

Кочукова Н.І.

кандидат філологічних наук, доцент;

Синельченко Ю.М.

студентка,

Донбаський державний педагогічний університет

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ ТРАДИЦІЙНИХ І ТРАНСФОРМОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ ДРУКОВАНИХ ЗМІ ТА ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ)

Фразеологізми відіграють важливу роль у побудові публіцистичного тексту. Експресивно забарвлені одиниці посідають психологічно сильні позиції: заголовок, початок і кінець тексту. Фразеологія ЗМІ є досить різноманітною, у ній поєднуються стандартні кліше, міжстильові (нейтральні), книжні та розмовні вирази. Найбільший інтерес становлять ФО, які мають великий обсяг прагматичного потенціалу, експресивні та стильові конотації, образну основу. Вони завжди є несподіваними для читача, глибоко відображають авторське розуміння проблеми, ними насичені переважно аналітичні газетні жанри, зокрема нариси, памфлети, фейлетони. Фразеологізми в таких жанрах вповні виявляють свій експресивний потенціал, проте часто набувають збільшеного експресивного забарвлення, зазнаючи різних видів оказіональних трансформацій.

Фразеологічні одиниці вживають у публіцистичному тексті здебільшого в традиційній формі. Напр.: *«Переробним безглуздом і невмотивованим ціноутворенням заганяють селянина в глухий кут, спонукають до масового вирізання дійного поголів'я»* (Сільські вісті), пор. традиційне: *загнати (завести) / заганяти (заводити) в [тісний, глухий] кут (у безвихідь)*; *«Один починав бюджетний рік, інший завершував... Тому кожна сторона нині скубла безрідний бюджет 2013, як горох при дорозі»* (Сільські вісті), пор. традиційне: *як (мов, ніби) [той] горох при дорозі*. Уживання фразеологізмів *загнати в глухий кут* і *як горох при дорозі* дало змогу авторам виразно та влучно висловити свою оцінку відповідних явищ й одночасно не залишити читача байдужим до проблеми.

Українські інтернет-видання серед сучасних ЗМІ стають дедалі популярнішими, маючи при цьому необмежені можливості інформування й впливу на читачів. Креативні журналісти створюють оригінальні тексти з різноманітною проблематикою, використовуючи при цьому оцінні експресивно-виражальні засоби, зокрема фразеологізми, напр.: *«Ми не дивимося на проблеми, явища, процеси через призму влада-опозиція, а намагаємося дати оцінку максимально об'єктивно та незалежно, оскільки за виданням не стоїть жоден грошовий мішок»* (інтернет-видання «Кропива / Крорува.ck.ua»); *«Функціонер БПП збирав гроші на вибори «з миру по нитці», маючи крупну заначку»* (інтернет-видання «Кропива / Крорува.ck.ua»). Емоційно-експресивні заголовки привертають увагу до суспільних проблем:

«*Мер Черкас поклав око на комунальну власність у центрі міста*» (інтернет-видання «Кропива / Кгорува.ck.ua»); «*Темна конячка вималювалася як можливий переможець «жирного тендеру»*» (інтернет-видання «Кропива / Кгорува.ck.ua»).

Яскравого стилістичного ефекту журналісти досягають унаслідок видозміни й перетворення традиційних фразеологічних одиниць. Трансформовані одиниці сприймаються в контексті як незвичні й такі, що привертають увагу. Вони нерідко набувають емоційного переосмислення та оказіональних конотацій. Зібраний матеріал засвідчує їхні найрізноманітніші стилістичні функції.

Через те що в публіцистиці всі мовні засоби слугують цілям переконання й впливу, то й використання трансформованих фразеологізмів зумовлене їхніми оцінними якостями та можливостями ефективного впливу на читачів. Оцінність – основна риса газетного мовлення. Публіцистична категорія експресивності виявляється насамперед в оцінності. На думку деяких мовознавців, «недостатність інформативного наповнення мовних одиниць компенсується емоційно-оцінними характеристиками» [2, с. 105]. Елементи публіцистичного мовлення виражають здебільшого не індивідуальну, а соціальну оцінку фактів та явищ. Чітке розмежування позитивного і негативного, поділ мовних засобів на позитивно- і негативнооцінні, закріплення їх у цій функції – визначальна особливість газетно-публіцистичного стилю.

