nationality):

USA/Italy (dual)	1
American/mexican	1

Ukrainian	1
Canadian	2

Місце народження (place of birth):

Torino, Italy	1
Mexico City	1
Kyiv, Ukraine	1
Nova Scotia, Canada	1
Charlottetown, Prince Edward Island	1

Освіта (education):

Finishing AA degree - mostly self ed/ private institutions
Master degree
Masters
Higher
University

За спеціалізацією і місцем роботи (specialization and occupation):

Artificial Intelligence for Human systems
English teacher, founder of Teachers for Peace
other
Business Administration
Bachelor of Science/Mental Health Professional

За кількістю мов, які знають включно з українською (languages you speak (including English)):

Кількість людей (amount of people)	Кількість мов, які знає (how many languages they know)
2	Only english
1	2
2	3

Серед мов (For example, the languages include): English (англійська (5)); Spanish (іспанська (2)); Italian (італійська (1)); Catalan (каталонська (1)); Ukrainian (українська (1)).

Чи цікавитеся Ви політичними новинами? (Are you interested in news (especially political news?):

Yes (так)	5
No (ні)	-
Sometimes (іноді)	-

Що ви знаєте про повномасштабне вторгнення росії в Україну? (What do you know about the full-scale Russian invasion of Ukraine?)

It's the consequence of a larger friction and conflict that goes on for much longer than what people imagine. It's the combination of the inherent conflict in	Це наслідок більш масштабних суперечностей і конфліктів, які тривають набагато довше, ніж люди уявляють. Це поєднання внутрішніх
--	--

ideologies and political interests between Ukraine and Russia, which spans to much longer than 2014, and the geopolitical pressures from Europe/US and Russia-Iran-DRPK-China axis. The reasons surrounding the invasion are hence more complex than what any or most media represent, but once again as history shows, it's the people that find themselves in the middle... while the rooms of power play chess, the men and women are the pawns. This being said, I'm acquainted with the actual military events in detail and the consequences on both sides. Russia sees nato/ukraine expansion as a threat. Ukraine sees itself, once again, attacked and its sovereignty challenged.	конфліктів, ідеологій і політичних інтересів між Україною та Росією, які сягають далеко за межі 2014 року, та геополітичного тиску з боку Європи/США та осередку Росія-Іран-КНДР-Китай. Отже, причини, що стоять за вторгненням, є складнішими, ніж це подають будь-які чи більшість ЗМІ, але, як показує історія, саме люди опиняються в центрі подій... поки у владних кабінетах грають у шахи, чоловіки та жінки є лише пішаками. З огляду на це, я детально знаю про реальні військові події та їхні наслідки для обох сторін. Росія розглядає розширення НАТО та України як загрозу. Україна знову бачить себе під атакою та вважає, що її суверенітет поставлений під сумнів.
It is a full-scale war that began in 2022, affecting millions of people, causing displacement, trauma, and global instability.	Це повномасштабна війна, яка розпочалася у 2022 році, зачепила мільйони людей, спричинила вимушене переселення, психологічні травми та глобальну нестабільність.
I am from Ukraine. It breaks my heart	Я з України. Це розбиває мені серце (це дуже боляче)
Yes	Так
Follow relatively closely. Read info from Ukraine-Based journalists.	Досить уважно слідкую за подіями. Читаю інформацію від журналістів з України.

З яких джерел Ви отримуєте інформацію? (From which sources you receive information?)

ТБ (TV)	3
Соцмережі (Social media)	4
Онлайн-медіа (Online media (websites e.t.c.))	5
Друковані медіа (Print media (magazines, newspapers e.t.c.))	2
Інше (Other)	
Direct contacts, private or public channels on telegram, books, political magazine and publications, field research both personal and from colleagues.	
People	
Ukrainian friends	

Можна було обрати кілька варіантів

Чи звертаєте Ви увагу на образні вислови та фразеологізми у виступах політиків? (Do you pay attention to phraseological units (idioms) or other figurative expressions used by politicians in their speech?)

Так (Yes)	2
Ні (No)	1
Іноді (Sometimes)	2
Я не впевнений(а) (I am not sure)	-

Чи використовуєте Ви фразеологізми у власному мовленні? (Do you use idioms or phraseological expressions in your own speech?)

Часто (Often)	3
Іноді (Sometimes)	2
Рідко (Rarely)	-
Не можу сказати/не знаю (I do not know)	-
Я майже ніколи їх не використовую (I almost never use them)	-
Я ніколи їх не використовую (I never use them)	-

Як Ви вважаєте, фразеологізми (In your opinion, idioms):

Посилюють емоційність і вплив висловлювання (Enhance the emotional impact of a statement)	3
Роблять мовлення зрозумілішим (Make speech clearer and easier to understand)	1
Ускладнюють розуміння (Make understanding more difficult)	-
Ні на що не впливають (Do not influence communication)	-
Ваша відповідь/інше (your answer/other)	
all of the above, except that they don't influence. They're a powerful political tool, but also significant in story telling. Like most communication tools, they can be used for good or nefarious intentions. In politics, the abuse indicates a strong manipulation (and relevant fallacies) with a subsequent lack of clarity and honesty.	усе вищезазначене, за винятком того, що вони не мають впливу. Вони є потужним політичним інструментом, але також відіграють важливу роль у розповіді історій. Як і більшість засобів комунікації, їх можна використовувати як у добрих, так і в злісних намірах. У політиці зловживання ними свідчить про сильну маніпуляцію (та відповідні логічні помилки), що супроводжується відсутністю ясності та чесності.

Чи завжди Ви розумієте значення фразеологізмів без додаткового контексту? (Do you always understand the meaning of an idiom without additional context?)

Так (Yes)	2
Іноді потрібен контекст (Sometimes context is needed)	3
Ні (No)	-

Чи впливають образні вислови на Ваше ставлення до мовця? (Can figurative expressions influence your attitude toward the speaker?)

Так, позитивно (Yes, positively)	1
Так, негативно (Yes, negatively)	-
Ні, не впливають (No, they do not influence it)	1
Важко відповісти (Difficult to answer)	2
Інше (other)	
Again, it depends on how they're used. If they're an exaggeration with the clear intent of steering the people's perception toward falsity and an improper way of representing facts (very common), I find it despicable... even though I understand that modern school of politics often requires it. It's still not right. But if used appropriately, they can quickly convey dreams, ambitions, motivate the population, and provide a host of benefits - which is, sadly, often not the case.	Знову ж таки, все залежить від того, як їх використовують. Якщо це перебільшення з явним наміром схилити громадську думку до неправди та неправильного висвітлення фактів (що трапляється дуже часто), я вважаю це огидним... хоча й розумію, що сучасна політика часто цього вимагає. Це все одно не правильно. Але якщо їх використовувати правильно, вони можуть швидко передати мрії, амбіції, мотивувати населення та надати безліч переваг — що, на жаль, часто не відбувається.

3.4. Аналіз результатів експерименту

Оскільки, маємо лиш невелику кількість іноземних респондентів, що взяли участь у дослідженні, тож не можемо виділити ядро реакцій, але навіть такої кількості відповідей буде достатньо, щоб перевірити чи вдалими були наші перекладацькі рішення.

Отже, в нашому дослідженні взяли участь 5 осіб. Усі вони зараз проживають в Канаді, але мають різне походження (двоє з Канади, інший з Мексики, ще 1 з Італії і останній з України). Тож, беремо до уваги, що їхнє походження, а також інші фактори які ми зазначали раніше, могли вплинути на результати. Та, зрештою, зауважимо, що **більшість пояснень** (реакцій) [додаток 4] надана респондентами на фразеологізми, **була точною/правильною** (“warriors of light” – people fighting for good and justice, “to sit at the negotiation table” – start peaceful discussion, “scapegoat” – the person who takes the blame (fairly or unfairly), “to play with fire” – do something dangerous тощо), а деякі респонденти навіть надавали розгорнуті пояснення й ділились роздумами щодо слів-стимулів (“to have shivers up and down” – feeling of emotional and psychological restlessness due to uneasy feelings or a situation of uncertainty that usually follows a psychological reaction in our nervous system (hence the “tingling” or shivers, our body is getting ready to react)).

Але, кілька респондентів **не надали реакції** на такі фразеологізми, як-от: (0=3): “fifth column” (п’ята колона), “create juniper tree out of forest” (робити з ялівця слона); (0=1): armchair warriors (диванна сотня), “pour water in the sea” (лити воду на

млин), “warriors of light” (воїни світла), “to go by the board” (бути за бортом); (0=2): “litmus test” (лакмусовий папірець).

Неправильне пояснення було надане одним з респондентів, на такі ФО: “to go by the board” (бути за бортом) – stay true to the rules, to go long home (go in sunset) – make a new start, “to break the back of” (зламати хребет) – when one cannot carry emotional load anymore, “reinvent the wheel” – to offer or use some well known methods, “create a juniper tree out of forest” – make something unusual or unique/feel confused, “day and night” – stark difference between previous and current (or future) situation/opposites, “sing from the same song sheet” – to say or do something that was said/done before.

Помічаємо, що на деякі фразеологізми на які не було реакції, була надана і неправильна реакція.

Відсутність реакції, або неправильно надані реакції можемо пояснити тим, що:

Деякі фразеологізми потребують “фонових” культурних або політичних знань. Наприклад, “fifth column”, або “warriors of light” містять у собі виразне культурно-історичне забарвлення (якщо звернемось то історії, то перший пов’язаний з громадянською війною в Іспанії (хоча і став інтернаціоналізмом), а другий – з українськими воїнами), тож їхнє розуміння залежало від обізнаності респондентами відповідного контексту, або самого фразеологізму.

Респондентам могли бути просто незнайомі ці ФО, бо їх немає в їхній мовній/професійній/побутовій картині світу (наприклад, “litmus test”, що є не лише фразеологізмом, але і стосується хімічної сфери (“litmus paper”, допомагає визначити стан середовища (наскільки воно є кислотним)).

Неправильні пояснення деяких фразеологізмів також можуть свідчити про буквальне сприйняття компонентів фразеологізму. Так, “to break the back of” було пояснено як “неможливість нести емоційний тягар” через асоціацію слова back із навантаженням, а “day and night”, як протиставлення протилежностей, а не безперервність дії. Це підтвердило теоретичне положення про те, що значення фразеологізму не завжди можна вивести із значень його окремих компонентів. Це підтверджує також і те, що деякі респонденти зазначали, що їм легше розуміти фразеологізми, коли вони не окремо, а в контексті.

Також, окремі фразеологізми, запропоновані нами як варіанти перекладу, могли бути маловживаними або стилістично незвичними, саме для сучасного англomовного середовища. Можливо, “to go by the board” є менш частотним висловом, тому респондент інтерпретував його буквально, а саме як “stay true to the rules”.

І, маємо визнати, що, прагнучи зберегти форму (авторську модифікацію фразеологізму і рослинний компонент), а не зміст (значення фразеологізму зробити з мухи слона), обране нами рішення вільного перекладу для модифікованого фразеологізму “робити з ялівця слона” - “create juniper tree out of forest”, було невдалим, навіть попри доданий контекст, оскільки респонденти не сприймали його як щось природне і усталене, а тому тлумачили його

буквально, як щось “незвичне” (make something unusual or unique). В подальших дослідженнях, ми це врахуємо.

Цікаво, що **деякі респонденти чесно зізнавались**, якщо не знали якоїсь ФО, або якщо не знали, то казали, що дивились значення в інших джерелах і дивувались: I haven't heard this one/I know them as two different things (To go long home (go in the sunset)), “5 column” – unknown, **had to look it up!** Found out that it's “a group within a country at war who are sympathetic to or working for its enemies” **Interesting!**.

Окрім пояснень на фразеологізми, були й інші типи реакцій, які ми можемо навести у відсотковому співвідношенні:

Військово-політичні (такі реакції, у яких респонденти інтерпретували фразеологізми крізь призму російсько-української війни, бойових дій, боротьби за свободу і політичних понять): 40%

Серед них бачимо реакції у **яких респонденти висловлюють підтримку Україні**, чекають на завершення війни у нашій країні і говорять про силу нашої армії: “to put an end to bloodshed and war” – that would be my deepest prayer (це було б моєю найбільшою мрією/молюсь за це), “to pay heavy price” – Ukraine is “paying a heavy price” for it's freedom, “we will not sink to one's knees” – as I see the brave people of Ukraine.

Інші військово-політичні, наприклад: “to put an end to bloodshed and war” (used to justify further military action or extreme measures. Politically, to create a “quick cognitive assonance” with public and force that you are acting “for the good...”), “the window of opportunity” – in military terms, a specific condition defined by time and space in which operations are particularly favorable due to lower risks and higher chances of success тощо.

Інші (були пов'язані з побутом, або життєвим досвідом респондентів та ін.): 60%

Цікаво, що фразеологізми “дерти горло” і “5 колона” (to scream bloody murder/5 column) у іноземних респондентів **асоціюється з медіа** (usually via a lot of noise (media, moral e.t.c.), media), що вказує на неабияку недовіру до цих каналів поширення інформації, **в яких вони вбачають внутрішнього ворога**, що несе у суспільство безпідставний галас, зраду і брехню.

Були і **описові реакції** (логічні/буквальні): “to shed blood” – people bleed – people die., “to draw the line” – enough is enough.

Пояснення через власний досвід і деякі приклади/емоційні реакції: “We are workind day and night”, “to lead someone by the nose” – when you are trying lo lead someone to a specific way of thinking (usually followed by “you can't make them drink”), “reinvent the wheel” – If it's already in existence, why redo it?, “to pay a heavy price” – self explanatory, “kick one's head against a brickwall” – you are never going to make a difference.

Біблійна асоціація: “we will not sink to one's knees” – “David and Goliath”.

Отже, результати експерименту показали, що більшість фразеологізмів були вдало перекладені нами, а отже правильно інтерпретовані англомовними респондентами. Їхні реакції часто асоціювалися з війною, боротьбою за свободу,

політичними подіями, медіа, особистим досвідом та емоційними переживаннями (але реакції також залежали і від “змісту” самого фразеологізму). Частина респондентів надавала не лише короткі пояснення, а й розгорнуті коментарі, що свідчить про зрозумілість ФО. Водночас окремі труднощі з поясненням виникали через культурну специфіку або буквальне сприйняття ФО чи незвичність конструкцій. Однак, загалом, нам вдалось вдало передати зміст, образність і прагматичний вплив більшості українських ФО англійською мовою.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

В ході роботи, було встановлено, що переклад ФО, є складним процесом, який вимагає неабиякої уважності та знань. Покликаючись на праці відомих дослідників, було встановлено, з якими складнощами при перекладі може зіштовхнутись дослідник, і зважаючи на них, а також покликаючись на праці українських дослідників І. Корунця і В. Карабана, було виокремлено низку принципів, яких має дотримуватись перекладач, щоб мінімізувати імовірність виникнення помилок, а саме варто: передавати зміст, а не буквальну форму, суворо дотримуватись авторської концепції, зберігати образність та експресивність, враховувати культурні особливості мови оригіналу та мови перекладу, добирати найвлучніший відповідник, враховувати конкретний контекст, уникати необгрунтованих скорочень чи додавань, орієнтуватись на природність і зрозумілість мови перекладу, намагатись зберегти прагматичний вплив на читача.

