

## **БРАТЕРСТВО І ВЗАЄМОДОПОМОГА У НАЦІОНАЛЬНО-МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ (на прикладі фразеологізмів у засобах масової інформації)**

*У статті здійснено аналіз мовних засобів вираження понять братерства і взаємодопомоги в українській національно-мовній картині світу. Дослідження зосереджене на вживанні фразеологізмів у сучасних засобах масової інформації як формі фіксації етнокультурних цінностей. Проаналізовано функції фразеологізмів у журналістському дискурсі та їхню роль у формуванні колективної свідомості.*

***Ключові слова:** фразеологізм, мова, братерство, взаємодопомога, національна ідентичність, ЗМІ, картина світу, українська мова.*

**Актуальність.** В умовах повномасштабної війни, економічних труднощів та масової міграції українське суспільство особливо потребує консолідації. У зв'язку з цим мова, яка є найважливішим об'єднувальним стрижнем, відіграє вирішальне значення. Вияв національної ментальності в категоріях мови уможлиблює комплексне вивчення культурно-історичного феномену того чи іншого народу (Г. Ващенко, Ю. Карпенко, Т. Ковалевська, В. Кононенко, І. Лакомська). Тому вивчення мовних одиниць, зокрема фразеологізмів, які вербалізують культурно-національні та етнічні цінності, набуває сьогодні потужного значення у лінгвістичних дослідженнях. У цьому аспекті актуальним є розгляд мови у засобах масової інформації, що визначається вченими як одна з основних сфер, що відображає суспільно-політичні процеси та формує громадську думку.

У фразеології щонайперше виявляється національна специфіка мови. З огляду на це одним із найважливіших завдань лінгвістики стали дослідження та наукова систематизація фразеологічних ресурсів української мови, зокрема у сфері ЗМІ. Так, фразеологічні одиниці (далі ФО) на позначення братерства й взаємодопомоги в масмедіа виступають маркерами національної солідарності та закликами до взаємної підтримки. Через заголовки й слогани вони підсилюють емоційний зв'язок між громадянами й нагадують про історичні традиції спільності. Отже, вивчення цих одиниць допомагає розкрити механізми мовної консолідації та формування громадянської ідентичності.

**Об'єктом** дослідження є тексти масмедіа, **предметом** – фразеологізми, що відображають концепти братерства і взаємодопомоги в сучасному українському медіапросторі.

**Мета** дослідження – проаналізувати фразеологізми, що відображають концепти братерства і взаємодопомоги у сучасних українських медіатекстах, виявити їхню культурну специфіку та роль у формуванні національно-мовної картини світу українців.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- окреслити роль фразеологізмів як носіїв етнокультурної інформації;
- визначити семантику концептів «братерство» й «взаємодопомога»;
- ідентифікувати такі фразеологізми та прослідкувати зміни у семантиці;

– дослідити функції цих мовних одиниць у ЗМІ.

У дослідженні було застосовано такі загальнонаукові методи, як описовий, метод спостереження та аналіз, за допомогою яких було реалізовано систематизацію матеріалу. Спеціальними методами дослідження є компонентний аналіз, який прислужився у виявленні особливостей семантичної структури фразеологічних одиниць; контекстуально-інтерпретаційний метод, що уможливив з'ясування функційних особливостей зафіксованих фразем.

Джерельною базою статті стали українськомовні медіавидання (загальнонаціональні та регіональні) в електронному форматі за 2022–2025 рр.: [umoloda.kyiv.ua](http://umoloda.kyiv.ua), [vchirniy.kyiv.ua](http://vchirniy.kyiv.ua), [vk.volyn.ua](http://vk.volyn.ua), [orihiv.com.ua](http://orihiv.com.ua), [lubarska-gromada.gov.ua](http://lubarska-gromada.gov.ua), [yug.today](http://yug.today), [tv4.te.ua](http://tv4.te.ua), [armsofmercy.org.ua](http://armsofmercy.org.ua), [business.dii.gov.ua](http://business.dii.gov.ua), [procherk.info](http://procherk.info), [zhitomir.info](http://zhitomir.info) та ін.

Сучасні ЗМІ не лише фіксують мовні зміни, а й формують громадську думку, актуалізуючи фразеологізми, що відповідають моральним очікуванням суспільства. Особливо в умовах війни образ братерства стає потужним мовним маркером єдності. Це пов'язано з лінгвоментальністю українців, що корелює з мовною картиною світу.

Поняття «мовна картина світу» широко використовується в лінгвокультурології, етнолінгвістиці, когнітивній лінгвістиці. За визначенням О. Селіванової, мовна картина світу – це «відображення дійсності в національній мові, яке фіксує систему знань, переконань, уявлень, закладених у лексико-фразеологічних засобах» [3, с. 201].

