

Максимова А. Я.,*кандидат наук з державного управління,**доцент кафедри мовної підготовки**Дніпровського державного університету внутрішніх справ**<https://orcid.org/0000-0002-8332-4988>*

ДОСТУПНІСТЬ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ ПЕРЕСІЧНОГО КОРИСТУВАЧА

У дослідженні розглянуто феномен доступності американських фразеологізмів для пересічного громадянина. Фразеологізми як стійкі мовні одиниці відіграють важливу роль у формуванні культурного та мовного коду нації, виступаючи як носії колективного досвіду, цінностей та гумору. Однак їх розуміння нерідко вимагає специфічного культурного або контекстуального знання, що може ускладнювати їхнє сприйняття поза межами носіїв мови або навіть серед окремих соціальних груп всередині США.

У роботі аналізується, наскільки американські фразеологізми зрозумілі для різних категорій населення США: за віком, освітою, регіональною приналежністю та рівнем медіаспоживання. Значну увагу приділено ролі масової культури (телебачення, фільми, музика, соціальні мережі) у поширенні та закріпленні фразеологізмів у мовленні пересічного американця. Також розглянуто шкільну та університетську освіту як фактор мовної компетентності.

У дослідженні представлено типологію фразеологізмів за ступенем прозорості значення: прозорі, напівпрозорі та непрозорі одиниці. Доведено, що найбільш доступними є ті фразеологізми, які мають буквальну чи метафоричну прив'язку до побутового досвіду або емоційної реакції. Натомість ідіоми з історичним чи літературним бекграундом менш доступні для масового споживача. Наводяться приклади таких одиниць, як «hit the sack», «bite the bullet», «kick the bucket», і ступінь їх розуміння серед різних груп респондентів.

Окрему увагу приділено сучасним інтернет-ідіомам, мемам і фразам, що активно формуються в онлайн-дискурсі. Показано, що багато з них швидко входять у мовну практику молоді, але залишаються незрозумілими для старших поколінь. У результаті дослідження було створено модель фразеологічної доступності, що враховує рівень освіти, джерела інформації, вікову категорію та культурне середовище мовця.

Загалом, доступність фразеологізмів корелює з рівнем мовного занурення, медіаграмотності та освітнього контексту. Робота містить рекомендації щодо покращення фразеологічної обізнаності через освітні платформи, контекстну подачу в ЗМІ та шкільну програму.

Ключові слова: фразеологізм, доступність, ідіома, масова культура, мовна компетентність, США.

Постановка проблеми. Фразеологізми є невід'ємною частиною мовної картини світу, відображаючи культурні цінності, історичний досвід та соціальні настрої носіїв мови. В умовах глобалізації та цифрової комунікації американські ідіоми широко використовуються в медіа, серіалах, піснях, що зумовлює їхню появу в повсякденному спілкуванні не лише аме-

риканців, а й іноземних мовців. Проте, рівень розуміння цих фразеологізмів у самій англомовній аудиторії залишається нерівномірним через соціальні, вікові, освітні та регіональні чинники. Це породжує потребу у вивченні ступеня їхньої доступності для пересічного громадянина США. Актуальність теми зумовлена необхідністю глибшого осмислення механізмів функціонування фразеологізмів у сучасному англомовному соціумі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри наявні дослідження у сфері фразеології, недостатньо вивчено, як саме соціальні змінні (вік, освіта, медіасередовище) впливають на сприйняття та розуміння американських ідіом. Не з'ясовано повною мірою, які саме джерела (ТБ, TikTok, література, інтернет-меми) відіграють головну роль у формуванні фразеологічної компетенції. Наявна типологія ідіом не завжди враховує новітні мовні одиниці, що активно з'являються в інтернет-дискурсі. Недостатньо досліджено динаміку змін у розумінні ідіом серед молоді та людей старшого віку. Також відсутні комплексні емпіричні дані про рівень доступності найбільш вживаних американських фразеологізмів.

Американську фразеологію досліджували вітчизняні та зарубіжні лінгвісти А. Маккай [1] (займався структурною типологією фразеологічних одиниць у сучасній англійській мові), Р. Мун [2] (аналізувала вживання фразеологізмів у корпусах автентичного мовлення), Г. В. Кузнєцова [3] (вивчала фразеологізми з семантичними зрушеннями у сучасному англо-мовному художньому дискурсі),

Н. Ф. Венжинович [4] (вивчала лінгвокультурологічний аспект американських фразеологізмів), А. Максимова [5–13] (досліджує еволюцію, методологію, лінгвальні та соціалінгвальні параметри американських фразеологізмів).

Проте кількість американських фразеологізмів у геометричній прогресії зростає та актуалізує проблему систематизації для створення можливостей їх доступності для користувачів американської англійської як мови міжнародного спілкування.