Покликаючись на вищезгаданих науковців і низку інших дослідників, ми виокремили способи перекладу фразеологізмів, і опираючись на них, шукаючи відповідники, запропонували свої варіанти перекладу 40 обраних одиниць. Ми застосовували як моноеквівалентний переклад, так і вибіркового, а ще вільний переклад, які виявилися доволі ефективними (серед них найбільше ми застосовували моноеквівалентний, оскільки ми прагнули зберегти емоційність, зрозумілість і зміст ФО мови оригіналу, знаходячи точний відповідник в мові перекладу, не створюючи ефекту “штучності”). Єдиним випадком використання вільного перекладу була ФО “робити з ялівця слона”, і таке рішення викликало непорозуміння між нами і респондентами, попри те, що було додано примітку і збережено структуру самого ФО. Але, таке рішення, в якому ми прагнули зберегти авторську концепцію і форму, замість змісту, доводить, що зрозумілість на першому місці, а місце для авторського переосмислення залишається тоді, коли воно зрозуміле всім. Ця ситуація доводить наше твердження про важливість дотримання принципів перекладу.

У цілому, попри невелику кількість учасників, отримані дані спрямованого експерименту дали змогу побачити наскільки ФО є зрозумілими для носіїв англійської мови і перевірити успішність перекладацьких рішень.

Більшість реакцій свідчить про правильне розуміння значення ФО, зокрема таких, як “warriors of light”, “to sit at the negotiation table”, “scapegoat”, “to play with fire”, “to pay a heavy price” та інших. Частина респондентів не обмежувалася короткими визначеннями, а надавала розгорнуті коментарі, інтерпретуючи фразеологізми крізь призму життєвого досвіду, політичних поглядів, емоційних переживань і сучасного воєнного контексту. Це засвідчило не лише зрозумілість більшості одиниць, а й їхню здатність викликати асоціативні, емоційні та оцінні реакції, тобто функціонувати як повноцінні елементи англословного дискурсу.

Водночас результати експерименту виявили низку труднощів, що підтверджують залежність сприйняття фразеологізмів від культурного, політичного та мовного досвіду респондентів. Найбільші труднощі викликали одиниці з виразним культурно-історичним підґрунтям, зокрема “fifth column”, “create juniper tree out of forest”, “litmus test”, “to go by the board” та ін. Частина респондентів або не надала реакцій, або інтерпретувала ці вислови буквально, що підтвердило теоретичне положення про неможливість простого виведення значення фразеологізму зі значень його окремих компонентів. Водночас значна частина

реакцій мала військово-політичний характер. Тобто, респонденти асоціювали фразеологізми з війною, боротьбою за свободу, медіа, політичними маніпуляціями та українським спротивом, що демонструє тісний зв'язок асоціативного мислення з актуальним суспільно-політичним контекстом.

Зокрема, провівши опитування і зібравши думки іноземних респондентів, ми змогли дізнатись їхнє ставлення до повномасштабної війни в Україні, що є негативним. Всі респонденти зазначили, що добре ознайомлені з подіями в Україні, активно слідкують за новинами з нашої країни, підтримують нас і вважають, що війна мала нищівний вплив на життя мільйонів людей. Не менш важливо, що іноземці, люди з військової та психологічної сфер, добре обізнані в цьому, кажуть, що все набагато глибше і почалось дуже давно (*Росія прагне розширення, а Україна захищає суверенітет. Поки політики грають у великих кабінетах в шахи, прості люди є лише пішаками, а медіа висвітлює лише дрібку правди*).

Це теж могло значно повпливати на характер відповідей респондентів на ФО.

Зокрема на надані відповіді могло повпливати і саме ставлення респондентів до цих мовних одиниць, які окремі учасники вважають потужними політичними інструментами, зокрема інструментами, що дозволяють як маніпулювати населенням (огидно), так і, за правильного використання, здатні надихати народ і мотивувати його (що часто не відбувається).

Отже, експеримент довів, що адекватний переклад фразеологізмів потребує не лише вдалого добору відповідника в мові, а й урахування культурної впізнаваності, частотності вживання, прагматичної доречності та асоціативного потенціалу одиниці в іншомовному середовищі.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено комплексне дослідження українських фразеологічних одиниць воєнного часу, особливостей їх функціонування у політичному медіадискурсі, а також перевірено психолінгвістичне сприйняття носіями української та англійської мов цих ФО, і досліджено специфіку їхнього перекладу англійською мовою. Проведене дослідження дало змогу систематизувати теоретичні засади вивчення фразеології, простежити, як фразеологізми функціонують у сучасному українському суспільстві в умовах повномасштабної війни, яким чином вони впливають на масову свідомість і як сприймаються в іншомовному середовищі.

У першому розділі роботи було розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження фразеологічних одиниць. Передусім було визначено поняття фразеологізму, його основні ознаки та функції. У процесі аналізу наукових праць українських і зарубіжних дослідників **встановлено, що фразеологія як окрема мовознавча дисципліна** сформувалась порівняно пізно, однак сьогодні посідає важливе місце у сучасній лінгвістиці. Особливу увагу було звернено на внесок таких науковців, як О. Потебня, Ш. Баллі, Ф. де Соссюр, Л. Скрипник, М. Кочерган, В. Ужченко та інших, чії праці стали теоретичною основою дослідження.

У результаті опрацювання різних підходів до тлумачення поняття фразеологічної одиниці **було досліджено, що фразеологізм є семантично цілісною, відносно стійкою, відтворюваною та експресивною мовною одиницею, яка характеризується нарізнооформленістю та часто виконує функцію, еквівалентну слову.** На основі цього вдалося виконати перше поставлене завдання дослідження, а саме визначити поняття фразеологічної одиниці, її ознаки та функції.

У роботі також було проаналізовано функції фразеологізмів, серед яких особливо важливими для нашого дослідження стали експресивна, оцінна, когнітивна та прагматична функції. **Було з'ясовано, що саме прагматичний потенціал фразеологічних одиниць забезпечує їхню ефективність у політичному дискурсі,** адже вони здатні емоційно впливати на адресата, формувати оцінні судження, викликати необхідні асоціації та сприяти усвідомленню інформації.

Окрему увагу було приділено лінгвокультурологічному та психолінгвістичному підходам до вивчення фразеології. **У результаті аналізу встановлено, що фразеологізми є не лише мовними одиницями, а й носіями культурної пам'яті, історичного досвіду та національного світогляду.** Вони відображають специфіку мовної картини світу народу та зберігають важливі культурні коди. Психолінгвістичний підхід, своєю чергою, дав змогу розглядати фразеологізми як одиниці, сприйняття яких залежить від мовного досвіду, емоційного стану, асоціативного мислення та соціокультурного середовища людини.

У межах першого розділу також було простежено сугестивний і маніпулятивний потенціал фразеологічних одиниць у політичному медіадискурсі, що дало змогу виконати друге завдання дослідження. Було встановлено, що політичний дискурс характеризується високим рівнем емоційності, риторичності та впливовості, а фразеологізми у ньому

виступають ефективними інструментами впливу на масову свідомість. **З'ясовано, що в умовах війни фразеологічні одиниці** набувають особливої ваги, оскільки здатні не лише передавати складний зміст у стислій формі, а й активізувати колективну пам'ять, національні архетипи та емоційні реакції суспільства. Таким чином, **фразеологізми у сучасному медіапросторі функціонують як своєрідні “сміслові маркери”** воєнного часу та стають інструментами мобілізації, консолідації суспільства, або ж засобом маніпуляції громадською думкою.

У другому розділі було проведено психолінгвістичне дослідження, основою якого став спрямований асоціативний експеримент серед носіїв української мови. У процесі роботи було розглянуто поняття асоціативного експерименту, його різновиди та специфіку використання у психолінгвістичних дослідженнях. **Було підтверджено, що саме асоціативний експеримент є одним із найефективніших методів** дослідження мовної свідомості та особливостей сприйняття мовних одиниць.

У межах реалізації практичної частини дослідження було укладено добірку українських фразеологізмів, що активно функціонують у період повномасштабної війни, а також описано особливості їх уживання та значення, чим було виконано ще одне із поставлених завдань дослідження. До аналізу було залучено фразеологізми, які активно використовуються у політичному медіадискурсі, незалежних медіа, блогів і сайтів українських політиків, а також у їхній публічній комунікації загалом.

Проведений експеримент складався з двох етапів, в якому взяло участь дві фокусні групи. Перша група мала дописати фразеологізми за ключовими словами, а друга повинна була пояснити значення вже поданих фразеологічних одиниць або ввести їх у контекст. **Аналіз отриманих результатів показав, що рівень розуміння українських медійних фразеологізмів серед респондентів є достатньо високим.** Найкраще учасники розуміли ті одиниці, які активно функціонують у сучасному інформаційному просторі та часто використовуються у медіа. Зокрема, зрозумілими для більшості респондентів виявилися фразеологізми: “сісти за стіл переговорів”, “проливати кров”, “підкидати дрова у вогонь”, “давати плоди”, “битися головою об стіну” та інші. **Водночас було встановлено, що окремі фразеологізми викликали труднощі у сприйнятті.** Найменш зрозумілими для респондентів стали одиниці “великий обмін”, “лити воду на млин”, “закручувати гайки”, “зламати хребет” та деякі інші. Це дозволило дійти висновку, що **рівень сприйняття фразеологізмів значною мірою залежить від частотності їх уживання у медіапросторі, мовного досвіду респондентів, а також від культурного й соціального середовища.**

Аналіз асоціативних реакцій дав змогу встановити, що значна частина відповідей респондентів мала емоційно негативний характер, що свідчить про психологічну втому, тривожність і вплив воєнних реалій на мовну свідомість українців. Але також значна кількість побутових, нейтральних і навіть гумористичних реакцій **продемонструвала адаптацію суспільства до кризових умов** та прагнення зберігати емоційну рівновагу навіть у складний період. Маємо додати, що результати експерименту підтвердили положення про варіативність фразеологізмів. Частина респондентів надавала не очікувані, але логічно пов'язані реакції, використовуючи інші фразеологічні одиниці або індивідуальні асоціації. **Це свідчить про динамічний характер фразеології та її здатність трансформуватись залежно від мовного досвіду й контексту.**

Важливим елементом другого розділу став також аналіз мовних особистостей українських політиків: Володимира Зеленського, Петра Порошенка, Віталія Кличка, Дмитра Кулеби. **Було виявлено**, що кожен із них використовує власну модель політичної комунікації та формує особливий публічний образ через добір мовних засобів, зокрема фразеологізмів. Дослідження архетипних і мотиваційних характеристик особистостей політиків дало змогу **дійти висновку, що сучасний політичний лідер має бути різнобічною особистістю**, що здатна адаптувати мовлення до кризових умов, емоційно впливати на аудиторію та відповідати суспільному запиту.

У третьому розділі було досліджено специфіку перекладу українських фразеологізмів англійською мовою та особливості їх сприйняття англомовними респондентами. На основі праць І. Корунця, В. Карабана та інших дослідників було проаналізовано основні труднощі перекладу фразеологічних одиниць і визначено принципи, яких необхідно дотримуватись для адекватного відтворення змісту, образності та прагматичного впливу фразеологізмів. У процесі дослідження було дібрано англомовні відповідники до українських фразеологізмів та запропоновано власні варіанти перекладу 40 фразеологічних одиниць. **Було з'ясовано**, що найбільш ефективними способами перекладу є моноквівалентний та вибіркоковий переклад, оскільки саме вони дозволяють зберегти зміст, експресивність і природність фразеологізмів у мові перекладу. Водночас **використання вільного перекладу** у випадку модифікованої фразеологічної одиниці “робити з ялівця слона” **продемонструвало**, що надмірне прагнення зберегти форму без урахування зрозумілості може призвести до труднощів у сприйнятті іншомовними респондентами.

Проведений серед носіїв англійської мови асоціативний експеримент дозволив перевірити успішність перекладацьких рішень і виконати поставлене завдання щодо аналізу сприйняття українських фразеологізмів іншомовною аудиторією. **Було встановлено**, що більшість перекладених фразеологізмів були правильно зрозумілі респондентами. Зокрема, такі одиниці, як “warriors of light”, “to play with fire”, “scapegoat”, “to sit at the negotiation table”, “to pay a heavy price” викликали логічні й змістовно правильні асоціації.

Разом із тим **результати експерименту засвідчили**, що окремі фразеологізми з виразним культурно-історичним або політичним підґрунтям викликали труднощі у сприйнятті. Найбільш незрозумілими виявилися “fifth column”, “litmus test”, “create juniper tree out of forest”, “to go by the board” та інші. Частина респондентів інтерпретувала їх буквально або не змогла пояснити їх значення, що **підтвердило важливість** культурного контексту під час перекладу фразеологічних одиниць.

Аналіз реакцій англомовних респондентів показав, що значна частина асоціацій була пов’язана з війною, політикою, боротьбою за свободу та медійним впливом. **Це свідчить про те**, що український воєнний контекст активно присутній у міжнародному інформаційному просторі, а українські фразеологізми здатні викликати емоційний та асоціативний відгук навіть у представників інших культур.

Отже, результати проведених експериментів дали змогу зіставити особливості сприйняття фразеологічних одиниць українськими та англомовними респондентами й

здійснити когнітивну інтерпретацію отриманих даних. Дослідження підтвердило, що фразеологізми воєнного часу не лише зберігають свою ідіоматичну сутність, а й набувають додаткового ідеологічного, емоційного та прагматичного навантаження. Вони стають важливими інструментами впливу на свідомість, формування суспільних настроїв і передачі колективного досвіду.

Таким чином, можна стверджувати, що поставленої мети дослідження було досягнуто. У роботі вдалося виявити й розкрити особливості функціонування, сприйняття та перекладу українських фразеологічних одиниць воєнного часу, простежити їх використання у політичному медіадискурсі, з'ясувати специфіку їх розуміння українськими та англомовними респондентами, визначити їхній сугестивний і прагматичний потенціал, а також запропонувати шляхи адекватного відтворення українських фразеологізмів англійською мовою.