Мовна картина світу має такі особливості:

- етнічна специфіка, оскільки кожен народ має унікальний історико-культурний досвід;
- ціннісне забарвлення, адже вона формує уявлення не лише про об'єкти й явища, а й про те, які з них є «важливими», «хорошими» чи «небезпечними»;
- мовна реалізація – лексика, фразеологія, метафори, граматичні структури тощо.

Національна мовна картина світу є результатом відображення колективною свідомістю етносу зовнішнього світу у процесі свого історичного розвитку одночасно з пізнанням цього світу [5].

Наприклад, у мовній картині світу українців яскраво представлені концепти воля, рід, земля, хата, мати, пісня, братерство, що формують ядро українського етнічного мислення. Цю думку розвивав О. Потебня, який стверджував, що мова не лише передає думки, а й формує сприйняття світу, а мовну картину світу вважав відображенням світогляду [6].

Особливо цінною в аналізі мовної картини світу є фразеологія, бо фразеологізми як стійкі словосполучення часто зберігають архаїчні, емоційно забарвлені або сакралізовані уявлення, які побутують у мовній свідомості століттями. У цьому контексті фразеологізми – не просто лексичні одиниці, а культурні символи, носії усталених уявлень про соціальні норми, цінності, відносини між людьми. Як зазначає М. Степаненко, фразеологізм – це «словесна модель культурного коду» [4, с. 43].

Дослідженню проблеми функціонування фразеологізмів присвячено чимало наукових праць вітчизняних і зарубіжних мовознавців: Б. Антоненка-Давидовича, Л. Булаховського, О. Демської, Ж. Колоїз, Ж. Краснобаєвої-Чорної, І. Лакомської, Ф. Медведєва, Л. Супрун, В. Ужченка та ін.

Фразеологізми відзначаються високою експресивністю, стійкою семантикою і здатністю передавати культурні концепти у концентрованому вигляді. Вони формують частину мовного свідомого і підсвідомого простору. Концепти братерство і взаємодопомога репрезентують позитивні моделі соціальної взаємодії, тому широко представлені в українській фразеології.

Українська культура, що історично формувалася в умовах боротьби за свободу, селянських громад, козацького товариства, закріпила в мові численні уявлення про взаємну підтримку та братні стосунки. У традиційній українській мові спостерігаємо активне використання слів із семантикою спорідненості, об'єднання, взаємної дії:

ФО *гуртом і батька легше бити* – у громаді легше подолати труднощі [1];

ФО *стояти горою* – невідступно, всіма силами захищати, відстоювати кого-небудь [1];

ФО *всі як один* – узгоджено, одностайно діяти [1];

ФО *усім миром* – гуртом, спільно, разом [1];

ФО *вийти з біди разом* – подолати лихо спільними зусиллями [2];

ФО *протягнути руку допомоги* – підтримувати когось, допомагати кому-небудь у скрутний для нього час [2];

ФО *один за всіх і всі за одного* – одностайно, дружно [2];

ФО *підставити плече* – допомагати кому-небудь, підтримувати когось [2].

У цих одиницях мовна форма поєднується з глибоким соціальним змістом – цінністю спільноти, взаємності, рідності навіть між людьми, не пов'язаними кровними зв'язками.

Отже, фразеологізми, як стійкі сполучення слів, накопичують культурні уявлення, соціальні норми й історичний досвід. В етнолінгвістичному підході вони репрезентують ключові концепти братерства, солідарності та взаємної підтримки.

Сьогодні журналісти все частіше користуються фразеологічними багатствами як невичерпної скарбниці лексики, що надає більшої експресії їхнім творам. Фразеологізми в медіа виконують такі ключові функції:

1. Емоційно-консолідуючу – створюють атмосферу національної єдності та підтримки.
2. Оцінну – виражають схвалення вчинків солідарності та критичне ставлення до байдужості.
3. Інформаційно-комунікативну – узагальнюють складні ситуації простою і зрозумілою мовою.
4. Мотивувальну – спонукають до дії, волонтерства, допомоги іншим.
5. Ідентифікаційну – формують відчуття належності до спільноти.
6. Мобілізаційну – закликають до дії («стати пліч-о-пліч», «разом – переможемо»).
7. Моральну – транслюють етичні цінності.

У цьому контексті фразеологізми стають не лише засобом мовної виразності, а й інструментом впливу на свідомість, об'єднання нації навколо спільних моральних принципів.