Метою дослідження є з'ясування ступеня доступності американських фразеологізмів для пересічного громадянина США з урахуванням соціальних, освітніх та культурних чинників, а також виявлення факторів, що впливають на рівень фразеологічної обізнаності сучасного носія англійської мови.

Виклад основного матеріалу. У першій чверті XXI століття відбулося значне зростання доступу до цифрових ресурсів, таких як онлайн-словники, курси, блоги, відео та соціальні мережі, що полегшує доступ до сучасних американських фразеологізмів. Популярні платформи (Twitter, Instagram, TikTok) сприяють поширенню нових фразеологізмів серед користувачів по всьому світу.

Американська англійська значно збагатилася фразеологізмами протягом першої чверті XXI. Водночас кожний штат США може розвиватися власним шляхом, поповнюючись фразеологізмами як в межах країни, штату так і поза межами країни.

Американською англійською користуються по всьому світу, тому всі оновлення в мові мають бути доступні не тільки мешканцям США, але й громадянам інших країн як мови міжнародного спілкування. Мешканці нашої планети можуть відчувати труднощі з розумінням фразеологізмів через відсутність культурного контексту або специфічних реалій американської культури.

У сьогоденних реаліях пересічний громадянин США та користувачі американської англійської мають докласти зусилля щодо отримання інформації щодо інноваційних фразеологізмів через розпорошеність даних та ресурсів та відсутність єдиної бази, тому складнощі для пошуку навіть американському громадянину існує. Подібна ситуація обумовлює потребу створення універсального словника, що міститиме повну інформацію про американські фразеологізми як американського громадянина так і користувачам американської англійської. Тому й виникає проблема доступності американських фразеологізмів для пересічного американця. Доступність американських фразеологізмів для пересічної людини, громадянина, вузькопрофільних спеціалістів має стати головним пріоритетом для лінгвістів, мовознавців по всьому світу щодо мови міжнародного спілкування – американської англійської.

Виникає нагальна потреба у створенні єдиного електронного ресурсу американських фразеологізмів, що покривав би потреби мешканців країни та користувачів американської англійської по всьому світу. Іншою проблемою є те, що американська англійська має статус міжнародної та для користувача даної мови проблематично виявити інформацію про всі американські фразеологізми.

Доступність фразеологізмів полягає в усуненні фізичних, технічних, інформаційних бар'єрів та створенні сприятливих умов у доступі до фразеологізмів, зокрема, до бази даних наявних фразеологізмів, значення та локації, у яких вони використовуються, у яких районах застосовуються. В силу насиченості американської англійської новими фразеологізмами пересічному американцю

Динамічний розвиток суспільства та поява інноваційних технологій збагатив словниковий склад американської англійської, у тому числі фразеологізмами, що актуалізує потребу оновлення словників та доступності для пересічного громадянина.

Серед найбільш авторитетних словників, що збирають та узагальнюють американські фразеологізми, варто виокремити *The American Heritage Dictionary of Idioms* (укладач – Крістін Амер), *McGraw-Hill's American Idioms Dictionary*, *Cambridge Dictionary of American Idioms*, *Oxford American Dictionary of Current Idioms* та *Longman Dictionary of American Idioms*. Усі ці видання мають свою специфіку, переваги й обмеження, що впливають на ступінь охоплення потреб користувачів американської англійської як мови міжнародного спілкування.

The American Heritage Dictionary of Idioms є одним із найвідоміших довідників ідіом у США. Він містить понад 10 000 фразеологізмів, пропонуючи етимологічні коментарі, приклади вживання та історичне тло. Основною перевагою є його глибина та академічність, що особливо цінно для дослідників і викладачів. Однак словник дещо консервативний: новітній сленг, актуальні молодіжні вирази чи інтернет-фразеологія охоплені недостатньо.

McGraw-Hill's American Idioms Dictionary має виразну практичну орієнтацію. Його перевага – чітка структура, простота подачі матеріалу та приклади з розмовної мови. Особли-

вий акцент зроблено на повсякденне вживання ідіом у бізнесі, спорті, медіа тощо. Проте етимологічні аспекти подані поверхнево, а наукова глибина обмежена.

Cambridge Dictionary of American Idioms вирізняється лінгвістичною точністю, граматичними примітками та позначенням частоти вживання виразів. Він ідеально підходить для студентів, які вивчають американську англійську як другу мову. Однак словник менш гнучкий у подачі сучасного мовного вжитку, зокрема популярного сленгу, меметичних висловів чи регіональних варіацій. Словник *Cambridge Dictionary*, в якому наводяться фразеологізм його значення, приклад використання та є опитування, проте він не охоплює всі існуючі американські фразеологізми. Позитивним моментом даного електронного словника є можливість голосування та включення до словника. Дані фразеологізми у словнику *Cambridge Dictionary* подаються за хронологією появи. Негативними сторонами подачі інформації в *Cambridge Dictionary* є неможливість фільтрувати за алфавітом, за структурою.