На цьому дослідженні ми не плануємо зупинятись і прагнемо розглянути всі інші аспекти порушеного питання. У подальших наукових розвідках доцільно розширити базу респондентів, залучити більшу кількість носіїв різних мов і культур, а також збільшити коло досліджуваних фразеологічних одиниць чи інших мовних засобів, а також дослідити іноземні медіа. Перспективним вбачаємо також ґрунтовніше дослідження динаміки трансформації воєнної фразеології у медіапросторі, її перекладу в інших мовах та впливу на формування сучасної мовної картини світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література

1. Береза Т.А., Коцюк Л.М., Кулинський О.С. Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів: Львів: БаК, 2011. С. 400 URL: <https://lnk.ua/YNgo11kNZ>
2. Білоноженко В.М., Гнатюк І.С., Дятчук В.В., Неровня Н.М., Федоренко Т.О. Словник фразеологізмів української мови. Київ: Наукова думка, 2003. 788 с. URL: <http://surl.li/dkdiri>
3. Варій М.Й. Загальна психологія: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 1008 с. URL: <https://surl.li/kkgfbu>
4. Видайчук Т.Л., Плеханова Т.М., Грищенко О.В. Модифікації фразеологізмів у сучасному масмедійному дискурсі: Закарпатські філологічні студії, 2023. Вип. 28. С. 34-40. URL: <http://surl.li/vtkztr>
5. Воробйова Л.М. Психолінгвістичний глосарій. Рівне, 2011. 128 с. URL: <http://surl.li/rzwsfl>
6. Деренчук Н.В. Мовний портрет сучасного українського політика: дис. канд. філ. наук.: Луцьк, 2018. 228 с. URL: <https://surl.li/mzbtmi>
7. Зимомря М.І., Баран Я.А. Теоретичні основи фразеології: навч. посіб. Ужгород. 1999. 176 с. URL: <https://surl.li/suyglh>
8. Забіяка В.А., Забіяка І.М. Світ фразеологізмів. Етимологія, тлумачення, застосування: практичний посібник / Київ: ВЦ Академія, 2015. 300 с. (папір)
9. Загнітко А.П., Богданова І.В. Лінгвокультурологія: навч. посіб. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 261 с. URL: <http://surl.li/axabcw>
10. Калмикова Л. О., Калмиков Г.В., Лапшина І.М., Харченко Н.В. Психологія мовлення і психолінгвістика: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Фелікс. Переяслав- Хмельницький педагогічний інститут. 2008. 235 с. URL: <http://surl.li/gelzuu>
11. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову / В. І. Карабан, Д. Мейс. – Вінниця: Нова книга, 2003. – 606 с. – (ISBN 966-7890-51-1). URL: <https://lnk.ua/R4aoxXdVJ>
12. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики: монографія. Одеса: Астропринт, 2006. 416 с. URL: <http://surl.li/chixru>
13. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: Нова Книга, 2003. 448 с. URL: <https://lnk.ua/YNgod8YNZ>
14. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти. Київ: ВЦ Академія, 2002. 368с. URL: <http://surl.li/vgealu>
15. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти. 2 видання. Київ: ВЦ Академія, 2006. 463 с. URL: <https://clipr.cc/cFfz7>
16. Куранова С. І. Основи психолінгвістики: навч. посіб. Київ: ВЦ Академія, 2012. 208 с. URL: <http://surl.li/abofho>
17. Мартінек С.В. Український асоціативний словник в 2 томах. Т. 1. Від реакції до стимулу. Львів: ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 344 с. URL: <http://surl.li/uulktz>

18. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: Навчальний посібник. Київ: Видавничий центр «Академія». С. 2012 URL: <https://lnk.ua/zeGK7QKer>
19. Мойсієнко А.К., Бас-Кононенко О.В., Бондаренко В.В., Гапченко О.А., Кравченко Л.О., Мацько О.М., Плющ Н.П., Сидоренко О.М. Сучасна українська літературна мова: Лексикологія. Фонетика: підручник. Київ: Знання, 2010. 270 с. URL: <https://clipr.cc/Y7KhW>
20. Нагорна Л.П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики: монографія. НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. Київ: Світогляд, 2005. 315 с. URL: <http://surl.li/wujjeb>
21. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посібник. Київ: Національна академія Служби Безпеки України, 2011. 248 с. URL: <http://surl.li/fmduqx>
22. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. С. 711 URL: <http://surl.li/thsmum>
23. Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови: Монографія. Київ: Наук. думка, 1973. С. 278 URL: <https://surli.cc/xzshnx>
24. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: посібник. / М-во освіти і науки України, Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка. Луганськ: Альма-матер, 2005. С. 399 URL: <http://surl.li/eazfnu>
25. Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа: словник. Київ: ВПЦ Київський університет, 2022. Ч.5. С. 360 URL: <http://surl.li/gylcnf>
26. Cowie A.P. Phraseology: theory, analysis, and applications: CLARENDON PRESS, OXFORD 1998. P. 130 URL: <https://lnk.ua/zN2rwwnN7>

Додаткова література

1. Alicja Cuper, Malgorzata Cuper-Ferrigno Language-culture-politics: Some Remarks on Idiom and idiomatic translation – State School of Higher Education, Chelm, 2019. URL: <https://lnk.ua/94yQAGY4M>
2. Болдирева А.С., Яровенко Л.С. ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ: Стаття. – Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2024. URL: <https://lnk.ua/zN2r06aN7>
3. Видайчук Т.Л. Мовна особистість староукраїнської доби: проблеми та аспекти дослідження. <https://surl.li/aomitb>
4. Гаськевич Руслан. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Питання перекладу фразеологічних одиниць. – Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2013. URL: <https://lnk.ua/RVd0d8DV3>
5. Голубовська І.О., Мовна особистість як лінгвокультурний феномен. *Studia linguistica*, 1. 2008. с. 25-33. URL: <http://surl.li/ucjbck>
6. Громовенко В.В. Генезис політичної лінгвістики як самостійної науки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2014. Вип. 11(1). С. 112-115. URL: <http://surl.li/nujtdf>
7. Денисевич О.В. Вільний асоціативний експеримент як засіб дослідження соціального портрету. Волинь - Житомирщина. 2010. № 2 (2). С. 334-340. URL: <http://surl.li/iywxcxy>

8. Денисевич Олена. Типи вербальних зв'язків в асоціативних полях рекламної лексики. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. № 1 (5). С. 41 – 51. URL: <http://surl.li/wvlnji>
9. Жовтобрюх М.А., Кулик Б.М. Курс сучасної української літературної мови. Ч.1. к., 1972. с.407-411. URL: <https://salo.li/cE8e962>
10. Ільченко О. А. Фразеологічні трансформації в сучасних україномовних ЗМІ: призначення, функції, способи продукування. Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Серія : Філологічна. 2014. Вип. 48. С. 67-69. URL: <http://surl.li/opecxk>
11. Каракевич Р.О. Лінгвокультурологічне дослідження фразеологізмів-лінгвокультурем. Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія Філологічні науки. Мовознавство. № 2, 2014. URL: <http://surl.li/qvugsw>
12. Князь Т.М. Особливості функціонування фразеологізмів української мови в політичному дискурсі. – 2019. С. 59-65. URL: <http://surl.li/jmtkns>
13. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. — Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2009. С. 145. URL: <https://surl.li/hfydgk>
14. Костенко Г.М. Вступ до перекладознавства: тексти (конспекти) лекцій з дисципліни. Національний університет «Запорізька політехніка», 2023. С. 74. URL: <https://lnk.ua/be8kvEp45>
15. Лисенко Людмила. Лінгвокультурологічний аспект вивчення фразеологізмів української та англійської мов. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Вип. 175. URL: <http://surl.li/edmete>
16. Луканинець Рената. Вільний асоціативний експеримент як метод дослідження фразеологізмів античного походження. Ужгород, 2023. С. 66-74. URL: <http://surl.li/odhblk>
17. Мисан Інна. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТУДІЮВАННЯ РОЗУМІННЯ І ВЖИВАННЯ ДІТЬМИ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МОВЛЕННІ, 2017, С. 142-162. URL: <https://surl.li/phqqjy>
18. Нагорна Л.П. Політична лінгвістика: стан і статус/Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України]. 2006. Вип. 30(2). С.160-168. URL: <http://surl.li/qjkeej>
19. Папіш В.А. Текст у психолінгвістиці: аспектуальні узагальнення та лінгвопсихоакцентуаційні виміри художнього тексту українських вишуканих мовних особистостей. Theoria et historia scientiarum. Toruń. 2021. Vol. XVIII. С. 7–25. URL: <http://surl.li/nsxtzt>
20. Папіш В.А. Багатоаспектне дослідження мовної особистості: актуалізація психолінгвістичних параметрів. Slavia orientalis. 2022. T. LXXI. Nr 4. с. 835–849. URL: <http://surl.li/ixbacn>
21. Rita Juknevičienė English phraseology and corpora: an introduction to corpus-based and corpus-driven phraseology: Vilniaus universiteto Filologijos fakulteto taryba, 2017. P. 75 URL: <https://lnk.ua/MVwJLLKez>
22. Селігей П.О. Мовна свідомість – шанобливе ставлення до мови. <https://surl.li/swkyfc>

23. Сизонов Д.Ю. Стилiстична трансформацiя фразеологiзмiв в українських мас-медiа. Науковий вiсник Мiжнародного гуманiтарного унiверситету. Сер.: Фiлологiя. 2018. №37. Том 3. URL: <http://surl.li/gyjkbe>
24. Сизонов Д. Ю. Фразеологiя як вiдбиття нацiональної iдентичностi в масмедiйних координатах. Мовознавство. 2019. № 6. С. 64–71. URL: <http://surl.li/jtfadr>
25. Терещенко Людмила, Станiславова Людмила. Лексика i фразеологiя сучасного українськомовного полiтичного дискурсу. Актуальнi питання гуманiтарних наук. Вип 53, том 2, 2022. С. 197-202. URL: <http://surl.li/mhywbe>
26. Харицька Свiтлана, Глушаниця Наталiя. Роль мовної сугестiї в полiтичному дискурсi. С. 206-208. URL: <http://surl.li/jgwuvp>
27. Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Теорiя медiалiнгвiстики: пiдручник/ за ред. Шевченко Л.І. Київ: ВПЦ Київський унiверситет, 2021. 214 с. URL: <http://surl.li/idlmlm>
28. Шкiцька, І. «Оцiнна лексика в манiпулятивнiй стратегiї позитиву». Науковий часопис Нацiонального педагогiчного унiверситету iменi М. П. Драгоманова. Серiя 10: Проблеми граматики i лексикологiї української мови, вип. 7, 2011, с. 382–7. URL: <https://surl.li/docivk>
29. Шовкович Олесь. Про лiнгвокультурологiчний пiдхiд до вивчення фразеологiзмiв сучасної словацької мови. Науковий вiсник Ужгородського унiверситету. Серiя: Фiлологiя. Випуск 2 (44). С. 385-388. URL: <https://surli.cc/rvzvzz>

Джерела фразеологiзмiв

- Інтернет-медiа "Суспiльне Новини" <https://suspilne.media/>
- Сайт Полiтичної партiї "Європейська Солiдарнiсть" <https://eurosolidarity.org/>
- Сайт мiського голови Києва, лiдера партiї "УДАР" Вiталiя Кличка <https://kyiv.klichko.org/>

Перевiряли значення фразеологiзмiв:

- Онлайн-бiблiотека "Горох". URL: <https://goroh.pp.ua/>
- Онлайн-словник "Cambridge dictionary". URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

ДОДАТОК №1

Список фразеологічних одиниць (40)

Зеленський В.О.

"**Воїни світла**" – номін. учасників політичних подій 2014 року (похідне з пісні білоруського гурту "Ляпіс Трубецкой"); медійн. фраз.; номін. військових: [20, с. 78].

*"Захисти тих, хто захищає нас! Бороніть, небеса, тих, хто боронить рідну землю. Зміцни волю тих, хто захищає нас від неволі. Збережи тих, хто береже Україну. Це наші військові, нацгвардійці, прикордонники, наша територіальна оборона, розвідка. Ці та всі інші наші **воїни світла**..."* (24.04.22 (Привітання Володимира Зеленського з Великоднем)): <http://surl.li/kcmmkb>

"**Стерти з лиця землі**" – зникати, щезнути і под. Назавжди, зовсім, безслідно, повністю: [1, с. 340].

*"Вони забрали багато людей і багато життів. Суспільство їм цього вже не пробачить... Ви не повинні диктувати суспільству, як їм ставитися до іншого суспільства держави, яка хотіла вчора **стерти** вас з **лиця землі**..."*, — сказав президент" (22.10.22): <http://surl.li/klurxb>

"**Великий обмін**" – медійн. фраз.; обмін полоненими між Україною та Росією (під час російсько-української війни): [20, с. 68].

*"30 грудня між Україною і Росією відбувся **великий обмін** полоненими. Володимир Зеленський заявив, що додому вдалося повернути 189 українців"* (30.12.24): <http://surl.li/vihtwz>

"**Падати духом/Дух падає**" – у кого. хто-небудь втрачає бадьорість, віру в себе, в свої сили: [1, с. 224].

*"Президент України наголосив, що думає про глобальну заміну, що стосується не лише однієї посади, а управлінського напрямку: "Якщо ми хочемо перемогти, ми всі повинні рухатися в одному напрямку, впевнені в перемозі, ми не повинні **падати духом**, опускати руки, ми повинні мати правильну позитивну енергію..."* (04.02.24): <http://surl.li/tvoffb>

"**Залишатись за бортом**" – бути. осторонь від якоїсь справи, заняття і т. ін.; без активної участі в чому-небудь: [1, с. 36].

*"Дорогі друзі! Європа може бути міцною та справді мирною лише тоді, коли ніхто з європейців не **залишається за бортом** Європи. Коли про кожен народ пам'ятають і за долю кожного народу кожен готовий битися, щоб не віддати його злу..."* (30.04.24 (Виступ В. Зеленського на конференції "20 років Чехії в ЄС: візія розширеної Європи")): <http://surl.li/abksym>

"**Не дотримуватися свого слова/Не здержати слово**" – не виконувати обіцяне: [1, с. 192].

*"Водночас президент пояснив, що Росію не запросили на захід не лише тому, що вона є державою-агресоркою: "У нас були з ними (росіянами — ред.) саміти під назвою "Нормандський формат", на яких ми вже домовлялися, після яких вони **не***

дотримувалися свого слова й продовжували нас убивати роками. І блокували будь-який процес..." (02.06.24): <http://surl.li/nzihrn>

"Мурахи по шкірі" (пробігли) – хтось тремтить, здригається від холоду, хвилювання, радості, впливу чого-небудь на органи чуття та ін.; комусь стає моторошно, страшно, неспокійно і т.ін.: [1, с. 411].

"Від імені українців Зеленський заявив, що люди висловлюють повагу, пошану й дякують ЗСУ за оборону України: "Ось що відчуває наш народ, коли мова йде саме про вас. Коли наші люди чують про вас, бачать вас, бачать, як ви знищуєте ворога, його ракети, його дрони, його бази, його нахабність. Бачать, як ви бороните Україну. Повага. Подяка. Пошана. І мурахи по шкірі..." (06.12.24): <http://surl.li/yhzwby>

"Піти на небеса" – умирати: [1, с. 279].

