

О. А. Ільченко,

Національна академія Національної гвардії України, м. Харків

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В СУЧАСНИХ УКРАЇНОМОВНИХ ЗМІ: ПРИЗНАЧЕННЯ, ФУНКЦІЇ, СПОСОБИ ПРОДУКУВАННЯ

У статті проаналізовано фразеологічний склад української мови, що активно реалізується в континуумі сучасних ЗМІ. Проаналізовано способи трансформацій ФО на свіжому ілюстративному матеріалі. Установлено, що фразеологічні трансформації в мові сучасних ЗМІ є багатим емоційно-інформаційним фондом, що визначає особливості їх функціонування.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, фразеологічна трансформація, мова ЗМІ.

В данной статье анализируются фразеологический состав украинского языка, который активно используется в континууме СМИ. Анализируются способы трансформаций ФЕ на новом иллюстрационном материале. Установлено, что фразеологические трансформации в языке современных СМИ являются богатым эмоционально-информационным фондом, что определяет особенности их функционирования.

Ключевые слова: фразеологическая единица, фразеологическая трансформация, язык СМИ.

The phraseological units of the Ukrainian language which were extensively used in the media continuum were analysed in the article. Means of transformation of phraseological units were analysed on the new material. It was established that phraseological transformations in the media language are rich in emotional and informational source that define the peculiarities of their functioning.

Key words: phraseological units, phraseological transformation, the media language.

Багатство фразеологічного фонду, а головне – його відносна стилістична свобода, провокує активні семантичні експерименти в мові. Трансформації фразеологізмів зокрема в континуумі сучасних засобів масової інформації (далі – ЗМІ) є об'єктом досліджень багатьох дослідників, маститих науковців і вчених-початківців, зокрема таких, як-от: Л. Авксентьев [1], М. Воронова [2], І. Коробкіна [4], М. Літвінова [5; 6], А. Мелерович [7], С. Недбайло [8], О. Петров [9], О. Пономарів [10], В. Ужченко [1], Н. Чорна [11] та ін.

Тож **актуальність** цієї розвідки беззаперечна, вона зумовлена необхідністю зафіксувати результати контекстуальних експериментів із фразеологізмами в масмедійному вербалізованому просторі, що є полігоном для їх випробувань на комунікативну придатність.

Об'єкт цього дослідження – сучасна українська мова ЗМІ.

Джерельною базою цієї статті послуговували словник метафоричних словосполучень української преси [3] та матеріали телевізійних ЗМІ й інтернет-новин, що не ввійшли до названої лексикографічної праці у зв'язку з її джерельними, тематичними та часовими обмеженнями.

За **предмет** правлять трансформовані фразеологізми, що функціонують у сучасних україномовних ЗМІ.

Мета – виявити продуктивні способи трансформування фразеологізмів у сучасній мові ЗМІ, їх функції та призначення у відповідному комунікативному просторі.

Фразеологія – розділ науки про мову, що вивчає фразеологічні звороти; сукупність усіх фразеологічних зворотів тієї чи тієї мови [10, с. 121]. Фразеологізм, або фразеологічна одиниця (далі – ФО), – стійке поєднання двох або більшої кількості роздільно оформлених компонентів, граматично оформлених за моделлю словосполучення або речення; характеризується цілісністю значення, стійкістю лексичного складу та граматичної будови, автоматичним відтворенням у мовленні [2, с. 159; 10, с. 121-122]. ФО певною мірою відображають світогляд народу, суспільний лад, ідеологію своєї епохи, а також активізують мислення людини, викликають напругу почуттів у реципієнтів [4, с. 179]. Тож ФО є етнокультурним надбанням, частиною асоціативного ряду в процесі мислення представників відповідної нації, яка володіє оригінальним набором символів, знаків, зрозумілих кожному без тлумачень. Використовуючи ці одиниці, носії мови створюють образи, доступні кожному й водночас стислі [2, с. 159]. Названі характеристики й ознаки ФО є потужним поштовхом до активного їх використання в континуумі сучасних ЗМІ, які працюють для широкої аудиторії, намагаючись повідомити якомога більше інформації в стислій формі.