Аналізуючи сучасні ЗМІ, особливо в умовах повномасштабного воєнного вторгнення, ми спостерігаємо те, що журналісти при написанні матеріалів активно використовують фразеологізми, пов'язані з підтримкою, згуртованістю та допомогою. Ці мовні одиниці надають текстам

емоційного забарвлення, створюють ефект спільної справи та патріотичної мотивації. У нашому дослідженні це такі приклади:

### ФО «протягнути руку допомоги»

«Підписали меморандум: руку допомоги Преображенській громаді протягнула Барська громада» [<https://orihiv.com.ua>, 18.04.25]. У цьому заголовку наявний уточнений адресат («Преображенській громаді») замість абстрактної «допомоги» та наголошено на офіційному партнерстві.

«Побратими Любарської громади з Литви вкотре **протягнули руку підтримки** нашим захисникам» [<https://lubarska-gromada.gov.ua>, 02.04.25], де наявна заміна компонента «допомоги» → «підтримки», що актуалізує перехід від матеріальної до моральної солідарності. У статті наголошується на активній волонтерській дії у контексті міжнародної ініціативи.

«Родина з села Болградської громади **протягнула руку допомоги** малолітнім дітям з Чорноморська, які тривалий час жили одні» [<https://yug.today>, 23.05.24]. У матеріалі про регіональну історію благодійності чітко конкретизовано адресата («малолітнім дітям...»), що створює емоційний ефект. Таким чином, автором статті активує фокус на вразливій групі.

«**Протягнули руку допомоги й підтримки**» [<http://vk.volyn.ua>, 16.08.23], де мова йде про те, що в наш час дуже важливо зберегти і не розгубити духовні цінності, підтримати один одного, розділяючи і радість, і смуток, і біль втрати. Автор розповідає, що трагічні події в Україні об'єднали громадян з різних куточків світу задля боротьби з російським агресором.

«**Протягнути руку допомоги** тому, хто цього потребує – наш обов'язок» [<https://zgurivska-gromada.gov.ua>, 03.04.22]. У заголовку статті, де опубліковано офіційне звернення влади під час вторгнення, наявне уточнення у вигляді заклику – морального імператива, який емоційно впливає та закликає українців єднатися та допомагати.

«Міжнародна гуманітарна організація “Людина у скруті” знову **протягнула руку допомоги** тим, хто цього найбільше потребує» [<https://gormr.gov.ua>, 02.09.24]. У заголовку інформаційного релізу міжнародної організації вжито підсилювальні семантичні елементи: прислівник «знову» (підкреслює регулярність дії) та прислівник і дієслово «найбільше потребує» (вказують на селективність допомоги).

«Про тих, хто завжди готовий **протягнути руку допомоги** – 5 грудня відзначають Міжнародний день волонтерів» [<https://tv4.te.ua>, 05.12.23]. Заголовок поєднує фразеологізм «протягнути руку допомоги» з датою, що виконує функцію анонсу події – Міжнародного дня волонтерів. Такий прийом надає заголовку ритуального відтінку, актуалізуючи щорічну традицію вшанування людей, які готові допомагати іншим. У контексті медійного дискурсу це також створює позитивний імідж волонтерства як важливої суспільної практики.

«Як **протягнути руки** милосердя змінили життя трьох людей» [<https://armsofercy.org.ua>, 03.01.24], фразеологізм тут трансформовано у метафору «руки милосердя», що емоційно підсилює зміст і підкреслює гуманістичний аспект допомоги. Така стилістика створює патетичний тон, властивий благодійним кампаніям, і викликає у читача співпереживання. Контекстом

виступає благодійний проєкт, де йдеться про конкретні долі трьох людей, що робить заголовок персоніфікованим і зворушливим.

«*Мета єдина – дійти, побачити та **протягнути руку** усім родинам, які були змушені залишити власні домівки*» [<https://www.vin.gov.ua>, 22.06.22]. Фразеологізм «протягнути руку» тут є логічним завершенням дії в ланцюжку «дійти, побачити, протягнути» – тріадичній структурі, яка передає етапи залучення до проблем переселенців. Вона підкреслює не лише фізичну допомогу, а й моральну присутність, готовність бути поруч. Контекст – офіційне звернення обласної адміністрації – задає тон соціальної відповідальності та закликає до персоналізованої підтримки.

#### ФО «один за всіх і всі за одного»

«*Один – за всіх, і всі – за одного. Завдяки простим, але мудрим життєвим правилам...*» [<https://day.kyiv.ua>, 16.09.23]. У заголовку статті використано фразеологізм, що функціонує як девіз та акцентує ідею єдності та взаємної підтримки. У заголовку він подається як моральний принцип, втілений у житті конкретної родини – Савонюків. Контекст публіцистичної замітки дозволяє показати спадкоємність родинних цінностей, через які реалізується колективна допомога і підтримка.