*"Президент також наголосив, що "ми всі кричимо у душі" за українських воїнів, що полягли у боях з російською армією й вишанував їх хвилиною мовчання: "І коли наші люди стають на коліно, проводжаючи в останній шлях когось зі своїх героїв, Бог бачить це з неба. І стає на наш бік. Бог бачить, скільки сьогодні синьо-жовтих прапорів на могилах. Скільки героїв, хто пішов на щиті, **пішов на небеса**, захищаючи земні, людські речі ..." (06.12.24): <http://surl.li/sokvzt>*

"Сісти за стіл переговорів" – починати переговори, обговорення, щоб дійти згоди: [1, с. 649].

*"Ми ж не можемо бігати по всьому світу і шукати людину (йдеться про російського лідера — ред.). Мені здається, що нам всі повинні допомагати, аби **сторони сіли за стіл переговорів**, і закінчили цю війну" (15.05.25): <https://lnk.ua/94yQ0R04M>*

"Покласти край кровопролиттю й війні" – покінчити з чимось, дійти до якого-небудь висновку; вирішити: [1, с. 535].

*"Триває подальша робота над тим, щоб усі елементи були дійсно ефективними для досягнення головної мети, на яку розраховують наші люди – **вреїті-реїт покласти край кровопролиттю й війні**" (23.11.25): <https://surl.li/tblndk>*

"Давати/Пожинати плоди" – користуватися наслідками праці, діяльності і т. ін.: [1, с. 530].

*"Ми працюємо заради ППО для України, заради стійкості нашої держави та Сил оборони й заради того, щоб дипломатія нарешті почала **давати плоди**" (14.04.25): <https://surl.li/zrvaio>*

"Підкидати дрова у вогонь/Підливати олії у вогонь" – підсилювати, розпалювати, збуджувати чимсь певне почуття, переживання, суперечку і т.ін.: [1, с. 509].

*"Люди — це не **дрова**, які ми **підкидаємо у вогонь**. Ми не ставимося до нашого народу так, як росіяни" (12.06.25): <https://lnk.ua/xNK6B1mV8>*

"Поставити/ставити крапку" – на чому, в чому. закінчувати, рішуче припиняти що-небудь; на кому. розчаруватися, зневіритися в комусь: [1, с. 688].

*"Це дуже вплинуло і на американців, і на європейців... Те, що я був там особисто — це **поставило крапку**, що Путін знову бреше про окуповані нові території..."*
(18.12.25): <https://lnk.ua/aV7BJ5ne1>

"Вікно можливостей" – найбільш сприятливий період часу або короткий проміжок, коли існують найкращі умови для успішного здійснення певних дій, отримання вигоди чи реалізації потенціалу (критично важливий момент, який не можна втрачати).

*"Я дуже хочу вірити, що Трамп дав Путіну це **вікно можливостей**"* (16.07.25):
<https://lnk.ua/mNBdXj8eG>

"Віддати життя" – повністю присвятити себе кому-, чому-небудь; загинути, борючись за кого-, що-небудь, захищаючи когось, щось: [1, с. 99].

*"Україна ніколи не хотіла війни, і ми ніколи не будемо перепорою для миру. Дипломатія активізована, це добре. Ми розраховуємо, що результатом будуть правильні кроки. Перший пріоритет – це надійний мир, гарантована безпека, повага до наших людей, повага до кожного, хто **віддає своє життя**, захищаючи Україну від російської агресії"* (23.11.25): <https://lnk.ua/RVd0zWkV3>

Порошенко П.О.

"Диванна сотня"/Диванні війська – ірон. назва "спеціальних підрозділів військ", які відіграють вирішальну роль в боротьбі за громадську думку. Призначення диванних військ - віртуальне знищення реальних ворогів. Суворі воїни інтернетів, часто з підвищеним ПВВ(Почуття Власної Важливості), які ведуть бойові дії за правду і справедливість в таких визнаних дисциплінах спеціальної олімпіади, як, наприклад, історія і політика.

*"Українська Незалежність відбулася завдяки небайдужій патріотичній частині суспільства, яка на відміну від **"диванної сотні"** і шанувальників **"шапіто"** готова захищати свою землю і європейські перспективи України..."* (24.08.24):

<http://surl.li/kmkdrh>

"Сховати голову в пісок/Ховати голову у пісок" – уникати небезпеки або удавати, ніби її немає: [1, с. 747].

*"Що зараз треба робити? Не тягнути. Зберіть у понеділок позачергове засідання Верховної Ради, прийміть рішення про кардинальні зміни у бюджеті. Бо якщо ви захочете **сховати голову в пісок**, як ви це завжди робите, ви її не сховаєте. Він вже заасфальтований. І грошей у вас там немає", – зазначає Порошенко"*
(21.01.22): <http://surl.li/zzlcng>

"Бити на сполох/Ударити на сполох" – сповіщати про небезпеку, подавати сигнал тривоги; виявляти занепокоєння, тривожитися, переживати: [1, с. 29].

*"Три місяці весь світ **б'є на сполох** щодо накопичення військ на кордонах України з боку Московії. Три місяці весь світ думає, як допомогти Україні збільшити обороноздатність, надсилаючи зброю, проводячи консолідацію міжнародної солідарності. Це роблять всі, крім української влади", – констатує Порошенко"*
(26.01.22): <http://surl.li/ipluus>

"Зламати хребет/Ламати хребта" – кому бити кого-небудь або нахвалятися, погрожувати розправитися з кимсь; долати, знешкоджувати, перемагати, знищувати когось: [1, с. 326].

*"Уявіть собі, що доля світу залежить від 500 танків, 1000 БТРів, 100 HIMARSів і 300 протиповітряних ракет. Уявіть собі. Допоможіть нам, українцям, врятувати вас, врятувати світ. Врятувати 100 мільйонів людей від голоду. Врятувати Європу від агресії путіна. Захистити, зупинити, **зламати хребет** і викинути назад. І для цього від вас потрібна зброя", – наголошує Порошенко" (25.07.22): <http://surl.li/exxwbk>*

"Водити за ніс" – кого. несхв. обдурювати кого-небудь певний час, не виконуючи обіцяного або приховуючи щось: [1, с. 122].

*"Нам у цьому питанні надали величезний кредит, який українці вибороли потом і кров'ю. Тож наполегливо раджу владі **не водити** партнерів **за ніс**, щоб самим не залишитися з носом", – зазначає Порошенко" (11.01.23): <http://surl.li/wvlyxr>*

"Грати з вогнем" – несхв. поводитися необережно, займатись чимось небезпечним, не думаючи про наслідки; ризикувати: [1, с. 168].

*"Ми маємо дотримуватися політики єдності. До перемоги єдність має бути понад усе. Будь-яка виборча конкуренція загрожує її зруйнувати. Я знаю, що деяким політикам не терпиться, але ми не маємо права **гратися з вогнем**", – вважає Порошенко" (19.05.23): <http://surl.li/vtdlcj>*

"Лити воду на млин" – чий, кого, кому. діяти на чию-небудь користь, допомагати комусь; марнота: [1, с. 336].

*"Єдність – це питання виживання. Єдність навколо Збройних Сил. І ми не маємо права на політичні ігри, хайп, і не маємо права на вибори в умовах такої смертельної загрози. Неприйнятно, коли чиновники, міністри чи окремі депутата **лють воду на млин** російської пропаганди. Час заспокоїтися", – закликав Порошенко" (08.11.23): <http://surl.li/qplimx>*

"Дерти горло" – з великим напруженням кричати, галасувати, співати; бути неприємним комусь, прикро вражати кого-небудь: [1, с. 194].

*"Є такий спосіб маніпулювання суспільною свідомістю – називається "заговорити проблему". Хіба це проблема, що Бойко є в якомусь комітеті? А ці кремлівські прихвостні зараз тут, в залі Верховної Ради **деруть горло**", – наголосив Порошенко" (19.12.24): <http://surl.li/mlcmjl>*

"Винаходити велосипед" – займатися розроблянням, пошуками і т. ін. того, що вже давно відоме: [1, с. 78].

*"Демократія – це той авторитет і довіра в світі, без якої Україна точно не виживе. Так що не бавтеся, **не винаходьте велосипед**, читайте Конституцію, і буде вам щастя" (23.12.25): <https://lnk.ua/xVmBYP9Nv>*

"Дорогою ціною (дорого) заплатити" – зазнати розплати за заподіяне кому-небудь лихо, зло; багато втратити, досягнувши чого-небудь.

"Ми платимо дуже високу ціну. За право говорити своєю мовою. За право жити у власному домі. За право бути собою. Ми вже зробили кроки, які здавалися

неможливими. Але найтяжчий шлях ще попереду. І пройти його ми мусимо — за тих, хто не повернувся з бою" (24.08.25): <https://lnk.ua/Y4QvOp6e9>

"П'ята колона" — той, хто займається підривною, антидержавною діяльністю в країні; шпигун; диверсант: [7, с. 81].

"У багатьох це викликає гнів та злість, проте до отримання Томосу держава десятиліттями жила в умовах монополії російської церкви. Саме цю систему ми й почали ламати. Уявіть, що було б, якби в такому стані країна зустріла повномасштабне вторгнення. З п'ятою колоною рпц фсб по всій країні" (07.01.26): <https://lnk.ua/wVljMXD4P>

"Зрушити з мертвої точки" — почати розглядатися, розв'язуватися, виконуватися: [1, с. 273].

"Держава має негайно почати дуже серйозно ставитися до питання духовної незалежності. Ми зрушили цю проблему з мертвої точки й задали дуже правильний вектор руху. Не можна дозволяти московським попам отруювати серця та душі молодих українців під виглядом фейкових «шкіл»..." (07.01.26): <https://lnk.ua/wVljMXD4P>

"Цап-відбувайло/Козел відпущення" — той, на кого звалюють чужу провину, відповідальність за інших: [1, с. 303].

"Міндічгейт" — це також зрада військових. Тому влада (і Офіс Президента, і монобільшість) має нести політичну відповідальність за свої призначення. Вже запізно і замало робити цапів-відбувайлів із окремих міністрів, навіть винних. Це — косметика, яка нікого не повинна ввести в оману..." (12.11.25): <https://lnk.ua/2V5gddg4M>

Кличко В.В.

"Робити з ялівця слона" — ірон. модифікований варіант фразеологізму **"Робити з мухи слона"** (дуже перебільшувати що-небудь. [1, с. 601]), використаний Віталієм Кличком як реакція на заувагу щодо його рішення висадити ялівець на Хрещатику.

*"...Ростимуть каштани і на Хрещатику! Будемо шукати витривалі сорти. Каштани будуть! Тому прошу не **робити з ялівця слона**, — пожартував мер. — Ялівець теж не треба зневажати, але його з Хрещатика наступного року пересадять..."*, — наголосив Віталій Кличко" (25.05.22): <https://kyiv.klichko.org/10004280/>

"(Не) станемо на коліна" — підкорятись; просити кого-небудь, принижуючись: [1, с. 687].

*"Ми, українці, **ніколи не станемо на коліна**! Ми будемо захищати наше місто! Ми не втечемо! Ми захищаємо наших дітей, наші сім'ї, наші домівки і наше майбутнє! Майбутнє України!"* — наголосив Віталій Кличко" (15.03.22): <http://surl.li/igmqsm>

"Проливати кров" — за кого-що. гинути, вмирати або мужньо воювати, боротись, відстоюючи щось, захищаючи кого-, що-небудь; кого, чий. вбивати когось, воювати з кимось: [1, с. 576].

"Я під час спілкування ще раз наголосив, що сьогодні Україна – форпост боротьби за свободу і демократичні цінності, на які посягнув російський агресор. І сьогодні українці **проливають кров** і за свою майбутнє, і за майбутнє Європи та принципи і цінності цивілізованого світу", – підкреслив Віталій Кличко" (24.03.22):

<http://surl.li/wvvjxz>

"**Закручувати гайки**"/Підкрутити гайки – посилити вимоги до кого-небудь, підтягувати в роботі, вдаючись до суворих заходів: [7, с. 123].

"...Війна не є виправданням для утисків прав громад, для **закручування гайок** на місцях, для політичних розбірок і протистояння. Це непотрібно і не призведе до успіху ні всередині країни, ні в боротьбі з агресором " (30.06.23):

<http://surl.li/hiwozj>

"**Опускати руки**" – стати бездіяльним, байдужим до всього; збайдужіти; розгубитися, впасти в розпач; утратити інтерес до чого-небудь, віру в щось; засмутитися, зневіритися: [1, с. 468].

"Вкрай важливо не здаватися! Важливо знаходити в собі сили. **Не опускає рук**. І ми зможемо перемогти, здолати ворога, відновити нашу країну. Ми зможемо відновити нашу столицю і повернутися до нормального життя. Але потрібно гідно пройти через ці виклики!" (31.12.25): <https://lnk.ua/YN30gdW4J>

"**Схиляти голову**" – виявляти велику шану, повагу до кого-, чого-небудь; благоговіти: [1, с. 702].

"**Ми схиляємо голови** перед Героями Небесної сотні та всіма захисниками, які загинули, захищаючи свободу України, її державність. Українці вистояли, бо гідні бути вільними. І ми переможемо, бо не відмовляємося від своєї мрії — європейської, сильної, справедливої України. Слава Україні!..." (21.11.25):

<https://lnk.ua/MVwJLRYez>

"**І вдень і вночі**" – завжди, постійно: [1, с. 55].

"...Ремонтно-відновлювальні роботи тривають цілодобово. **Удень, і вночі** працюють й енергетики. Бо ситуація з енергопостачанням, від якого залежить забезпечення комунальних послуг, залишається в Києві дуже складною" (12.01.26):

<https://lnk.ua/wVljqiM4P>

Кулеба Д.І.

"**Лакмусовий папірець**" – те, що визначає що-небудь або є показником чогось: [7, с. 147].

"Політично, звісно, **лакмусовим папірцем** є голосування, голосування в Генасамблеї ООН за резолюції щодо України. Але існують й інші форми вираження політичної підтримки України з боку країн АСЕАН. Однією з них є приєднання України до Договору про дружбу та співпрацю в Південно-Східній Азії", — сказав Кулеба" (12.11.22): <http://surl.li/awebjw>

"**Земля під ногами палає**"/Земля горить під ногами – чийми, в кого. для кого-небудь становище стає критичним, безвихідним; хто-небудь спритний, вправний, здатний на погані вчинки: [1, с. 262].

"Працюємо над тим, щоб земля під ногами росіян палала. Будуть рішення про потужні санкції, рішення про зброю", — сказав Кулеба" (23.02.23):

<http://surl.li/deksyg>

"Битись головою об стіну" - перебуваючи в стані розпачу, даремно докладати зусилля, щоб запобігти чомусь небажаному: [1, с. 30].