З цього погляду заслуговують на увагу розмовні фразеологічні одиниці, які містять переважно негативну оцінку. Активне їх використання й структурно-семантичне перетворення в мові преси зумовлене насамперед критичним спрямуванням публіцистичних матеріалів. Оказіонально модифіковані одиниці допомагають журналістам впливати на погляди й вчинки читачів. Зростає їхня роль у контексті. Вона виявляється в тому, що трансформовані одиниці стають виразниками нового змісту. Він набуває специфічної комунікативної сили, тобто повідомляє те, що не може повідомити звичайна сукупність мовних одиниць. Так, зокрема, цьому сприяє використання такого прийому авторської трансформації, як деструктивізм компонентів фразеологізму: «*Де вже тільки не ліплять у нас історичні назви й імена, що мають відношення до об'єктів (речей), які вони собою позначають, як антарктичні тюлені до африканських джунглів. Все це вкупі можна означити словом – **пришийкобиліхвіст***» (Перець), пор. традиційне: *приший кобилі хвіст*.

Трансформовані розмовні фразеологізми відрізняються багатством емоційно-експресивних барв. Залежно від мети журналістів, залежно від контексту вони можуть використовуватися для створення іронічного забарвлення, що є різновидом негативнооцінного й будується на контрасті в мовленнєвій організації. Напр., у заголовку статті «*Дурних немає, коли є спільний інтерес в оновленні доріг і відновленні взаємовигідної співпраці*» (Україна молода) поширено відомий фразеологізм *нема (немає) дурних*

(дурнів) підрядним реченням, а також використано прийом інверсії традиційних компонентів, що посилює емотивність висловлення. Оказіональна трансформація не тільки робить текст емоційно насиченим, а й збільшує семантичне навантаження фразеологізму, з більшою силою й виразністю розкриваючи основну думку публікації. Експресивність має здебільшого яскраво виражений сатиричний ефект: *«Хотів було насамперед сказати тривіальне: «Ця проблема гучно постукала у двері», та мимоволі замислився. Не постукала, а вже стала ознакою нашого сьогодні»* (Україна молода), пор. традиційне: *стукати у двері*. У статті йдеться про інтелект України, який використовується за кордоном.

У складі фразеології виділяють розмовні фразеологізми, які можуть містити в собі негативну оцінку, несхвалення чи осуду, можуть бути навіть вульгарними, грубими, лайливими. Наприклад: заголовок статті *«Особливо важливе чортибатьказнащо»* (Сільські вісті), пор. традиційне: *чорт (чорти) [його] батька знає (зна)*.