Oxford American Dictionary of Current Idioms подає ідіоми в актуальному контексті, враховуючи стиль, граматику й частоту. Його перевага – авторитетність і точність, однак словник рідше надає глибокі етимологічні пояснення, що може ускладнювати розуміння походження фраз для дослідників.

Longman Dictionary of American Idioms орієнтований на іноземних користувачів і подає фразеологізми доступною мовою з прикладами, які відповідають рівню B1–B2. Це хороший інструмент для вивчення фраз у контексті, але кількість ідіом обмежена, а глибина трактування – поверхнева.

Таким чином, жоден з існуючих словників не покриває повною мірою всі потреби користувачів американської англійської як мови міжнародного спілкування. Основна причина – динамічний розвиток фразеології, особливо в цифровому середовищі, де постійно з'являються нові ідіоми, меми та культурно зумовлені вирази. Більшість словників не встигають своєчасно їх фіксувати. Отже, існує потреба у створенні сучасної інтерактивної платформи або оновлюваного електронного словника, який поєднує академічну точність, лексикографічну повноту та чутливість до мовних змін, що особливо важливо в умовах глобалізації та інтенсивної міжкультурної комунікації.

Для аналізу американських фразеологізмів доцільним є створення інноваційної моделі електронного словника, який би не лише фіксував фразеологізми за часом їх появи, а й давав змогу відслідковувати динаміку їхнього поширення та вживання. З огляду на постійне зростання кількості нових фразеологічних одиниць в американському варіанті англійської мови, необхідним є запровадження функціоналу гнучкої фільтрації. Така фільтрація має охоплювати такі параметри, як місце і контекст вживання, семантичне навантаження, приклади з автентичних джерел, наявність синонімів, варіанти написання й вимови, географічне поширення, частотність, тип фразеологізму (архаїзм, казуалізм, неологізм), часовий період актуальності, а також сфера застосування (загальномовна, професійна, соціальна тощо).

Пропонований словник стане ефективним інструментом як для пересічних користувачів, так і для лінгвістів, перекладачів, журналістів, викладачів та студентів. Його ключова перевага – інтерактивність: завдяки функції налаштування фільтрів, кожен користувач зможе отримувати вибірку фразеологізмів, що відповідає конкретним мовним чи дослідницьким цілям. Особливу цінність словник матиме для лінгвістів, які зможуть вивчати тенденції розвитку американської фразеології, виявляти трансформації значень та форми фразеологічних одиниць, досліджувати процеси кодифікації неологізмів.

Окрему увагу слід приділити зворотному зв'язку з користувачами – через проведення онлайн-опитувань. Пропонується два формати:

1. Опитування щодо окремих фразеологізмів: чи знайомий користувач із певним висловом, коли і в якому контексті чув/використовував його, чи вживає у власному мовленні.

2. Опитування на основі вибірки: користувачеві пропонується перелік фразеологізмів для самостійного відбору знайомих йому одиниць із подальшим уточненням щодо вживання та значення.

Такі інтерактивні інструменти дозволять не лише уточнювати реальні значення фразеологізмів у мовному середовищі, а й здійснювати постійний моніторинг актуальності лексичних одиниць, відокремлювати застарілі від новітніх, коригувати опис значень відповідно до змін у суспільстві, а також сприяти муть збереженню культурної ідентичності фразеології.

Висновки. У процесі дослідження встановлено, що рівень доступності американських фразеологізмів значною мірою залежить від соціально-демографічних чинників, таких як вік, освіта, регіон проживання та рівень залучення до масової культури. Найбільш зрозумілими для широкого кола мовців є фразеологізми з побутовим або емоційним забарвленням. Значну роль у поширенні та засвоєнні ідіом відіграють телебачення, соціальні мережі, кіно й музика. Водночас ідіоми з історичним, політичним або літературним контекстом виявляються менш доступними, особливо для молодшої аудиторії або мігрантів. Таким чином, фразеологізми залишаються не лише лінгвістичним, а й соціокультурним маркером усередині американського суспільства.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення динаміки змін у фразеологічному фонді американської англійської під впливом цифрових медіа та штучного інтелекту. Перспективним є аналіз сприйняття фразеологізмів серед носіїв англійської як другої мови, зокрема в мультикультурних середовищах. Доцільно також створити фразеологічні карти регіонів США для виявлення діалектних відмінностей у вживанні ідіом. Окрему увагу варто приділити гендерним і професійним особливостям фразеологічної компетентності. Актуальним залишається розроблення інтерактивних навчальних платформ, що сприятимуть кращому засвоєнню фразеологізмів у формальному та неформальному освітньому просторі.