"Я відчуваю, що б'юся об стіну власною головою, хоча я дипломат, а це означає, що мушу розбирати стіну по цеглинці. Але оскільки така дипломатія не працює, мені хочеться вдаритися об стіну. Я просто не розумію, чому цього не відбувається", — відзначив міністр закордонних справ" (11.04.24):

<http://surl.li/zyjbql>

"Дивитись правді в очі" — тверезо, об'єктивно оцінювати дійсність, справжній стан речей: [1, с. 197].

"Коли я дивлюся на те, чого досягла Росія у відновленні виробничої бази своїх захисників, і на те, чого досяг весь Захід до теперішнього часу, ми повинні подивитися правді в очі і визнати, що Росія більш ефективна в своїх військових діях", — сказав Кулеба" (02.05.24): <http://surl.li/epyptc>

"Говорити (грати) в одну дудку" - однаково з кимось діяти, бути заодно: [1, с. 166].

"І ми чуємо кожного, і на цьому наголошував президент у своєму зверненні на відкритті саміту. Це не такий захід, який любить Росія, щоб всіх зібрати, щоб всі говорили, як кажуть, в "одну дудку" з РФ. Саме через такий відвертий діалог ми можемо пройти до правильних рішень" (16.06.24): <http://surl.li/dargjn>

ДОДАТОК №2

Переклад фразеологічних одиниць. Обґрунтування перекладацьких рішень

№	Фразеологізм	Переклад	Спосіб перекладу	Пояснення
1	Воїни світла	-warriors of light <i>It is a metaphorical name for the defenders of Ukraine who are fighting against Russian aggression, embodying goodness, protection of lives, and a bright future. This expression is also used to refer to the fallen heroes in whose memory the honorary title is awarded, and also is associated with the Ukrainian version of the song by the band Lyapis Trubetskoy, translated back in 2014.</i>	Дослівний переклад (калькування) + footnote (без коментаря і пояснення, значення і вплив ФО, було б втрачено)	Переклад здійснено шляхом прямого відтворення лексичних компонентів оригіналу. Образ «світла» як символу добра, правди й духовної сили є універсально зрозумілим в обох культурах, англомовній та українській, тому калькування не порушує норм англійської мови. Водночас в українському контексті цей вислів має ще й додаткове символічне навантаження (назва захисників України, асоціація з піснею та воєнним дискурсом). Ми вважаємо, що для повного розуміння цього смислу необхідна коротка примітка для кращого пояснення культурних особливостей.
2	Стерти з лиця землі (23 (56))	-wipe off from the face of the earth	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Ми обрали саме цей еквівалент, тому, що він є стійким в англійській мові, і буде зрозумілим для англомовних рецепієнтів. Також ФО в обох мовах, повністю збігаються за лексичним складом і структурою, тому, в цьому випадку, вдаліше вийде передати ідею повної ліквідації та знищення, закладену у повідомлення з використанням ФО.
3	Великий обмін (23 (91))	-large-scale exchange	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	Існує низка варіантів перекладу цього вислову, але ми обрали саме такий, тому, що саме цей часто використовується в наших та іноземних медіа (https://kyiv24.com/en/confirm-agreement-large-scale-prisoner/), в контексті обміну полоненими між Україною та Росією. Зауважимо, що він також є співзвучним

				зі словосполученням full-scale invasion (повномасштабне вторгнення), що викликати у іноземців відповідні асоціації)). З нашого боку це було дещо маніпулятивно, але ми маємо говорити про події в Україні, і крізь призму перекладу так само не давати іноземцям забути про нас.
4	Падати духом (23 (128))	-be in a low spirits	Відносний моноквівалент (збігається за значенням, але відрізняється за граматичними і лексичними характеристиками)	Фразеологізми в обох мовах однаково передають стан пригніченості, і містять у своєму складі лексему «духу». Вважаємо, що відповідник гарно передає значення та стилістичний відтінок ФО мови оригіналу.
5	Залишатись за бортом (23)	-to go by the board	Моноквівалентний переклад (відносний моноквівалент)	Обраний відповідник є усталеним у сучасній англійській мові та передає значення втрати, усунення або відмови від чогось. Хоча первинна образність українського вислову пов'язана з морською тематикою («за бортом» як поза межами корабля), англійський варіант також історично має морське походження. Ми вважаємо, що це забезпечує часткове збереження образної основи. Водночас лексичний склад відрізняється, тому переклад визначаємо як відносний моноквівалент.
6	Не дотримуватися свого слова (23 (192))	-go back on one's promise -break one's promise	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	В англійській мові існує кілька усталених відповідників для позначення порушення обіцянки. Обидва запропоновані нами варіанти є нормативними й семантично точними. Ми подаємо їх як варіантні відповідники, оскільки вибір залежить від контексту: go back on має більш образний характер, тоді як break one's promise є дещо нейтральнішим. У кожному випадку збережено негативну оцінку дії.
7	Мурахи по шкірі (23 (37))	-have shivers up and down	Вибірковий	В англійській мові немає абсолютного фразеологічного відповідника в

			переклад (варіантний відповідник)	англійській мові. Так, є варіанти такі як-от: <i>to have a goosebumps</i> або <i>to have ants in your pants</i> (якщо б нам було важливо зберегти саме елемент комах в контексті, але в цьому немає необхідності). Натомість, ми вважаємо, що саме обраний відповідник допомагає зберегти ту необхідну фізіологічну й емоційну реакцію, на що й вказують слова <i>up</i> і <i>down</i> . Тобто відчуття хвилювання і піднесеності пронизують все тіло, і це важливо показати.
8	Піти на небеса (23 (53))	-go in the sunset -go long home -go to heaven -join the angels	Відносний моноквів алент + вибіркового переклад (обрані синонімічні відповідники якнайкраще передають точне значення, але відрізняються за лексичним та граматичним складом)	Оскільки в англійській мові немає абсолютного відповідника цього ФО, але існують різноманітні за своїм лексичним складом варіанти, ми пропонуємо кілька для перекладу англомовним носіям, бо кожен із цих ФО усталений в англійській мові і позначає смерть, є цілком зрозумілим, а також кожен із них передає закладене евфемістичне значення ФО мови оригіналу і, зокрема, піднесене стилістичне забарвлення.
9	Сісти за стіл переговорів (23)	-to sit down at the negotiating table	Дослівний переклад (калькивання)	Переклад здійснено шляхом прямого відтворення структурної моделі оригіналу. Образ «стола переговорів» є універсальним у дипломатичному дискурсі, тому калькування не порушує норм англійської мови, і є цілком зрозумілим. Ми вважаємо цей спосіб доцільним, оскільки він дозволяє зберегти як зміст, так і офіційно-політичний характер вислову.
10	Покласти край кровопролиттю й війні (23)	-put an end to bloodshed and war	Дослівний переклад	На наш погляд, в цьому випадку, спосіб вільного перекладу, а саме калькування є вдалим, адже перекладений ФО буде

			(калькування)	цілком зрозумілий англомовним носіям, і тому, що переклад виконано з дотриманням усіх норм. Не зайвим буде також зауважити те, що ФО “put an end to war...” чи словосполучення “to end the war” від початку повномасштабного вторгнення були широкоживаними як в українських медіа (напр.: https://tsn.ua/en/ato/zelenskyy-responds-to-whether-the-war-will-end-in-2025-2763606.html), так і в іноземних (напр.: https://www.euronews.com/my-europe/2025/01/17/can-donald-trump-put-an-end-to-the-war-in-ukraine), і останнім часом стали використовуватись все частіше. Тож цей вислів присутній в мовних картинах світу обох народів, і тому, прагматичний вплив вислову Зеленського В.О. буде передано вдало.
11	Давати (пожинати) плоди (23)	-bear fruit	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Тут повна відповідність за значенням і образністю.
12	Підкидати дрова у вогонь (23 (124))	-pour/throw oil on flames	Моноеквівалентний переклад (відносний моноеквівалент)	Обидва вирази мають спільну концептуальну основу, а саме – посилення конфлікту. Змінюється лише матеріал образу (дрова – олія), що не впливає на зміст.
13	Поставити крапку (23 (97))	-draw the line	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	В англійській мові немає абсолютного фразеологічного відповідника в англійській мові. Так, є варіанти такі як-от: <i>to put an end to</i> (в цьому випадку більш нейтральний відповідник), або <i>to call a halt to</i> (контекстуально невдалий, на наш погляд). Та ми хотіли зберегти у перекладі метафоричність пов’язану з такими фігурами як-от «крапка» і «лінія», та діями що їх відтворюють. Також хочемо підкреслити, що саме обраний відповідник найкраще підходить, оскільки передає емоційну завершеність і наголошує на «проведенні межі» між правдою та брехнею.

14	Вікно можливостей (23)	-window of opportunity	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Це інтернаціональний фразеологізм, який функціонує в обох мовах із однаковою структурою та значенням. Повністю збігаються як лексичний склад, так і метафорична модель. Тому переклад є абсолютним еквівалентом.
15	Віддати життя (23 (53))	-lay one's bones -lay down one's life	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	В англійській мові існують кілька варіантів ФО, що передають значення самопожертви або загибелі. Lay down one's life є більш уживаним і стилістично піднесеним. Та ми подаємо кілька варіантів, оскільки залежно від контексту можна обрати той, що найточніше відтворює сильний емоційний відтінок вислову.
16	Диванна сотня (23)	-armchair warriors	Моноеквівалентний переклад (відносний моноеквівалент)	Український неологізм виник у суспільно-політичному дискурсі та позначає осіб, які активно висловлюють радикальні або войовничі позиції, не беручи безпосередньої участі в подіях. Англійський фразеологізм armchair warriors вже давно побутує в англомовному медійному просторі, і позначає людей, які не мають воєнного досвіду, проте критикують усе й усіх, або закликають до дій, залишаючись у безпечному середовищі. Тобто, значення ФО збігаються і є цілком зрозумілим в обох культурах. Наприклад, The Times (https://www.thetimes.com/travel/destinations/africa-travel/south-africa/cape-town/armchair-warrior-hrdgn5955m6), надає точну характеристику людей, про яких йдеться в ФО: Armchair Warriors have two powerful weapons: complete mastery of the remote control, and an arsenal of banal phrases (Диванна сотня має дві потужні зброї: бездоганне вміння користуватися пультом від телевізора та арсенал банальних фраз). Образна модель (диван / крісло як символ пасивності) є концептуально співвідотною. З огляду на часткову розбіжність у лексичних одиницях, спосіб перекладу визначаємо як відносний моноеквівалент.
17	Сховати голову в пісок (23)	-to bury one's head in the sand	Моноеквівалентний	Фразеологізм базується на універсальному міфологізованому уявленні про страуса, який нібито ховає

			переклад (абсолютний еквівалент)	голову в пісок, уникаючи небезпеки. В обох мовах значення збігається повністю і є зрозумілим. Тобто ми говоримо про те, що свідомо ігноруємо проблему або небезпеку. Лексичний склад, образна модель та стилістичне навантаження є ідентичними. Таким чином, спосіб перекладу кваліфікуємо як абсолютний еквівалент.
18	Бити на сполох (23)	-to ring the alarm bell	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	Хоча в англійській мові існують кілька відповідників для передачі значення попередження про небезпеку, ми вважаємо, що саме обраний варіант підходить якнайкраще, оскільки є найпоширенішим в мові перекладу. Також, він є доречним, оскільки він передає як зміст, так і експресивність вислову без надмірної стилістичної маркованості.
19	Зламати хребет (23)	-break the back of	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Образ «хребта/спини» як основи сили або системи є універсальним. В обох мовах фразеологізм означає перемогти когось або у чомусь чи знищити або суттєво послабити головну опору певного явища чи структури; зробити найважче завдання. Збігаються метафорична модель, лексичний склад та стилістична маркованість. Оскільки збережено і зміст, і експресивність, переклад класифікуємо як абсолютний еквівалент.
20	Водити за ніс (23 (147))	-lead someone by the nose	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Оскільки в англійській мові є відповідник, що збігається за значенням (водити за ніс – обдурювати/обманювати/не виконувати обіцяного чи зволікати; lead someone by the nose – контролювати когось і змушувати їх робити саме те, що ми хочемо/дурити), лексичним складом і граматичною структурою, а також є цілком зрозумілим англomовним носіям, то використання при перекладі шляхом використання абсолютного еквіваленту вважаємо вдалим.
21	Грати з вогнем (23 (129))	-play with fire	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Це інтернаціональний фразеологізм. Фразеологізм мови оригіналу повністю збігається за значенням, образністю, стилістичною забарвленістю, граматичною структурою і лексичним складом з фразеологізмом мови перекладу.