Розмовні трансформовані фразеологізми характеризуються яскраво вираженою зниженою експресивністю, що зумовлена бажанням журналістів спонукати читача підтримувати їхню думку в оцінці дійсних, конкретних фактів, подій, явищ навколишньої дійсності. Така настанова спричиняє різноманітні модифікації фразеологічних одиниць. Напр.: *«... із розмов у парламенті з представниками більшості у нього склалося враження, що «чи не половина з них носить дулю в кишені щодо цієї влади»* (Україна молода), пор. традиційне: *давати дулю через кишеню*. Трансформації досягнуто внаслідок заміни дієслова *давати* на дієслово *носить*, що посилює емоційність висловлення. Або такий приклад: *«Ніякої локшини нам на вуха», – Тягнибок розповів, як повернути захоплені території»* (gazeta.ua), пор. традиційне: *вішати локшину на вуха*. Емоційна зниженість таких фразеологізмів впливає «з негативної оцінки окремих вад людини, поганих вчинків тощо» [1, с. 62]. У газетних статтях останнім часом збільшилася кількість стилістично знижених одиниць, які зазнали перетворення. Напр.: *«Тому цілком можливо, що з язика пана Гусака, як це вже було не раз і не два, злетіла не потрібна йому зайцева п'ята нога»* (Сільські вісті). Вихідними для авторської комплексної трансформації слугували фразеологізми *зриватися (спливати) / зірватися (скочити) з язика (з вуст, з губів)* та *як собаці п'ята нога*. Використання розмовної фразеології в публіцистиці спричинене потребами самого стилю: загальне прагнення до експресивності спонукає журналістів до дедалі ширшого використання у своїй авторській мові експресивних елементів з розмовної мови. Розмовним фразеологізмам властива простота, природність, спонтанність, вони служать засобом посилення експресії вислову, увиразнення, іноді унаочнення думки. Напр.: *«До того ж їм нічого і ніхто не заважає: Ді Капріо, побивши глеки вицент з бразильською моделькою Жизель Бюндхен, протягом цілого року пурхав по дівочих спальнях, як вільна птаха»* (Україна молода), пор. традиційне: *розбити (побити) глек (глека, горщик, горщика)*. Використовувані

журналістами трансформовані розмовні фразеологізми ніби підлаштовують публіцистичний стиль під розмовну мову в розрахунку на краще сприйняття матеріалу різними соціальними групами: *«Вуха нардепа Владислава Голуба стирчать за інформаційною булькою, яку за допомогою «незалежного політолога роздули проти губернатора Юрія Ткаченка»* (інтернет-видання «Кропива / Кропива.ck.ua).

Отже, уведення оновлених розмовних фразеологізмів до системи властивого для публіцистики книжного мовлення зумовлює посилену експресію тексту, яка виникає насамперед унаслідок зіткнення контрастних мовностильових одиниць.

Список використаних джерел:

1. Бурячок А. А. Емоційно знижена лексика й фразеологія в побутовому мовленні / А. А. Бурячок // Усне побутове літературне мовлення. – К.: Наук. думка, 1970. – С. 58-63.
2. Маловиця Т. А. Оцінно-інформативне значення лексичних новотворів (на матеріалі преси 90-х років ХХ ст.) / Т. А. Маловиця // Язык и культура. – Киев, 1997. – Т. 3. – С. 104-112.

Лаврусенко М.І.

*кандидат філологічних наук, доцент,
Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка*

АРХЕТИП МАТЕРІ У ТВОРЧОСТІ ДОКІЇ ГУМЕННОЇ

Серед вітчизняних письменників, що вперше заявили про себе на початку ХХ століття, була й Докія Гуменна – авторка, що в роки Другої світової війни емігрувала з України й продовжила свою діяльність у США. Її літературну спадщину складають оригінальні і в тематичному, і в жанровому плані твори. Дохристиянській добі присвячені повісті «Велике Цабе», «Небесний змій», феєрія «Епізод з життя Європи Критської», збірка новел «Прогулянка алеями мільйоноліть». На цю ж тему написані й науково-популярні романи-есе «Благослови, Мати!», «Родинний альбом», «Минуле пливе у прийдешнє». У доробку авторки є й твори про буття 30-40-х років ХХ століття в Україні, про ті умови, в яких формувалась наша культура й література, – роман «Золотий плуг», повість «Мана» та ін.

У центрі кожного з прозових здобутків Д. Гуменної – образ жінки (Берегині, Матері, Коханой). Він є художньою реалізацією архетипу Матері, який, на думку К.-Г. Юнга, сформувався першим у людській свідомості [16]. Цей факт засвідчує **актуальність** аналізу епосу авторки в контексті архетипної критики.

Зауважимо, що доробок письменниці став об'єктом уваги монографій П. Сороки «Докія Гуменна. Літературний портрет» [15], М. Лаврусенко