Склася певна традиція відтворення ФО в мові ЗМІ. Сучасні тенденції провадження ФО в україномовних ЗМІ сприяють продуктивному використанню трансформацій – «видозмін фразеологічних одиниць з певною стилістичною настановою» [10, с. 127]. Видозміна фразеологізмів зберігає їх внутрішню форму, наявність цієї форми дає змогу освіжити стертий фразеологічний образ, що став таким унаслідок багаторазового використання в мовленні [10, с. 127]. «Широкі трансформаційні потенції фразеологізмів, безпосереднє оновлення їх компонентного складу <...> – цей погляд прийшов на зміну твердженню про закам'янілість названих специфічних мовних одиниць» [1, с. 55]. «Трансформація ніби суперечить визначенню фразеологізму, але стійкість цих одиниць – не абсолютна, а відносна ознака» [10, с. 127]. Поза контекстом ФО характеризуються високим ступенем стійкості, а в конкретних текстах мають здатність до перетворення. «Видозмінений фразеологізм завжди зберігає співвіднесеність із номінативним вихідним джерелом» [10, с. 127-128]. Різновиди ФО постають унаслідок взаємозамін лексем-компонентів, їх називають лексичними варіантами [1, с. 55]. О. Пономарів виділяє проаналізовані нижче автором цієї статті способи трансформації [10, с. 127-132].

Часткова видозміна семантики ФО. «Залежно від контексту на перший план виступає пряме або фразеологічне значення» [10, с. 128]; окрім семантичних трансформацій, змін може зазнавати й зовнішня форма ФО: *На городі бузина, а в Києві Рибкін* (Голос України, № 43, 2004) – заміна лише одного слова-компонента

спричинила до того, що перша частина відомої ФО зберегла фразеологічний смисл, а друга – на перший план висунула пряме значення; *Якщо українці проголосують за стандартами «демократії» (тобто за «оранжистів»), Європа дасть їм пряник. Можливо. Щоправда, поки ніяких «пряників» Україна від Європи не бачила. Ні тобі спрощення візового режиму з країнами ЄС, ні якихось там це поступок* (Комуніст, № 23-24, 2006), де в одній комунікативній події представлено актуалізацію фразеологічного компонента – слова *пряник* – у прямому (перший випадок уживання), що провокує іронічну інтенцію, й у фразеологічному (другий випадок уживання) значеннях; *Чи такий страшний утилізаційний процес [автомобілів – наше] як його малюють?* (5 канал, Реальний сектор, 30.07.2013, 17:41) – у цьому виразі фразеологічне значення в цілому залишилося, новий лексичний компонент уточнив предмет комунікативного акту; *Архіви не горять* (1+1, Світське життя, 08.03.2014, 09:08) – ідеться про приховану державну і приватну документацію экс-президента України В. Януковича, яку намагалися знищити, але деякі важливі документальні факти збереглися; *«Цирк» поїхав, а Царьов лишився. Крилаті фрази найкумеднішого регіонала сучасності* (<http://vip.tyuzhden.ua/chronicle>, 09.04.2014), де зміна компонента не вплинула на інтенцію ФО, що доводить ужитий у представленому контексті перифрастичний вираз *найкумедніший регіонал*; ця лексична заміна означила особу, яка стала предметом іронічного опису. Таким чином, часткову видозміну семантики ФО застосовують як прийом трансформації у сучасній мові ЗМІ, як правило, з метою уточнення предмета комунікативного акту, інтенція кодифікованого вислову лишається незмінною. У такий спосіб відбувається економія емоційно-інформативного вербалізованого фонду мови.

Повна видозміна семантики ФО – «створення фразеологічного каламбуру за допомогою паралельного вживання фразеологізму і вільного словосполучення» [10, с. 128]: *Одні місію виконали, інші – розпочали* (Голос України, № 41, 2004), де репрезентовано алузію до відомого вислову; *Свині не винні... А хто винен?* (Демократична Україна, № 36, 2007) – це, очевидно, трансформація коцюбинівського «Коні не винні», фразеологічне значення, як видається, «стирається» повністю, про що свідчить контекстуальне продовження – риторичне питання *а хто винен?*; *Війна війною, а посівна за розкладом* (1+1, ТСН тиждень, 06. 04. 2014, 20:38); *Війна війною, а президентські вибори за розкладом* (ICTV, Факти тижня, 19. 05. 2014, 08:07). Використані в наведених прикладах лексичні варіанти кардинально міняють смисл висловів: не вдається однозначно виявити фразеологічне чи пряме значення актуалізовано у відповідних комунікативних актах, що й забезпечує «свіжість» образу й одночасно «піднімає вуаль» із «обличчя» описуваної ситуації.