			<i>еквівалент</i>)	
22	Лити воду на млин (23 (175))	-cast water into the sea -pour the water in the sieve	Монoeкві валентни й переклад (<i>відносний монoeквів алент</i>)	Ми подаємо кілька відповідників, оскільки усі вони водночас зберігають образну основу водної метафорики і передають необхідний закладений в оригіналі зміст "марності дій". Ми визначаємо переклад як відносний монoeквівалент, оскільки значення передається точно, проте ФО дещо відрізняються за лексичним складом.
23	Дерти горло (23)	-to scream bloody murder	Вибірков ий переклад (<i>варіантн ий відповідни к</i>)	В англійській мові є кілька відповідників на позначення «крику» чи «сварки», як-от: to shout at the top of one's lungs чи to raise the roof, проте, ми вважаємо, що обраний нами відповідник є найкращим, оскільки своїм значенням (дуже голосно кричати, протестувати, жалітися) якнайкраще передає експресивність використаного Порошенком ФО, та є стилістично влучним варіантом, оскільки підходить в дещо неформальний і конфліктний контекст вислову вищезгаданого політика.
24	Винаходити велосипед (23)	-reinvent the wheel	Монoeкві валентни й переклад (<i>абсолютн ий еквівалент</i>)	Це добре відома ФО чи не в усьому світі та є цілком зрозумілою. Зауважимо, що фразеологізм в обох мовах базується на однаковій логіко-образній моделі: створення того, що вже існує і не потребує повторного винайдення. Значення, структура та стилістичне забарвлення повністю збігаються. Вислів активно функціонує в англomовному дискурсі та є усталеним. З огляду на повну відповідність усіх компонентів, переклад визначаємо як абсолютний еквівалент.
25	Дорогою ціною заплатити (23 (11))	-to pay a heavy price	Монoeкві валентни й переклад (<i>абсолютн ий еквівалент</i>)	Тут повна відповідність за значенням і образністю.
26	П'ята колона (23)	-fifth column	Монoeкві валентни й переклад (<i>абсолютн</i>)	Це інтернаціональний фразеологізм. Фразеологізм іспанського походження, який виник від час громадянської війни у 1936 році, проте став широко використовуватись і в інших країнах зі

			<i>ий еквівалент</i>)	значенням «ворог всередині», тож буде цілком зрозумілий англомовним реципієнтам. Фразеологізм мови оригіналу повністю збігається за значенням, образністю, стилістичною забарвленістю, граматичною структурою і лексичним складом з фразеологізмом мови перекладу.
27	Зрушити з мертвої точки (23)	-move the chains (needle)	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	В англійській мові є кілька відповідників цьому фразеологізму, як-от: to break the deadlock чи to get the ball rolling, проте обраний відповідник є найпоширенішим, точно передає значення ФО мови оригіналу, і буде зрозумілим англомовним носіям.
28	Цап-відбувайло (козел відпущення) (23)	-scapegoat	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	Фразеологізм має біблійне походження і функціонує в багатьох мовах, тож є інтернаціоналізмом. В обох мовах збережено однакову семантичну модель, а саме йдеться про особу, на яку перекладають провину за чужі помилки чи невдачі. Лексичний склад і метафорична основа є повністю співвідносними та зрозумілими, а стилістичне навантаження – однаковим. З огляду на повну семантичну, структурну й образну відповідність, спосіб перекладу визначаємо як абсолютний еквівалент.
29	Робити з ялівця (мухи) слона (23 (181))	-create a juniper tree out of a forest <i>The transformed idiom “to create a mountain out of a molehill” was used by the mayor of Kyiv to preserve humor and emphasize the sincerity of his intentions to plant trees in the city center.</i>	Вільний переклад + footnote	Добре відомий фразеологізм «робити з мухи слона», був трансформований мером Києва з гумористичною метою, щоб підкреслити його наміри – висадити дерева в центрі міста, і заспокоїти населення. Ми хотіли зберегти рослинну тематику і гумористичність ФО, тому вдалися до вільного перекладу, і додали примітку, щоб пояснити контекст англомовним респондентам.
30	(Не) станемо на коліна (23 (128))	<u>we will not:</u> -kneel down -sink to one’s knees	Моноеквівалентний переклад (відносний моноеквівалент)	Образ «стати на коліна» є універсальним символом покори, приниження або капітуляції, що функціонує як в українській, так і в англомовній культурній традиції. В англійській мові є прямі відповідники, які відтворюють той самий «жестовий» символізм. На наш погляд, варіант kneel down є семантично

				точним і передає значення виявлення покори і переможеності, тоді як sink to one's knees містить додатковий емоційний компонент, а саме демонстрацію морального знесилення, сильного болю і благання про пощаду (припасти до колін). Ми подаємо обидва варіанти як такі, що вдало передають значення і мають необхідний прагматичний ефект. Оскільки образність повністю збережена, проте синтаксична організація вислову частково модифікується, переклад визначаємо як відносний моноеквівалент.
31	Проливати кров (23 (133))	-to shed blood	Дослівний переклад (калькування)	Англійський фразеологізм має повну структурну та семантичну відповідність українському фразеологізму. Образ «пролитої крові» як символу війни, насильства або жертви є універсальним у багатьох мовах і культурах. Калькування у цьому випадку не порушує норм англійської мови, оскільки відповідний вираз є зрозумілим, усталеним і широко вживаним у політичному та публіцистичному дискурсі. Ми вважаємо, що такий спосіб перекладу дозволяє повністю зберегти експресивність і трагізм ФО мови оригіналу.
32	Закручувати (підкручувати) гайки (23)	-tighten the screws on someone	Моноеквівалентний переклад (абсолютний еквівалент)	В українській та англійській мовах використовують однаковий фразеологізм на позначення механічного посилення тиску через «закручування гвинтів/гайок». В обох випадках вислів означає посилення контролю, обмежень чи репресивних заходів. Збігаються не лише семантика і образна основа, а й стилістична маркованість, тобто вислів має виразний негативний відтінок. Оскільки повністю збережено метафоричну модель, лексичну структуру та прагматичний ефект, переклад обґрунтовано визначаємо як абсолютний еквівалент.

33	Опускати руки (23 (128))	-hang down one's head	Вибірковий переклад (<i>варіантний відповідник</i>)	Український фразеологізм передає стан зневіри, втрати надії або відмови від подальшої боротьби. В англійській мові відсутній прямий структурний відповідник із компонентом «руки», однак існують фразеологічні одиниці, що передають подібний психоемоційний стан. Обраний нами варіант акцентує на зовнішньому прояві пригніченості, що концептуально співвідноситься із внутрішнім станом безсилля. Ми свідомо зберігаємо символічність тілесного жесту, навіть попри часткову зміну лексичної і образної моделі (руки на голову), оскільки це дозволяє уникнути нейтрального описового перекладу на кшталт give up. З огляду на зміну компонентного складу, переклад визначаємо як варіантний відповідник .
34	Схиляти голову (23 (84))	-bow one's head	Моноеквівалентний переклад (<i>абсолютний еквівалент</i>)	Фразеологізми в обох мовах повністю збігаються за структурою, образом та значенням. Жест схиленої голови символізує увагу, скорботу чи визнання. ФО вжита в контексті скорботи і величезної поваги, яку ми проявляємо перед загиблими воїнами, і англійський відповідник повністю передає значення та емоції. Зауважимо, що в англійській мові цей вислів є усталеним і функціонує в аналогічних контекстах. Оскільки лексичний склад та образна модель є ідентичними, переклад класифікуємо як абсолютний еквівалент .
35	І вдень і вночі (23 (98))	-day and night	Моноеквівалентний переклад (<i>абсолютний еквівалент</i>)	Англійський фразеологізм має таку саму структуру як і український, а також повну семантичну йому відповідність. Образ безперервності, або постійності дій, крізь зіставлення лексем «день» і «ніч» є універсальним і широко вживаним у різних мовах. Англійський відповідник є усталеним та активно функціонує як у розмовному, так і в публіцистичному дискурсі. Оскільки збережено лексичний склад, структуру й прагматичне навантаження, переклад визначаємо як абсолютний еквівалент .
36	Лакмусовий папірець (23)	-litmus test	Моноеквівалентний переклад	Лакмусовий папірець є індикатором того, яким є середовище (кислотним чи лужним), і використовується в хімії. Про це знають скрізь, і, тому подібну ФО

			(абсолютний еквівалент)	застосовують, на наш погляд повсюдно, і вона буде зрозумілою. Зараз цю ФО, часто використовують у політиці, щоб показати, де правда, а де брехня, або у інших соціальних питаннях чи для оцінки успішності тієї чи тієї дії.
37	Земля під ногами палає (23 (41))	- cut the ground from under someone's feet	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	Оскільки немає точного відповідника в англійській мові, а більшість схожих за лексичним складом лише передають значення “спритності” і “вправності”, як-от: burn up the earth чи ran off like the wind. Втім, щоб повною мірою передати значення «скрутного становища», ми вирішили обрати саме цей синонімічний відповідник, оскільки, хоч він є абсолютним відповідником до ФО «вибити ґрунт з-під ніг», проте контекстуально він пасує сюди найкраще, бо є цілком зрозумілим, зберігає у складі метафоричність пов’язану із землею та частиною тіла, а також передає закладене у висловлювання значення і особливо усі ті наміри української сторони, щодо того, аби поставити ворога у безвихідне становище на полі бою.
38	Битись головою об стіну (23 (128, 29))	-kick one’s head against a (brick) wall	Моноеквітний переклад (абсолютний еквівалент)	Фразеологізм в обох мовах передає значення марних, безрезультатних зусиль. Образ удару об стіну як символу безвиході є цілком зрозумілим як і в українській, так і в англійській мові. Ми вважаємо, що попри незначні лексичні варіації, структура та образна модель фразеологізмів зберігаються повністю, і тому, можемо вважати англійську ФО абсолютним еквівалентом.
39	Дивитись правді в очі (23 (97))	-face the facts	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	Український фразеологізм означає необхідність прийняти об’єктивну реальність, навіть якщо вона є неприємною або болісною. В англійській мові відсутній повний структурний відповідник із компонентами «правда» та «очі», проте вислів face the facts є усталеним і функціонує в аналогічних комунікативних ситуаціях. Образна модель частково трансформується: замість персоніфікованої «правди» використовується поняття «фактів», однак зберігається ключова метафора «прямої зустрічі» з реальністю. Ми

				вважаємо, що цей варіант є найдоречнішим, оскільки він широко вживаний і точно передає значення оригіналу, а також буде зрозумілим носіям мови перекладу. Через зміну компонентного складу переклад визначаємо як варіантний відповідник.
40	Говорити (грати) в одну дудку (23)	-sing from the same song sheet	Вибірковий переклад (варіантний відповідник)	Образна модель фразеологізму частково трансформується. Тобто, український вислів апелює до гри на одному музичному інструменті, тоді як англійський – до співу з одного аркуша нот. Проте в обох випадках ідеться про співпрацю/злагоду, або повторення однакових тез. Ми вважаємо цей відповідник найбільш доречним, оскільки він є усталеним і зберігає музичну метафорику, що дозволяє передати як зміст, так і стилістичний ефект вислову.

ДОДАТОК №3

Словники асоціативних полів, складені на основі анкет двох фокусних груп

Група №1

Воїни (24): світла (14); воїни добра (3); не воїни; світу; переможці; воїни – складні люди; кіборги; не плачуть; крут.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Стерти з (23): лиця землі (15), пам'яті (6), Землі, обличчя.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Великий (20): цабе (4), пан, будинок, льох, та прудкий, виклик, потенціал, молодець, розум, та неосяжний, духом, хрін бумажний, сліпий, рахунок, товстий, герой.

0 = 4 (у чотирьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Падати (25): духом (3), на коліна (4), важко (2), в очах (2), ниць (2), обличчям у багнюку (3), додолу, в болото, з неба, в уяві, з ніг, як сніг на голову, не вставати, лицем вниз, лицем у бруд.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Залишатись за (19): бортом (3), кадром (3), спиною (2), дверима (2), лаштунками, пагорбом, як у Бога за пазухою, межами, межами простору, парканом, сімома печатями, місці, берегом.

0 = 4 (у чотирьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Не дотримувати(ся) (23): слова (9), правил (9), законів (2), обіцянок (2), слів.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Однаково висока кількість реакцій (**по 9**) вказує на те, що у свідомості респондентів політична діяльність оцінюється через дві рівноцінні призми: **мораль** (“тримати слово”) та **легітимність** (дотримуватися правил/законів). У часи війни ми маємо жити чесно, тримати все під контролем, дотримуватись правил.

Мурахи (пробігли) (22): по шкірі (10), по тілу (2), по спині (6), повз мене, шкірою (2), спиною.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Піти на (24): ви (5), сторони (2), дно (2), компроміс (2), тут матюк має бути ☺, три букви, чотири боки, всі чотири, кузнецов гору, пролом, поступки, край землі, повідку, розстріл, здибанку, навтьоки, герць.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Сісти за стіл (23): переговорів (13), перемовин (5), ноги на стіл, випити чаю, з дияволом, мовчки, ситим.

Покласти (23): край (7), руку на серце (2), кінець (2), болт (2), руки, всьому край, край війни, хрест, на душу, телефон на зарядку, голову, життя, руки на плечі, гроші.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

“Покласти” виявляє глибоку трансформацію суспільної свідомості: домінування варіанта “край” разом із уточненням “край війни” свідчить про успішну інтерналізацію політичного запиту на фіналізацію агресії, тоді як відповіді “життя” та “голову” фіксують трагічне усвідомлення ціни свободи. Водночас етичний запит на щирість влади через реакцію “руку на серце” контрастує із захисним висловом зі словом “болт”, що маркує втому від офіційного пафосу, а поодинокі побутові асоціації (зарядка телефону) підкреслюють стратегічну значущість базового комфорту в умовах війни.

Давати (пожинати) (23): плоди (17), в займи, життя, руку, зерна, плоди своєї праці, врожай.

Підкидати (підливати) (27): масло у вогонь (15), дрова у вогонь (6), свиню, квіти, у вогонь, м'яча, олію у вогонь, бензин у вогонь.

Усі реакції відповідають заданому нами фразеологізму та вказують на те, що ситуація набирає обертів. Цікавою є асоціація "свиню", що відсилає до іншого фразеологізму "підкласти свиню", і може вказувати на недовіру до окремих відомих постатей, або до очікування якоїсь зради серед своїх.

Поставити (23): крапку (7), на місце (6), питання ребром (2), все на кін (2), телефон на зарядку, на ніж, під удар, на коліна, на паузу, на карту.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Вікно (22): можливостей (7), в Європу (5), не двері, життя, вийти у вікно (вибачте 😊), таке чисте, активності, Овертона, пусте, у майбутнє або у пекло, в інший світ, життя.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Віддати (19): належне (5), своє життя (2), душу (2), шану, наказ, кінці, перевагу йому, честь, дань, всього себе, на поталу, жалі, за милу душу.

0 = 4 (у чотирьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Реакція "віддати належне", може свідчити про глибоку потребу суспільства в адекватному визнанні зусиль (військових, волонтерів, міжнародних партнерів, кожного з нас). Те, що респонденти обирають саме так продовжити фразеологізм, підкреслює їхнє прагнення до справедливості. А от фразеологізм "віддати життя" за період повномасштабного вторгнення пройшов шлях від високого літературного стилю до повсякденної трагічної констатації (більшість респондентів обрало саме таке продовження, адже усвідомлює високу ціну перемоги). Цікавою є і реакція "душу", що апелює до глибоких емоцій, і зокрема до гімну України ("...душу й тіло ми положим..."), або і до екзистенційного вибору, де людина готова віддати щось важливе, щось метафізичне задля ідейної й довгоочікуваної перемоги.

Диванна/диванні (24): експерти (8), війська (4), критики(4), історія, ніжка, людина, критика, картина, політики, генерали, спеціалісти.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Сховати голову (22): в пісок (18), за комір (2), за плечі, в землю.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Бити на (22): сполох (16), пролом (4), навгад, випередження.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Зламати (22): голову (5), систему (4), ногу (2), себе, життя, надію, людину, списи, мозок, поперек, сценарій, правила, ребра, долю.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Проаналізувавши реакції на стимул "зламати", помічаємо, що їхній синтез створює розрив між штучним політичним пафосом і реальним психологічним станом суспільства. Домінування відповідей "голову" та "мозок" свідчить про інтелектуальне виснаження, а популярність варіанта "систему" про незмінний запит на внутрішні реформи. Але, маємо відзначити, що взагалі відсутня очікувана нами реакція "хребет", і це доводить, що ця, доволі агресивна метафора яка не завжди співвідноситься з мовною свідомістю громадян (можливо цей фразеологізм маловідомий серед український респондентів). Натомість, респонденти обирають екзистенційну глибину, а саме такі реакції, як-от: "життя", "долю", "себе". Ці реакції перетворюють фразеологізми із символу зовнішньої перемоги на маркер глибокої внутрішньої травми та незворотних людських втрат.