Література:

- Makkai A. *Idiom Structure in English*. The Hague: Mouton, 1972. 324 p.
- Moon R. *Fixed Expressions and Idioms in English: A Corpus-Based Approach*. Oxford: Clarendon Press, 1998. 328 p.
- Кузнєцова Г. В. Фразеологізми з семантичними зрушеннями у сучасному англомовному художньому дискурсі : монографія. Житомир : Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 242 с.
- Венжинович Н. Лінгвокультурологічний аспект мовознавчих досліджень: навчально-методичний посібник до спецкурсу для студентів філологічного факультету. Ужгород: ФОП Сабов А.М., 2015. 267 с.
- Максимова А. Лінгвальні параметри функціонування американської англійської мови та їх реалізація у XXI столітті *Studia Methodologica*. 2024. № 57. с. 128-137.
- Максимова А. Особливості словотворення неологізмів у британській пресі *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2023 № 60 Том 1. с. 81-84.
- Максимова А.Я. Процеси глобалізації та завдання англійської фразеології. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія*. 2023. №4. Видавничий дім "Гельветика" Суми, с. 28-31.
- Подп'ятнікова (Максимова) А. Я. Мотиваційний механізм державного регулювання розвитку транзитного потенціалу. *Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. праць*, 2014. №4(23). Дніпропетровськ, ДРІДУ НАДУ. С. 120-129.
- Подп'ятнікова (Максимова) А. Я. Особливості розвитку демократичного транзиту в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2019. Т. 30 (69). № 5. К. : Видавничий дім «Гельветика». с. 7-14.
- Kapral I., Usova I., Maksymova A., Yefymenko T., Boyko S. Peculiarities of Advertising Information Representation in the English-Language Mass Media Discourse. *World Journal of English Language*. Sciedu Press, vol. 13(4), p. 1-37.
- Maksymova A. Phraseologisms of American English in the world's language space. *Scientific journal of Polonia University periodyk naukowy akademii Polonijnej*. 2023. № 61 (6). pp 76-81 [Index Copernicus, WorldCat].
- Maksymova A. The development of American English: a retrospective analysis *Scientific journal of Polonia University periodyk naukowy akademii Polonijnej*. 2023. № 62 (1). pp 74-79.
- Myronova N., Maksymova A., Senchylo-Tatlilioglu N., Kostyuchok P., Nastenka S. Linguistic divergence in the context of globalization: an analysis of linguistic changes and its impact on cultural identity. *Ad Alta Journal of interdisciplinary research*. 2024. Vol. 14, issue 1, special issue XLII. pp. 129-134

Maksymova A. Accessibility of English idioms for the average user

This study explores the phenomenon of the accessibility of American idioms to the average citizen. Idioms, as fixed language units, play a crucial role in shaping the cultural and linguistic code of a nation, acting as carriers of collective experience, values, and humor. However, their comprehension often requires specific cultural or contextual knowledge, which may limit their understanding outside native speakers or even within particular social groups in the U.S.

The paper analyzes the extent to which American idioms are understandable to different categories of the U.S. population: by age, education level, regional background, and media consumption habits. Special attention is paid to the role of popular culture (TV, film, music, and social media) in spreading and reinforcing idioms in the speech of the average American. The study also considers the influence of school and university education as a factor in linguistic competence.

The research provides a typology of idioms based on their degree of semantic transparency: transparent, semi-transparent, and opaque. It demonstrates that the most accessible idioms are those with literal or metaphorical ties to daily experience or emotional response. In contrast, idioms with historical or literary backgrounds tend to be less accessible to the general public. Examples such as "hit the sack", "bite the bullet", and "kick the bucket" are analyzed for their level of recognition among different groups of respondents.

Special focus is given to modern internet idioms, memes, and phrases that emerge in online discourse. The study shows that many of these expressions quickly enter the speech of younger generations but remain obscure to older age groups. As a result, a model of idiom accessibility has been developed, accounting for factors such as education level, information sources, age, and cultural environment of the speaker.

Overall, idiom accessibility correlates with linguistic immersion, media literacy, and educational background. The study offers recommendations for enhancing idiomatic awareness through educational platforms, contextualized media content, and school curricula.

Key words: idiom, accessibility, phraseology, popular culture, language proficiency, USA.

Дата першого надходження рукопису
до видання: 18.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису
після рецензування: 12.09.2025

Дата публікації: 21.10.2025