«*Українці стоять горою один за одного – один за всіх і всі за одного...*» [<https://hcj.gov.ua>, 22.03.22]. У заголовку фразеологізм використано як елемент мотиваційного звернення, що закликає до солідарності в умовах воєнної загрози. Комбінація виразів «стоять горою» та «один за всіх і всі за одного» підсилює ритміку й емоційність заклику, а офіційний контекст звернення надає вислову громадянського звучання – як заклик до єдності і відповідальності перед спільнотою.

#### ФО «підставити плече»

«*Підставили плече: Як Черкащина допомагала відновлюватися Херсонщині*» [<https://procherk.info>, 28.03.25]. Фразеологізм «підставити плече» використано у минулому часі – «підставили», що фіксує завершену дію з позитивним результатом. У заголовку акцент зроблено на міжрегіональну підтримку – Черкащина допомогла Херсонщині, що посилює уявлення про солідарність на рівні регіонів. Публікація про відбудову після руйнувань підкреслює взаємодопомогу як форму колективної відповідальності.

«*Під час війни Ощадбанк **підставив фінансове плече** українцям*» [<https://business.dii.gov.ua>, 09.08.22], фразеологізм тут трансформується у вираз «фінансове плече», що конкретизує тип допомоги – економічну. У заголовку фокус робиться на участі державної установи (банку) у системі підтримки населення під час війни. Це надає фразеологізму офіційного та інституційного характеру, де допомога набуває масштабного і структурованого вигляду.

«*Житомирищина під час війни... друзі, які **підставили плече***» [<https://www.zhitomir.info>, 03.08.23]. Фразеологізм «підставили плече» тут вжито у зв'язку з лексемою «друзі», що задає тон особистісної, дружньої підтримки. Це створює атмосферу неформального партнерства між регіонами чи громадами. Контекст публікації, а саме благодійна відбудова, надає фразеологізму прикладного значення: допомога має конкретне обличчя і спрямована на реальні потреби.

«Київ підставив плече звільненому Ізюму...» [<https://vechirniy.kyiv.ua>, 03.09.22], фразеологізм вжито у заголовку про допомогу столиці деокупованому місту. Додається уточнення про рятувальників, що конкретизує суб'єкт допомоги. Така конструкція створює образ сильної, організованої підтримки у критичний момент. У контексті повідомлення про звільнення й відновлення Ізюма фразеологізм функціонує як символ дії, єдності й відповідальності з боку великого міста щодо постраждалого регіону.

Отже, проведене дослідження показало, що фразеологізми виконують ключову роль у фіксації та передачі культурних цінностей, ментальних установок й історичного досвіду народу. У них закладено узагальнене народне розуміння братерства, взаємної підтримки й солідарності, що містяться в основі української мовної картини світу.

У межах роботи встановлено, що концепти братерства і взаємодопомоги міцно вкорінені в українській традиції й відтворюються через образи спільної дії та готовності допомогти («стояти горою», «один за всіх і всі за одного», «витягти з біди»), сформовані історично в боротьбі за виживання та незалежність.

Аналіз матеріалів ЗМІ підтверджує, що такі фразеологізми активно використовуються в сучасному медіадискурсі – вони не лише відображають соціальні процеси, а й формують емоційний тон повідомлень, сприяючи моральному згуртуванню суспільства в кризові моменти.

Таким чином, фразеологічний рівень мови є потужним інструментом формування національної ідентичності, підтримки моральних орієнтирів і відтворення ціннісних засад, що об'єднують українців у часи випробувань.

### Список використаної літератури

1. Білоноженко В. М. та ін. Фразеологічний словник української мови : у 2 т. Київ : Наукова думка, 1993. Т. 1 : А–К. 984 с. ; Т. 2 : Л–Я. 1024 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0002727> (дата звернення: 11.03.2025).
2. Білоноженко В.М., Гнатюк І.С., Дятчук В.В., Неровня В.Н., Федоренко Т.О. Словник фразеологізмів української мови. Київ : Наукова думка, 2003. 832 с. URL: <https://archive.org/details/slov557> (дата звернення: 11.03.2025).
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями і проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.
4. Степаненко М. І. Фразеологізми як культурні коди в українському дискурсі. *Філологічні науки*. 2022. № 4. С. 42–49.
5. Тараненко К. В. Мовна картина світу як відображення національного характеру українців. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 34 (73) № 4. Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 40–44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.4/08>
6. Шевельов Ю. Олександр Потєбня і українське питання. URL: [http://shron.chtyvo.org.ua/Sheveliov\\_Yurii/Oleksander\\_Potebnia\\_i\\_ukrainske\\_pytannia.doc](http://shron.chtyvo.org.ua/Sheveliov_Yurii/Oleksander_Potebnia_i_ukrainske_pytannia.doc) (дата звернення: 05.04.2025).