Водити за (23): ніс (14), носа (7), вухом, мотузочку.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Грати з: вогнем (14), долею (2), почуттями (2), соломи, чортами, мишею, на струнах душі.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Особливої ваги набувають реакції, що виходять за межі політики: “долею” та “почуттями” свідчать про перенесення фразеологізму в площину фаталізму та моральної відповідальності, де дії сприймаються як небезпечна маніпуляція людським ресурсом. Екстремальна відповідь “чортами” посилює відчуття ризику, натякаючи на “брудні ігри”, або переговори з ворогом, які респонденти ототожнюють із метафізичним злом.

Лити воду на (20): вогонь (5), млин (4), чужий млин (3), лід (2), каміння (2), загосну рану, вуха, диплом, рану.

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Дерти (19): горло (4), шкіру (2), три шкіри (2), спину, зад, дупу, коси, рану, кігті, нос, капці, на собі сорочку, очі, ноги.

0 = 4 (у чотирьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Реакції на слово-стимул “дерти” розкривають динамічну картину суспільного настрою. Реакції розкривають особливості сприйняття сучасної публічної полеміки і стану граничного фізичного або емоційного виснаження. Домінування реакції “горло” є правильним і виступає прямим віддзеркаленням медійного простору, де політичні дебати часто трансформуються у вербальну агресію та жорстке протистояння. Помічаємо і реакції пов’язані з економічним тиском, а саме відповіді “шкіру / три шкіри” апелюють до пошуку соціального визиску, що в умовах війни переосмислюється як надмірний тягар, покладений на плечі громадян. А реакції, на зразок: “коси”, “рану” та “на собі сорочку” маркують глибоку психологічну травму, де фразеологізм стає інструментом вербалізації нестерпного внутрішнього болю. Маємо також сленгові реакції (“дупу”, “зад”, “кігті”, “капці”), що є децю комічними, але водночас фіксують стан панічного поспіху або надмірного зусилля задля виживання.

Винаходити (23): велосипед (13), колесо (3), слона, ідеї, лабіринти, Америку, спосіб вирішення проблеми, ровер, двигун.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Для респондентів цей фразеологізм є добре знайомим і зрозумілим, тож не було проблемою надати відповідне продовження. Цікавою є реакція «ровер», що є діалектною назвою велосипеда. Можемо припустити, що саме з такою лексемою використовується заданий нами фразеологізм на території, з якої походить респондент.

Заплатити (22): життям (3), велику ціну (2), повну ціну (2), за все (2), високу ціну (2), тією ж монетою (2), за дарма, борг, власною шкірою, за комфорт, сповна, по заслугах, дань, за гріх, податки.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

П’ята (23): точка (6), колона (3), Ахіллеса (3), авеню, Ахіллесова, колінка, ступінь, вода на киселі, нога, нога у воза, колесо, кінцівка, нахивати, сторона світу.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Зрушити з (23): місця (17), мертвої точки (4), позицій, мертвого місця.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул). Можемо припустити, що респондент не знає цього слова, або забув(ла) що це, або можливо просто не спало на думку жодних слів, тому відповідно й не було асоціації і реакції.

Надані реакції (особливо звертаючи увагу на лексеми, що складають ядро реакцій) вказують на те, що для респондентів цей фразеологізм є добре знайомим і зрозумілим. Особливо зацікавила реакція “позицій”, що може пояснюватися постійним впливом воєнного контексту на нас, а також вказувати на вдале використання політиками цього фразеологізму, адже він не лише означає прогрес, але і викликає у свідомості людей думки про воїнів і їхню передислокацію.

Цап (22): відбуйвайло (18), за яйця, і нема, мириться і людина свариться, відбивайло, хоче фісташки.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Аналізуючи відповіді респондентів, можемо дійти висновку, що фразеологізм добре закріплений у мовній свідомості респондентів і легко відтворюється як цілісна одиниця, та попри це є і окремі цікаві реакції. Кілька респондентів сприйняли це слово, не як іменник, а як дієслово, а також надали гумористичні реакції “за яйця” і “ї нема” вказуючи на негативні, або миттєві наслідки для респондента. Також помічаємо реакції, що виникли внаслідок впливу культури на нас. Реакція “мириться і людина свариться”, може бути пов’язана з народними висловами і прислів’ями, які людина використовує повсякчас, а саме: “двоє свариться, а третій користає”, “хто любиться, той чубиться” тощо. А реакція “відбивайло” може означати, що людина постійно слідкує за новинками зі світу кіно, і зокрема могла подивитись цьогорічний мультфільм “Цап-забивайло” (майстерна адаптація наших перекладачів), і назва закарбувалась у пам’яті, або людина просто помилилась.

Робити з (23): мухи слона (17), з любов’ю (2), божою поміччю, себе жертву, когось дурня, гімна і палок.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

(Не) станемо на (21): коліна (7), заваді (5), лінію перемовин, бік, цей шлях, ноги, іншу сторону, захист, дорозі, ті самі граблі, перекур.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Проливати (25): кров (10), сльози (6), крокодилячі сльози (3), світло (3), з відра, повз нього, піт.

Закручувати (20): гайки (11), ситуацію (2), карусель, в баранячий ріг, думки, історію, дулю, в бублик, свиням хвости.

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Опускати (21): руки (14), носа (2), планку, плечі, водний, завісу, в воду.

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Схиляти (23): голову (13), голови (2), на свій бік (3), до насилля, до чогось, це до іншого, до водного, до думки.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

І вдень (23): і вночі (17), і в ніч (3), водний, я світлішаю.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Лакмусовий (21): папірець (14), папір (3), листочок, кусочок (лакомий), кусок, коктейль.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Отже, такий фразеологізм, і таке слово-стимул, респонденти сприймають як соціальний тест на чесність.

Земля під ногами (23): горить (4), зникла (3), йде (3), зникає (2), здригнулася (2), ходить (2), їде, мокра, розверглась, провалилася, дрижить, уходить, похитнулася.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Битись головою (23): об стіну (17), об стінку (4), об землю, об стіл.

Дивитись в (25): майбутнє (4), очі правді (2), стелю (2), дзеркало (2), даль, далечінь, один бік, світле майбутнє, небо, вікно, очі, як баран на нові ворота, небуття, завтрашній день, рот, корінь, воду, порожнечу, стіну.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Говорити (грати) в (20): мовчанку (6), одні ворота (2), ігри, дивні ігри, небезпечні ігри, правду, пітьму, пустоту, дурня, пусту, головну скрипку, квача, один голос.

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул)

Група №2

Словник асоціативних полів, складений на основі анкет другої фокусної групи

Воїни світла (13): Пісня російською мовою ☹; борці за мир; ті, хто воюють за добро; люди, які стоять за справедливість; люди які стоять за правду; люди з добрими намірами та діями, шляхетні; воїни ЗСУ; люди які стоять за справедливість і добро; воїни добра; захисники; хоробрі українські захисники які попри все боролись та борються за Україну; українські воїни.

Стерти з лиця землі (15): Знищити (8); прибрати; знищити назавжди, вбити; зруйнувати вщент, винищити; Гнівний фразеологізм який використовують коли когось або щось не хочуть бачити; образити.

Великий обмін (11): обмін полоненими (2); обмін (2); відбувся великий обмін полоненими; велика угода; обмін багатьох речей; обмін НАШИМИ полоненими; звільнення військовополонених; коли обмінюють багато захисників (став актуальний під час російсько-української війни); обмін солдатами.

0 = 1 («Не дуже розумію») - (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Падати духом (дух падає) (16): здаватися (3); засмучуватись (2); зневіритися; засмучуватися; покладати руки; втратити віру/відсутність натхнення; це коли опускаються руки; втратити надію; сумний; з'являється зневіра у майбутньому/немає впевненості у завтрашньому дні; якщо щось не виходить, то я падаю духом.

Залишатись за бортом (13): не брати участі (4); не отримати вигоду; не бути у темі/не цікавитись тим, що відбувається; залишатися за межами подій/бути вигнаним звідкись; залишатись осторонь якихось подій/обставин; бути зайвим; усунений від участі в чомусь; не потрапити туди куди хотів.

Не дотримувати(ся) свого слова (14): брехати (2); безвідповідально ставитись до ситуації (2); обманути; не відповідати за свої вчинки; не дотриматись обіцянки/пустословити; не зробити обіцяне; пообіцяти щось і не виконати; не виконати обіцянку; не тримає слово; порушити обіцянку; підставляти; невідповідальна людина так робить.

Мурахи по шкірі (пробігли) (18): стало страшно (2); страх (2); відчуття страху/задоволення/невизначеного відчуття і шкіра вкривається сиротами; мати перенасиченість емоцій (позитивних чи негативних); реакція тіла на слова чи емоції; відчуття страху/навпаки щось приємне; страшно або захоплююче; хвилювання; щось страшне; відчуття сильного переляку/жах/навпаки щось дуже приємне; страшно (аж мурахи пробігли).

Піти на небеса (13): померти (5); вмерти (5); загинути (2); піти з життя.

Сісти за стіл переговорів (12): домовитись (2); почати домовлятися про щось; розпочати перемовини про якусь важливу тему; почати переговори; зустріч певного кола людей для вирішення спірних питань; вирішити якесь питання; домовляючись вийти на компроміс; знайти компроміс; обговорити суперечливі питання; казати маячню; намагатись вирішити конфлікт дипломатично.

Покласти край кровопролиттю й війні (12): завершити війну (2); закінчити довготривалу і жорстоку війну; закінчити криваву війну; зупинити війну; закінчити суперечку; завершити боротьбу; перестати воювати; перемир'я; покласти край кровопролиттю і війні; нарешті закінчити війну; закінчити морок і страждання.

Давати (пожинати) плоди (13): отримати результати роботи, отримати результат (2); отримувати результат від своїх дій (2); результат твоїх дій (може бути як позитивний, так і негативний); бачити/отримувати результат своєї праці; коли людина зробила щось не так і тепер живе з цим; давати плоди – приносити користь через довгий час/пожинати плоди –

нарешті отримати користь від чогось; у що було вкладено зусилля; навчати; віддавати або отримувати; якщо людина хороша, то вона отримує вигоду, а якщо погана, то катюзі по заслугі.

Підкидати дрова (підливати олії) у вогонь (13): робити і так складну ситуацію ще складнішою; робити ситуацію гіршою/підбурювати співрозмовника; розкручувати ситуацію/стимулювати агресію у співрозмовника або в ситуації загалом; робити чи казати щось, що може привести до вибуху емоцій; робити суперечку більшою; погіршувати ситуацію; загострювати; розпалювати конфлікт; робити гірше; когось злити; підбурювати/розкручувати проблему далі, щоб було полум'я.

Поставити крапку (13): закінчити (3); завершити (2); завершити розмови про щось або завершити справу; з кінцями закінчити розмову/поставити крапку у спілкуванні; закінчити щось; прийняти рішення щодо якоїсь невизначеної ситуації; закінчити спілкування; остаточно завершити справу; закінчую.

Вікно можливостей (14): багато можливостей (4); можливості які легко використовувати; збірка можливостей/сукупний образ; шанс на зміни/підтримка оточуючих; можливості які відкриваються перед людиною; сприятливий період; можливість досягти успіху; купа всього; якийсь момент у який з'явилися сприятливі можливості для вирішення якоїсь проблеми.

Віддати життя (13): померти (4); померти заради когось або чогось; померти не своєю смертю заради іншої людини або Батьківщини; померти за переконання; загинути; вмерти; загинути заради якоїсь благородної мети; віддати життя за дітей.

Диванна сотня (диванні війська) (11): ті, хто не мають досвіду/сидять вдома і дають поради про те, як і що треба робити; люди які вважають себе експертами, але насправді нічого не роблять (спостерігають за усім з дому й роздають непрохані поради, не знаючи ситуації); люди які висловлюють свою думку про воєнні дії, сидячи удома та не докладають зусиль для завершення війни; люди, які все коментують і всіх хаять у соц.сітьх, а самі нічого не роблять; люди які нічого не роблять для військ; люди які судять самі і не знають як це; пасивне спостереження; люди які ведуть активні віртуальні баталії; сумно за їх існування; люди, які можуть тільки писати погані коментарі, нічого більше не роблячи.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Сховати голову в пісок (15): злякатися (3); зняти із себе відповідальність; зневіритися у своїх силах і перестати щось робити; намагатися заховатися коли майже немає такої можливості (наприклад від публіки); не приймати рішень/плити за течією; відчуття сорому; втікати від проблем; уникання відповідальності; уникати небезпеки; напудитись; сховатись, щоб не вирішувати проблеми; безвідповідальність.

Бити на сполох (16): переживати (3); панікувати; бити першим/наперед; заздалегідь готуватися до поганих подій/попереджати про небезпеку; рандомний варіант; метушитися; здійсмати тривогу; виявляти занепокоєння; голосно напудитись; занепокоєння; наголошувати на проблемі та привертати увагу до неї; якщо пожежа або аварія, то б'єш на сполох.

Зламати хребет (16): зламати чийсь опору (2); перемогти (2); знищити когось (2); багато ходити; нанести серйозну травму; перемогти ворога; коли вже немає сил нести якийсь важкий емоційний груз; зазнати невдачі; подолати; багато важкого носити; щось/когось вкоренити; зламати систему; падіння.

Водити за ніс (14): обманювати (8); дурити (2); використовувати людину; обдурювати; обдурювати когось; брехати.

Грати з вогнем (12): займатися небезпечними справами; навіщо ти продовжуєш це робити? Ти граєш з вогнем!; робити ризикові дії; бути на межі якоїсь ситуації; провокувати; ризикувати; поводитись необережно; поводитись небезпечно; прийти без дз на пару до викладача; небезпечна поведінка; сильно ризикувати; якщо робиш те, що не треба.

Лити воду на млин (10): діяти на користь не собі, а іншим (2); починати роботу; діяти в чийхось інтересах (робити щось на користь їм); діяти на користь супротивника; безрезультатна праця; марна праця; допомагати комусь; щось діяти; комусь допомагати.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Дерти горло (15): кричати (8); репетувати; активно щось відстоювати; казати багато видуманих фактів у суперечці; голосно кричати/сперечатися; сильно протестувати; співати.

Винаходити велосипед (15): ускладнювати роботу; казати/робити щось непотрібне; пропонувати/вигадувати щось, що вже було вигадано до цього; робити щось давно всім знайоме; ускладнюючи процес; вигадувати щось неймовірне; марно робити те, що вже відомо; марнування часу; намагання винайти те, що вже давно відоме; робити марну справу; відкривати; марно витрачати час на вже відоме; придумати те, що вже є.

