

RECENZJE

Дмитро Сизонов, МЕДІЙНА ФРАЗЕОЛОГІЯ У ФОКУСІ СУЧАСНОЇ ЛІНГВІСТИКИ: ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, Київ, Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет»: 2026, сс. 415.

Науковий простір сучасного мовознавства дедалі більше насичується аналізом медіакомунікації, роль якої невпинно зростає в модерний час. Запропонована монографія Д. Ю. Сизонова – інноваційний результат пошуку й інтерпретації медійних смислів, закодovаних у фразеології – одному з найвиразніших і найдинамічніших пластів мовної системи. Дослідницька аксіома, що фразеологічні одиниці як мовно-культурні коди є віддзеркаленням багатовікової історії української словесності втілена у «свіжому» лінгвістичному ракурсі на нову фразеологію, яка безперервно з’являється в масовій комунікації.

У монографії пропонується комплексний аналіз медіафразеології з її можливостями миттєвого виникнення, широкого функціонування та масового тиражування. Такий аналіз дозволяє простежити динаміку фразеології в сучасній українськомовній маскомунікації. Незважаючи на численні дискусії, що «точаться в авторитетних лінгвістичних школах славістичного світу, Західної Європи та України щодо статусу нових фразеологізмів медіасфери» (с. 3-4), автор зумів окреслити наукові перспективи аналізу фразеологічних одиниць сучасної інформаційної доби – доби тотальної інтернетизації, медійного консюмеризму та глобалізованого контенту (таку тенденцію у свій час прогнозували авторитетні дослідники медійної комунікації – Маршал МакКлюєн, Лев Мановіч, Мануель Кастельс, Бранко Тошович, Валерій Пісарек, Томаш Гобан-Клас та ін.). Розгляд медійної фразеології крізь призму концепцій медійного комунікативного простору згаданих дослідників допомагає Д. Сизонову сформувати авторську цілісну теоретико-методологічну платформу для вивчення фразеологічних інновацій у масмедійній комунікації, виявивши механізми їхньої функціонально-стилістичної динаміки та еволюції.

Монографія Д. Ю. Сизонова має чітку структуру, є логічно побудованою, виявляє широкий інтерес серед гуманітаріїв – не тільки філологів, а й культурологів, соціологів, політтехнологів, журналістів, etc. Логіка побудови монографічного дослідження відповідає послідовному усвідомленню медіалінгвістичної природи неофразеологізма як унікального ресурсу простору масової комунікації. У першому розділі *Фразеологія в дослідницьких епістемах функціональної стилістики: еволюція наукових концепцій та ідей* проаналізовано сучасні концепції щодо фразеологізму, його сутнісних характеристик та окреслені перспективи дослідження в неогалузях філології. Окремим локусом дослідницької аналітики автора стали західноєвропейські праці з функціональної фразеології – французьких, чеських, словенських, польських, німецьких фразеологів. Широкий погляд на фразеологізм (ідеться про зарахування до їх числа інтертекстуальних одиниць, прецедентних конструкцій, крилатих висловів, афористичних висловлювань, наративних синтаксем) підсилює позицію Д. Сизонова щодо трактування ФО як лінгвокультурних кодів та смислосемних одиниць у масовій комунікації (с. 25-26). А розгляд, напр., польської фразеологічної традиції (див. концепцію Станіслава Скорупки – автора фундаментальної лексикографічної праці *Słownik frazeologiczny języka polskiego*, одного з фундаторів польської фразеологічної школи) дозволив Д. Ю. Сизонову в монографічній праці аргументовано інтегрувати здобутки європейської фразеологічної думки в український науковий контекст, розглядаючи фразеологічні одиниці не лише як мовні знаки вторинної номінації, а і як важливі лінгвокультурні маркери та інструменти смислотворення в масовій комунікації.

У цьому контексті фразеологія розширює дослідницькі межі, зокрема у віддзеркаленні концепцій неолінгвістичних студій (с. 42-56) – лінгвокогнітології, PR- та бізнесової лінгвістики, психо-, медіа- та юрислінгвістики, лінгвістичної експертології, еколінгвістики тощо. Усе це, вочевидь, відкриває нові дослідницькі горизонти вивчення (медіа)фразеології, що й репрезентовано в новій монографії.