Створення оказіонального значення і розкриття його читачеві. «Спеціально створений контекст не тільки сприяє відновленню фразеологічного образу, а й посилює стерту метафоричність та емоційність» [10, с. 129]: *Чи пустять до бюджетного «раю» податкові «гріхи»?* (Молодь України, № 78-79, 2001); *«Незворотності» бояться – у кіно не ходити* (Без цензури, № 7, 2004); *«Оранжевий» сміх – народні слюзи* (Комуніст, № 11, 2006); *На городі – бузина, а дядько – не лише в Києві. Проте в Києві ще «дядьки» лишилися* (Молодь України, № 8, 2007). Реципієнт із легкістю впізнає традиційне формулювання ФО й ту інтенцію, що вона «випромінює», а нове звучання, забезпечене оказіонально створеним контекстом, надає нового «дихання» узвичаєному виразу.

Пристосування фразеологізму до конкретної ситуації: *Не здалися без бою. Зловмисники [продавці наркотиків – наше] утікали від міліції* (1+1, ТСН, 24.07.2012, 19:39); *Зморені сонцем. Працівники ДАІ мають право виймати водія з-за керма й змушувати відпочити* (1+1, ТСН, 09.08.2012, 19:52); *Дим вітчизни. У селі на Вінниччині зроблено сміттєве звалище, що дошкуляє місцевим жителям смородом, зіпсованою водою та димом* (1+1, ТСН, 11. 08. 2012, 19:34); *Дорогою ціною. У Криму втонув чоловік. Той, хто його намагався врятувати, теж утонув. Рятувальник був другом потопельника* (1+1, ТСН, 18.08.2012, 19:45). Модифікація наведених сталих висловів базується на їх пристосуванні до екстралінгвальних умов, подекуди активізуючи пряме значення.

Додавання другої частини, «що являє собою іронічний авторський коментар до відомого фразеологізму» [10, с. 129]: *«Відквітлі в саду хризантеми» – романси ж і досі цвітуть* (Молодь України, № 83, 2001) – вислів відомого романсу отримав контекстуальне іронічне продовження; *Полюби не гармоніста – полюби монополіста* (Голос України, № 52, 2004), де іронічно «обіграно» переозінку суспільних орієнтирів у гендерному вимірі – жіночих пріоритетів; *Кожен сам коваль свого здоров'я. Або хвороби...* (Комуніст, № 14, 2006), де, окрім додавання частини *або хвороби*, наявна заміна слова *щастя* на близьке (у цьому контексті) за значенням *здоров'я*.

Синонімічна заміна компонентів. «Синоніми можуть бути загальномовними й контекстуальними, родове поняття може бути замінене видовим» [10, с. 130]: *Поки цунамі не гряне* (Дзеркало тижня, № 1, 2005) – *'доки лихо не настає, людина мало переймається його профілактикою'* – така мораль ФО, яку активовано в наведеному контексті, заміна слова-назви стихійного лиха *грім* на *цунамі* не міняє суті повчання, тому слово *цунамі* виступає контекстуальним синонімом; *Майдан у наших руках. Хоча то тут, то там спалахують швидкоплинні суперечки...* (Комуніст, № 84, 2005), де йдеться про контрольованість ситуації на Майдані – осередку всеукраїнської події («помаранчевої революції»), тому слово-заміну вважаємо контекстуальним синонімом; *Молочні ріки і м'ясні береги в. о. міністра Баранівського* (Комуніст, № 15, 2006), де репрезентовано номен-заміну одного продукту харчування на інший, більш доречний у вербалізації цієї екстралінгвальної суспільно-політичної ситуації.

Антонімічна заміна компонентів: *...І музи не мовчать або В ногах правда є!* (Голос України, № 41, 2004); *Не словом, а... словом?* (Комуніст, № 84, 2005) – результат видозміни відомого передвирборчого політичного гасла *не словом, а ділом*, де *слово* й *діло* – контекстуальні антоніми; *А там льон одцвів синьо-сильно...* (Комуніст, № 13, 2006), де в словах відповідної пісні змінено слово *цвіте* на протилежне за значенням.

Поширення ФО, шляхом «додаванням до її складу нових компонентів» [10, с. 130]: *Не завжди на дурняк оцет солодкий* (Голос України, № 46, 2004), де додано компонент *не завжди*, що містить заперечну сему, тому цю трансформацію, вважаємо, можна аналізувати і як антонімічну заміну компонента ФО; *«Більшовики», не лийте більше крокодилових сліз!* (Без цензури, № 9, 2004), де, окрім додавання компоненту – слова *більше*, представлено ще й заперечення, виражене часткою *не*; *Камо грядеші, соціалісти?* (Без цензури, № 7, 2004) або *Камо грядеші, вища шкоро?* (Комуніст, № 16, 2006), де в якості поширювальних компонентів виступають звертання, що визначають предмет опису новостворених виразів, чим корегують їх інтенцію.

Фразеологічні трансформації в мові сучасних ЗМІ є багатим емоційно-інформаційним фондом. Це – яскраві експресивні вислови, що за рахунок закладеної інтенції в ФО є ефективним засобом впливу на реципієнта. Відповідні зміни в традиційному лексико-семантичному складі ФО (часткова або повна видозміна семантики ФО, створення оказіонального значення, пристосування ФО до конкретної ситуації, додавання другої частини, синонімічна або антонімічна заміна компонентів, поширення фразеологізму) дають змогу якісно інформувати споживача масмедійної продукції. Отже, у трансформації відбувається «накладання» відомої фразеологічної інтенції й нової інформації про предмет опису.

Перспективу подальших досліджень убачаємо в практиці лексикографування трансформацій ЗМІ.

Література:

1. Авксентьев Л. Г. Индивидуально-авторские видозмены в сфере фразеологии / Л. Г. Авксентьев, В. Д. Ужченко // Українське мовознавство. – 1979. – № 7. – С. 55–63.
2. Воронова М. Варіанти фразеологізмів у журналістському творі / М. Воронова // Стиль і текст : [зб. ст.]. – К., 2001. – Вип. 2. – С. 159–167.
3. Ільченко О. А. Вербалізоване «обличчя» сучасного суспільства : словник метафоричних словосполучень української преси (2000 – 2010 рр.) / О. А. Ільченко. – Харків, 2012. – 198 с.
4. Коробкіна І. Індивідуально-авторське використання фразеологізмів у творчості Івана Савича / І. Коробкіна // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2000. – № 4. – С. 178–184.
5. Літвінова М. М. Дистрибутивні зв'язки оказіональних фразеологізмів на позначення рис характеру людини / М. М. Літвінова // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка (філологічні науки). – 2005. – № 5. – С. 85–92.
6. Літвінова М. М. Дистрибутивні зв'язки узуальних фразеологізмів на позначення рис характеру людини / М. М. Літвінова // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка (іноземна філологія). – 2005. – № 5. – С. 32–36.
7. Мелерович А. М. Оказиональная фразеологическая деривация в системе индивидуально-авторских преобразований фразеологических единиц / А. М. Мелерович // Русское языкознание : [Республиканский междуведомственный научный сборник]. – 1986. – Вып. 12. – С. 107–112.
8. Недбайло С. И. Лексическая вариативность фразеологизмов / С. И. Недбайло // Филологический анализ : Теория, методика, практика : [сб. науч. ст. / Разработка проекта и составление Я. Ю. Голобородько и А. А. Высоцкого]. – Херсон : ХГПИ, 1994. – Вып. 4. – С. 95–98.
9. Петров А. В. Фразеологические трансформации как производящая база / А. В. Петров // Вестник Международного славянского университета (г. Харьков). Серия «Филология». Т. 2. – 1999. – № 4. – С. 54–57.
10. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 248 с.
11. Чорна Н. М. Індивідуально-авторські перетворення фразеологізмів / Н. М. Чорна // «Наукові записки» Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Філологія. – 1999. – № 1. – С. 37–39.