Дорогою ціною заплатити (12): віддати щось дуже важливе для досягнення мети; отримати щось навзаєм чомусь дорогому для себе; отримати моральний збиток через щось; велика ціна в результаті отриманого/свобода в обмін на життя; поплатитись за щось; пожертвувати чимось; досягти чогось ціною великих зусиль; дорого; щось цінне; отримати результат, але занадто багато втративши; коли віддаєш щось цінне для тебе.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

П'ята колона (10): зайвий; зайвий?; зайва; зайве; прихильник в тилу ворога; щось непотрібне; послідовники ворога в тилу; внутрішні вороги; люди, які займаються антидержавною діяльністю в країні; люди, які діють на користь ворога.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Зрушити з мертвої точки (12): почати щось робити (2); коли справа має позитивний або негативний результат після довгого перебування на одному місці; продовжити працювати після довгої паузи; запустити процес, який довго не мав прогресу; початок маленьких змін після застою; рухатись (переносно); розв'язувати задачу; почати діяти; почати рухатись; врешті щось винайти; щоб ситуація почала покращуватись, щось зробити.

Цап-відбувайло (10): людина, на яку звалюють провину інших (2); людина, яка винна у всіх бідах; людина, над якою всі відігруються; хтось, на кого вішається провина; невинна особа, на яку повісили вину; людина, яка віддувається за всіх; особа на яку перекладають відповідальність; хтось дурний; це людина, яку змушують щось робити.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Робити з ялівця слона (13): перебільшувати (4), переігрувати ситуацію/драматизувати; роздувати дрібницю у значну річ; не роздувати діло; робити маленьку проблему візуально великою; роздувати; сильно перебільшувати; гіпербола; перебільшити ситуацію.

(Не) станемо на коліна (14): не здамося (3); принижуватися; не піддаватися; не здамося/захищатимемо навіть свою гідність; не підчинятися комусь; не скотимось; не підкорятися волі ворога; здатись або не здатись; не здаватися/за будь-яких умов стояти до кінця; ми все зможемо.

Проливати кров (15): вбивати (3); загибель; отримувати травми/помирати внаслідок ворожих дій; воювати за переконання; боротися за щось/когось; жертвувати; страждати; воювати; віддати життя; боротися/страждати у бою за Україну.

Закручувати гайки (12): призупинити чийсь діяльність (насилно навіть); контролювати/знущатися/дістатися; покласти кінець чомусь; ставити в жорсткі рамки; виставляти кордони; посилення вимог; посилювати вимоги до когось; завершувати; сильно обмежувати; обмежити/щось заборонити.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Опускати руки (15): здаватися (6); зневіритися (3); втрата надії/безвихідь/розпач/зневіра; зникає бажання, щось робити; коли нічого не вдається, то опускаєш руки.

Схиляти голову (13): виявляти глибоку повагу (2); поважати (2); виявляти повагу; вклонятися/показувати пошану; перед талантом чи захисниками (повага до когось, або

перед конкурентом); продаватися комусь; коритись; погоджуватись; здаватися; ми схилиємо голову перед героями і переможцями.

І вдень і вночі (12): цілодобово (2); весь час (безперестанку); увесь час/демонструє тривалий процес та наполегливість; процес не змінюється/ворог наступає, а захисники тримають фронт; завжди/увесь час; без продиху; будь коли; цілодобово стояти на сторожі; я працювала невтомно день і ніч, щоб досягти своєї мети.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Лакмусовий папірець (11): щось не вічне; критерій; індикатор (2); проявлення якостей когось на якусь подію або ситуацію; щось що дуже хотілося б; той, по якому все видно; те, що визначає що-небудь; класний; те, за допомогою чого, можна визначити справжність; хімічний показник правди.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Земля під ногами палає (13): небезпека (2); багато робить і швидко це робить; відчуття запалу своєю метою/мотивація; швидкі дії/виконувати роботу швидко; не впевнена, що щось відбувається?; перебування у критичному, небезпечному стані; скрутне становище; піпец; знищувати ворога (навіть жорстокими методами); на крадієві і шапка горить.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул).

Битись головою об стіну (15): думати (2); не мати результату чи намагатися щось довести; не чути; бути у ситуації безвихіддя коли інших кроків вирішення проблеми не існує; коли щось не виходить; безвихідь; марні спроби; марні спроби змінити ситуацію; нічого не робити; марно доводити щось людям, які цього не зрозуміють/намагатись вирішити проблему, яка так легко не вирішиться; коли нічого не виходить/стан безпорадності/коли не можеш нічого доказати.

Дивитись правді в очі (12): побачити правду; визнавати; розглянути правдиву ситуацію відверто; прийняти результат, подію чи відносини (не прятатись, якщо результат не влаштовує); прибрати всі ілюзії і побачити правду; усвідомити; оцінювати стан речей; об'єктивно оцінювати реальний стан речей; погодитись; знати правду; признавати й усвідомлювати правду; зрозуміти свій вибір.

Говорити (грати) в одну дудку (14): діяти спільно (2); не бачити інших варіантів; односторонність; спілкуватися одними і тими ж посланнями; може бути командна робота; поширення загальних меседжів; дотримуватися однієї версії при будь-якій ситуації; поклонятись комусь одному; піддаватись; в соло; повторювати; діяти з кимось за одне; співпрацювати.

ДОДАТОК №4

Словник асоціативних полів, складений на основі анкет англомовної фокусної групи

Vocabulary

Warriors of light (4): People who engage in violence with the intent of being a force of good; people fighting for good or justice; those who fight for freedom, peace and goodness; those dedicated to a higher purpose. Filled with hope.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("I don't know")).

Wipe off from the face of the earth (7): destroy (2); eliminate; annihilate; to completely annihilate something (i.e. a culture) from existence; completely destroy something; obliterate people by force...usually bombs.

Large-scale exchange (5): big swap of people/resources (prisoners, resources); a transaction worth of great value; massive, huge exchange; "the hyper connection of the world via internet and other media allows for a large-scale exchange of information across countries and netizens"; a battle involving many troops, significant gunfire/artillery. As opposed to a 'minor skirmish'.

To be in a low spirits (11): emotionally idle, low motivation, loss of hope; lack desire to act and move, usually due to lack of vision for a better outcome; feeling low or sad; to be down. In bad mood; someone is Depressed; poor morale. Not hopeful. Bleak outlook.

To go by the board (6): to be discarded, rejected; often in business environments, to be fired; something fails or is abandoned; To stay true to the rules; To abandon previously made plans.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("I don't know")).

Go back on one's (break one's) promise (6): Quite self explanatory. To not follow through with one's promise, and hence break it; not keeping your word; Not keeping a promise. Take someone down; If someone has promised you something and then retracts or forgets their promise; assure someone of a certain outcome, then change plans when that outcome seems to be unachievable or to difficult to achieve.

To have shivers up and down (7): Feeling of emotional and psychological restlessness due to uneasy feelings, a situation of uncertainty that usually follows a physiological reaction in our nervous system (hence the "tingling" or shivers, our body is getting ready to react); feeling fear or chills; be scared, terrified. Or overwhelmed, thrilled; your body experiences a physical sensation like goosebumps; to be so emotionally affected by something that you have an instinctive physical reaction to it.

To go long home (go in the sunset) (6): I know them as two separate things, but usually to die peacefully, go away with ease, leave - mostly forever; disappear or end quietly – like the sun when it goes down; to die; to die, I think (I haven't heard this one); make a new start;

To sit down at the negotiation table (5): Have a professional, ideally respectable, and well structured conversation with specific outcomes in mind a clarified set of characteristics on both sides of the table; start peaceful discussions; dilemma; To sit together and negotiate differences usually in a work or union context; be willing to compromise.

To put an end to bloodshed and war (8): Ideally, exactly what it says. Practically, often used to justify further military action or extreme measures. Politically, to create a "quick cognitive assonance" with the public, and force a belief that you're acting "for the good, greater cause of

peace"; stop violence and war; To finish. To stop a war (violence); That would be my deepest prayer. To stop needless death from war; Make peace.

To bear fruit (7): To produce successful results, rewards; produce positive results; To endure; That your efforts are worthwhile. Have a positive outcome; When your efforts are rewarded or a decision had a positive result.

To pour oil on flames (5): In short - to make a situation much worse than what it was; make a situation worse (2); to make something worse; to make a bad situation worse. Often in a reckless or seemingly foolish manner.

To draw the line (5): To set boundaries, past which previous conditions do not apply and usually a much more severe response is needed and delivered; set a limit; to cross the border; enough is enough; to set a boundary or make an ultimatum. If this is violated, one is forced to escalate.

The window of opportunity (5): In military terms, a specific condition defined by time and space in which operations are particularly favorable due to lower risks and higher chances of success; a short moment to act; a chance; there is a measure of time to make something happen, to take action; when opportune conditions for an event are time limited.

To lay down one's life (lay one's bones) (6): to die for a cause (2); to perish; to sacrifice; sacrifice your self; sacrifice yourself (die) for a higher cause.

Armchair warriors (6): people who criticize and do nothing (2); people who are usually quite opinionated and vocal about certain arguments, lacking real world experience or knowledge. Often exaggerated in their opinions and confrontative; someone who is bellicose or advocates for war but is not willing to fight themselves.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("not sure")).

To bury one's head in the sand (6): To not see the situation for what it is, or at all, usually on purpose in order to protect our worldviews or emotions; Ignore reality; To hide, run away from responsibilities; When a person does not want to hear or see the truth; To willfully ignore what is happening around you.

To ring the alarm bell (5): To alarm someone, usually in regards to something specific, i.e. a triggering event; warn others of something dangerous about to happen; to warn; letting others know that Something is wrong; to warn others of of an impending threat.

To break the back of (6): To act decisively in order to damage someone or something in a strategic manner, especially military-wise; impair mobility of an organization (civil or military); work really hard, don't break your back studying; To work very hard; When one cannot carry an emotional load anymore; To deliver a decisive blow leading to an inevitable defeat.

To lead someone by the nose (6): To fool someone; manipulate; To cheat, to deceive; Usually followed by 'but you can't make them drink'. It means you are trying to lead someone to a specific way of thinking; To completely control someone.

To play with fire (5): do something (smth) dangerous (2); To engage oneself in activities or choices that most likely lead to unfavorable outcomes, usually disregarding obvious risks; the person is dealing with a difficult or dangerous situation that others can see may not have a positive outcome; to do something very risky.

To pour the water in the sieve (cast water into the sea) (4): A futile, useless action - might seem like work, but it's really pointless; waste of resources; useless actions; an action that requires significant effort for no gain.

0 = 1 (у одного з респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("not sure").

To scream bloody murder (6): To exaggerate situation, usually for one's gain either material or reputational, and make something seem worse than it is, usually via a lot of "noise" (media, moral, etc...); Shout loudly; To go public with smth. Unveil the truth; Someone is angry....very angry and just wants to scream; To protest in a loud and angry manner.

Reinvent the wheel... (6): Usually to attempt to do something in a completely different, perhaps even extravagant manner, without the need to do so as previous, functional options exist; Do something somebody else has done - put in effort on something that you could look up, find; To offer or use some well known methods; If it's already in existence, why redo it? Just replicate it. Learn from the past; Overcomplicating a simple problem

To pay a heavy price (8): self explanatory. High cost to an action. To suffer large consequences due to a choice or action; Suffer consequences; To lose something/somebody priceless, meaningful; Ukraine is paying a heavy price for its freedom. Many lives lost, so much suffering; To achieve an objective at a high cost. Military context: significant casualties or loss of material but winning an important battle.

Fifth column (3): unknown - had to look it up! Found out that it's "a group within a country at war who are sympathetic to or working for its enemies.". Interesting; Media; Fellow citizens that seek to undermine the war effort, whether out of dislike for the way it's been conducted, or outright support for the enemy.

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("not sure"; "?").

To move the chains (needle) (6): To alter a situation towards the favor of a specific group or entity that was until then not in such a positive circumstance. Same can be applied to outcomes eventually, which one is more likely; make progress; Go on; If your efforts make even a small difference; An effort that actually has a positive effect.

Scapegoat (6): Someone or something who is designated to take the guilt of something, even if often they were not involved or responsible at all; The person who takes the blame. (fairly or unfairly); Someone innocent to blame; Someone who takes the blame for something but didn't directly cause it. Someone has to pay for a mistake that was made; A convenient person to blame.

Create juniper tree out of a forest (3) (was used by mayor of Kyiv to preserve humor and emphasize the sincerity of his intentions to plant trees): not familiar! will look it up - I like the wording; mix things up - Confuse, feel confused; Make something unusual, unique;

0 = 3 (у трьох респондентів відсутня реакція на заданий стимул ("I'm sorry, I'm not sure"; "Unfamiliar").

We will not sink to one's knees (kneel down) (8): will not surrender (3); to not surrender, not give up or give in; We will not give up. As I see the brave people of Ukraine. David and Goliath.

To shed blood (5): To suffer wounds, usually in combat, and often resulting in casualties; people bleed - people die; to fight hard; to fight in a war for one's country; to kill in battle.

Tighten the screws on someone (5): put pressure; to apply significant pressure; increase control; give someone a hard time; make a situation harder for someone to force change.

Hang down one's head (9): Feel ashamed (2); To feel embarrassment; Be upset, frustrated. Disappointed; Shame; To appear defeated. Lose hope of success.

To bow one's head (6): To show respect (2); Prayer; show sadness, grief - or to show respect for example in japan - or to royalty; I know it to have the same meaning as the previous idiom (?).

Day and night (6): Stark difference between previous and current (or future) situation; opposites; Non stop; The situation is never ending; To do something constantly, often at great effort. “We are working day and night”

Litmus test (5): A test on a factor that, even if taken in isolation, can determine with satisfactory accuracy the quality (or lack thereof) of an individual or organization, plan, etc...; Does a decision or situation pass the litmus test? Do most agree with it or does it have integrity?; Something used to make a judgement on whether something or someone is acceptable.

0 = 2 (у двох респондентів відсутня реакція на заданий стимул (“I don’t know this one”; “?”)).

Cut the ground from under someone's feet (6): To completely surprise and damage someone or their plans, intentions, or actions - usually via decisive, unpredictable action. Can also be used in personal context when someone is taken aback by an unforeseen circumstance or decision (i.e. a sudden breakup); Remove support from someone; To terrify someone, or to put in a difficult situation; Make a decision that is unexpected and unwanted for another person or group; Undermine someone.

Kick one's head against a (brick) wall (8): Fruitless (2); Wasting time on something that's hopeless (2); To waste time on something impossible to achieve; keep doing something over and over again with out a positive result; To regret; You are never going to make a difference. You may as well smash your head against a brick wall as to expect change.

Face the facts (5): To look at something for what it is, with no or the least amount of bias possible; accept reality; to accept the truth; your opinion is that someone else isn't seeing a situation clearly; realize an unfortunate reality.

Sing from the same song sheet (6): To express the same ideas or opinions - usually over and over again (either individually or as a group); agree or say the same thing; To say/do something that was said/done before; Agreeable with others; Work together in a productive matter. Be publicly in agreement with another.