Головний об'єкт дослідницького аналізу Д. Сизонова – медійний фразеологізм – науково обґрунтований у другому розділі монографії *Функціонально-комунікативні особливості медійних фразеологізмів*. Акцентовано увагу на внутрішньо- та позамовних факторах, які впливають на появу медійних фразеологізмів (п. 2.1); окреслено дефінітивне наповнення та проаналізоване різноманіття концепцій поняття (медіа)фразеологізм (п. 2.2); скринінговано джерела творення фразеологізмів у змінних координатах інформаційного простору (п. 2.3). У зв'язку з тим, що медійному фразеологізму властива здатність до модифікації, то цей аспект системно проаналізовано в окремому підрозділі роботи *Трансформація медійних фразеологізмів як вербалізованих індикаторів часу* (п. 2.4). Автор доходить логічних висновків, серед яких нашу увагу привернула підсумкова теза про те, що «феноменальність медійного фразеологізму для українськомовної масової аудиторії полягає в декодуванні його сутності на рівні ментальності, розглядається та інтерпретується нами як культурний код, здатний

відбивати в інформаційних реаліях мовні імпульси історико-стилістичних змін» (с. 176). А відтак новаторським убачаємо в модерній лінгвістиці погляд на медіафразеологізм як вербалізований об'єктиватор медійних смислів, здатних до маніпуляції масовою свідомістю.

Третій (*Репрезентація неофразеології в різних типах медіакомунікації*) і четвертий (*Структурно-стилістичні особливості фразеології в медіатексті*) розділи розкривають структурно-стилістичні можливості медіафразеологізму. Автор доходить висновку, що фразеологізм є смисловим конструктом медійного тексту, може слугувати засобом маніпуляції, бути наративним інструментом впливу та коригувати аксіологічні настрої соціуму (об'єктивація даних підсилюється проведенням автором трекінг-опитування упродовж 2017-2022 рр.). Особливу роль у цих процесах відіграє медійна неофразеологія – «комплекс нових структурно усталених мовних конструкцій, відтворюваних у масовій комунікації, що мають стійку функціонально зумовлену семантику, можливість до стилістичної трансформації» (с. 179). Деталізуються в монографічній роботі й характеристики нового медіафразеологізму, зокрема це: 1) стійка відтворюваність у медіа; 2) усталена семантика; 3) масова тиражованість у ЗМІ; 4) впізнаваність масовим реципієнтом; 5) прецедентна феноменальність; 6) медійна інваріантність (можливість до модифікацій); 7) універсальність до медійного вживання; 8) медійна експресивність, емоційність, оцінність (с. 184).

Д. Сизонов актуалізував увагу на специфіці розвитку української медіакомунікації та особливостях функціонування медійної фразеології у період російсько-української війни. Ідеться про аксіологічні та наративні параметри фразеологізмів – логічних вербалізованих інтерпретаторів реалій війни (**гібридний фронт, невидимий батальйон, закидати коктейлями Молотова, купити чорний мішок, піти / послати за «руським» кораблем, відправити на концерт Кобзона** та подібні фразеологізми інтерпретовані автором у медійних контекстах та визначені в нових оцінно-смислових параметрах інформаційної дійсності після 24 лютого 2022 року). Фактично такі фразеологізми стають «маніпулятивно-наративним інструментом медіатекстів» (с. 293) та «потужними маніпулятивними установками для сучасного реципієнта» (с. 295), що підсилено репрезентованими в монографії медіафразеологізмами наративного типу **«Моя хата скраю», «Україна – не Росія», «Гуртом і батька легше бити», «Маємо те, що маємо», «П'ята колона», «Кому війна, а кому мати рідна».**

Пошук та інтерпретація зібраних фразеологізмів дозволив досліднику сформувати лексикографічний вектор роботи у п'ятому розділі монографії *Нова медійна фразеологія в лексикографічній перспективі*. Дмитро Сизонов наголошує, що медійна неофразеологія не систематизована у словниках, відсутні і принципи лексикографування нової медіафразеографії, а, отже, можемо говорити про інноваційний підхід в опрацюванні цього дослідницького поля.

Створення авторської електронної картотеки та принципи роботи з нею дозволяють говорити про новизну роботи ще і в цьому локусі функціональної лінгвістики. Зазначимо, що автор вже почав працювати над словником, який

репрезентований в електронній лексикографічній системі (URL: <https://www.lehopomy.eu/#/MediaPh>) та фактично стає відкритим науковим репрезентатом медійних фразеологізмів першої чверті XXI ст. Подана автором у додатках (і описана в п. 5.3.) модель словника нових медіафразеологізмів, на наше переконання, є вагомим практичним здобутком монографічної праці.

Запропонована для розгляду монографія Д. Сизонова – цілісний, цікавий і новаторський погляд на фразеологізм у фокусі модерної лінгвістики з її новими викликами та дослідницькими горизонтами. Праця розширює теоретико-методологічні та практичні межі славістичних студій у галузі фразеології та пропонує свіже бачення функціонування досліджуваних одиниць у комунікативному просторі XXI ст. Монографія переконливо засвідчує, що медійна фразеологія є важливим індикатором мовних, медійних, культурних і суспільних трансформацій сучасності, ретранслюючи сентенцію «Tempora mutantur, et nos mutamur in illis» («Часи змінюються і ми разом із ними»), яка найтонше віддзеркалює динаміку мовної картини світу сучасної людини.

Світлана Гриценко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка