

**О. О. Романова,**

*Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Харків*

## РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА

*У статті окреслено зміст поняття фразеологічний неологізм, подано стилістичну класифікацію стійких розмовних одиниць української мови XXI ст., але не зафіксованих фразеологічними словниками. Виявлено найголовніші чинники та механізми виникнення неофразем з огляду на особливості функціонування мас-медійного дискурсу.*

**Ключові слова:** розмовний фразеологізм, фразеологічний неологізм, неофразема, фразеологічна одиниця, мас-медіа.

*В статье подано содержание понятия фразеологический неологизм, стилистическую классификацию устойчивых разговорных единиц украинского языка XXI века, но не зафиксированных фразеологическими словарями. Вывявлено главные причины и механизмы возникновения неофразем со взгляда на особенности функционирования масс-медийного дискурса.*

**Ключевые слова:** разговорный фразеологизм, фразеологический неологизм, неофразема, фразеологическая единица, масс-медиа.

*The article defines the concept of the phraseological neologism and gives a stylistical classification of modern Ukrainian stable conversational units which were omitted in the phraseological dictionaries. The article determines major factors and mechanisms of neophraseme formation from the point of view of mass media discourse function peculiarities.*

**Key words:** conversational phraseologism, phraseological neologism, neophraseme, phraseological unit, mass media.

У розвитку кожної мови є періоди як відносної стабільності, так і відчутних функціональних та структурно-семантичних змін. Це стосується й української мови кінця ХХ – початку ХХІ століть, коли розширилися її суспільні функції, а лексична й фразеологічна підсистеми зазнали активного впливу політичних, економічних, науково-технічних і культурних змінень у житті українського соціуму. Ці зміни насамперед позначилися на мові засобів масової інформації, які фіксують нові явища в суспільних процесах, виступають дієвим каналом формування громадської думки, виховання мовних смаків та ін.

Із розширенням функцій української мови оновлюються виражально-зображальні засоби мовлення, зменшується стильова відстань між усно-розмовною та книжно-писемною сферами. Досліджуючи мовну динаміку, вчені (С. Я. Єрмоленко, Є. А. Карпіловська, В. В. Жайворонок, О. О. Тараненко, О. А. Стишов та ін.) стверджують, що розвиток лексики тієї чи іншої мови пов'язаний із взаємодією таких різноспрямованих процесів: інтернаціоналізація – націоналізація, інтелектуалізація – демократизація, активізація – пасивізація.

В останнє десятиліття помітно зріс інтерес до вивчення неофразеології (праці А. А. Смерчка, А. М. Григораш, Л. В. Завгородньої, В. В. Лазарович, І. А. Самойлової, Т. А. Космеди, Н. Г. Скиби, Н. Г. Лисецької, В. М. Мокієнка, С. І. Алаторцевої, В. Г. Гака, М. А. Москвіної та ін.), проте системного монографічного дослідження українських фразеологічних неологізмів (далі ФН) досі немає.

Наукове підґрунтя для окреслення реєстру неологічних одиниць забезпечують словники нових слів і виразів, які мають охоплювати той чи інший хронологічний і просторовий діапазон, оскільки поняття «новизни» фразеології відносне і нестабільне в часі. Таких словників, на жаль, в українському мовознавстві бракує, що гальмує процес вивчення неофразеологізмів на сучасному етапі.

**Мета нашої статті** – проаналізувати роль фразеологізмів у мові сучасних українських мас-медіа. Уточнити поняття фразеологічний неологізм.

Грунтовне вивчення значного корпусу фактичного матеріалу і лінгвістичні дослідження кінця ХХ – початку ХХІ ст. засвідчили, що фразеологічна підсистема надзвичайно активно збагачується. Особливо продуктивно утворюються нові, а також інтенсивно відроджуються й зазнають модифікацій давні (нерідко заборонені або незаконно забуті) фраземи. Також у мовленні українців помічено дифузю певної частини сленгових, діалектних арготичних, запозичених та ін. стійких одиниць. Активізацію процесу включення фразеологічних засобів у тексти, особливо художні й публіцистичні, учені пояснюють передусім їх інформаційною насиченістю, семантичною місткістю і підвищеною експресією [1, с. 41]. Усе це засвідчує те, що нині українська мова інтенсивно розвивається, живе повноцінним, природним життям.

Відомо, що ЗМІ швидко реагують на події, які відбуваються в суспільстві, у державі, у світі. Саме тому мова, передусім публіцистики, активно поповнюється новими лексико-фразеологічними одиницями для вираження нових реалій, явищ та ін. Виникнення інноваційних і оновлення наявних фразеологізмів зумовлено як внутрішніми можливостями мови щодо розвитку й удосконалення її зображально-виражальних засобів, так і суспільними змінами – глибшим пізнанням навколишнього світу, зростанням суспільної свідомості і прагненням мовців до стилістично гнучкішого висловлення своїх думок і почуттів.

«Широке» розуміння фразеології охоплює поняття **фразеологізм** як усталене сполучення слів із граматичною структурою словосполучення або речення, якому властиві такі визначальні параметри фразеологічності, як стійкість, відтворюваність та експресивність. Мінімальну одиницю фразем-неологізмів становлять двослівні утворення (*гарант Конституції, тюльпанова революція, чорнобильський синдром, провідний гравець*), а максимальну одиницю – речення (*хто є ху; процес пішов; маємо те, що маємо*).

Незважаючи на деякі розбіжності в дефініціях, значення неологізму зводиться до такого формулювання: *неологізм* – це нове слово або вираз, а також нове значення старої номінації чи індивідуальна авторська новація оказіонального характеру. Новизну таких номінацій усвідомлюють мовці. Враховуючи загальне тлумачення терміна *неологізм*, варто зазначити, що підтермін *фразеологічний неологізм* адекватний, але не тотожний йому через функціонально-семантичну специфіку фразеологізмів порівняно зі словом. У зв'язку з викладеним пропонуємо таке визначення: *фразеологічні неологізми* – це не зареєстровані сучасними тлумачними словниками стійкі експресивні звороти, які створено заново або трансформовано з відомих фразеологізмів, а також фразеологічні одиниці, актуалізовані в нових соціальних умовах та сталі сполучення, запозичені з інших мов.

ФН характеризуються: 1) високим ступенем функціонально-стилістичної і комунікативно прагматичної ефективності; 2) потребою створення негативної або позитивної оцінності описуваного явища, а також стилістичним завданням; 3) тенденцією до мовної економії, яка виявляється в прагненні мовців до вибору найефективніших комунікативних засобів, до фіксації за допомогою відтворюваних і компактних мовних одиниць соціального досвіду носіїв мови; 4) широким використанням евфемізмів; 5) значним збільшенням термінологічних словосполучень, професіоналізмів, які стають основою для творення неофразем; 6) незафіксованістю у попередніх словниках. На процеси неофразеологізації впливає рівень професійно-технічної та загальнокультурної поінформованості носіїв мови, зростання ролі засобів масової інформації (преси, радіо, кіно, телебачення, Інтернету) у сучасній суспільній комунікації.

У мас-медійному дискурсі, як показав досліджуваний матеріал, сформувався особливий шар широковживаної фразеології, яка чутливо реагує на всі соціальні і політичні події. До складу неофразеології зараховуємо такі словесні комплекси: 1) *метафоричні перифрази та номенклатурні словосполучення різного типу*: *промивання мозку, фінансова піраміда, духовний Чорнобиль, ковбасна філософія, плакатна війна*; 2) *кальковані фразеологізми* – сполучення, які прийшли з іншої мови: *пілотний проект* (англ. *pilot project*), *білі комірці* (англ. *white collar worcer*), *мильна опера* (англ. *soap opera*), *мозкова атака* (англ. *brain attack*), *розіграти карту* (англ. *to play the card*); 3) *стійкі сполучення слів термінологічного характеру*, що розвинули переносне значення і вживаються у цьому значенні у ЗМІ. Фразеологізовані термінологічні сполучення належать до різних галузей науки, техніки, військової справи, театру, музики, спорту тощо: *звести до одного знаменника, узяти на озброєння, грати першу роль, усе по цимбалах, бути в формі*. Такі стійкі сполучення, що використовуються в професійній галузі (зокрема і в субкультурах), більшою мірою експресивні; 4) *кlišовані вислови*, які характеризуються постійним складом компонентів, звичністю звучання, відтворюваністю готових мовних блоків і водночас семантичним членуванням, характерним для вільних словосполучень: *перехідна економіка, ринкові відносини, валютна межа, інфляційна піраміда*; 5) *фразові штампи* – стерті образні вислови, стилістично не вмотивовані словесні повтори, які створюють позитивний чи негативний стилістико-смысловий ефект. Виникають нові штампи і завдяки впливу реклами: *солodka парочка; райська насолода; рекламна пауза; імідж – ніщо, справа – все*; 6) *фразеологічні одиниці, які зазнали семантичних та структурних змін*: *Все на словах – і нічого за душею* (Столиця, 30.11, 2000 – пор. *все на словах – і нічого на ділі*); *А ВАЗ і нині там*. У режимі вільної торгівлі (Дзеркало тижня, 02.04, 2005 – пор. *а віз і нині там*).

Мас-медійний дискурс як родове поняття реалізується в таких різновидах: *теле- і радіодискурс*, яким властиві невимущеність, спонтанність; *газетно-журнальний дискурс*, що ґрунтується на двох моделях реалізації змісту: *фактична модель*, де головним є виклад факту й лише факту, і *модель авторська*, де факт служить лише приводом для викладу авторського погляду на подію.

Функціонування неофразеологізмів у мові мас-медіа пов'язане також із графічним оформленням сталих одиниць, зокрема подачі висловленого в лапках. Функції використання лапок досить різноманітні (зокрема оцінно-стилістична або емоційно-експресивна). Тим самим яскраво виражено ставлення автора до повідомлюваного, прагнення створити ефект гумору або сатири, акцентувати увагу на предметі оцінки та окремих смислових центрах повідомлення. Однак послідовності щодо вживання лапок немає, оскільки вони відтворюють авторське бачення оцінного змісту висловлювання.

У мовній практиці новітніх мас-медіа розмовні фраземи досить часто використовують як «у чистому вигляді», так і з різними структурно-семантичними модифікаціями, контекстуальним та образним «обігруванням» їх. Характерно, що фразеологічні одиниці чітко відбивають реалії і поняття, притаманні нинішнім особливостям життя соціуму – його проблемам, уподобанням, зацікавленням, оцінкам і т. ін.

Отже, мас-медійний підстиль публіцистичного стилю – це та сфера функціонування мови, яка найоперативніше реагує на нові явища й тенденції творчого використання мовних одиниць. Вплив позамовних і мовних чинників зумовив активізацію інноваційних процесів (зокрема неофразеологізацію), спрямованих передусім на оновлення словникового фонду ЗМІ, удосконалення засобів впливу авторського висловлювання на реципієнта інформації.

Мова сучасних українських ЗМІ активно поповнюється неофраземами, що походять із різних джерел. Серед них розрізняємо як власне українські, джерелом яких є суспільно-політична, фінансово-економічна, виробничо-професійна, науково-технічна, військова, спортивна сфери, так і іншомовні входження. Останнім часом засвідчено активізацію процесу творення неофразеологізмів на основі розмовного стилю.

Зібраний і проаналізований фактичний матеріал засвідчує активне проникнення в мову ЗМІ й високу частоту вживання усних (розмовних) стійких одиниць та жаргонізмів. Цей процес пов'язаний з криміналізацією частини українського соціуму, а також зі зниженням рівня культури і мовних смаків. В. Г. Костомаров назвав таке явище «мовним розкріпаченням». У мас-медійному дискурсі кінця ХХ – початку ХХІ століття простежуємо широке вживання жаргонних (сленгових) слів і висловлювань, характерних для певної соціальної чи професійної групи. Фразеологічні жаргонізми, властиві мовній практиці представників окремих соціальних

груп, зокрема кримінальних, належать до ненормативних засобів (*за поняттями [жити, діяти, чинити], виставити хату, понти колотити, розводити лохів, лягти (заягти) на дно, бачити небо в клітинку*). Досить популярне у сучасних ЗМІ використання жаргонних висловів із молодіжного середовища. Головне функціональне призначення жаргонізмів – різке збільшення експресивності висловлювання, мовлення в цілому, нерідко свідоме надання йому непристойності.

Таким чином, роль фразеологізмів неocenенна в донесенні інформаційно-емоційного заряду статті, кіно або ж художнього твору. Розмовні фразеологізми ХХІ ст. значно інтенсифікувалися в мові українських мас-медіа. Найчастіше вони виступають вагомим засобом експресії, передачі різних емоцій (здебільшого негативного характеру) у висловлюваннях, сприяють посиленню впливовості, образності, яскравості, індивідуалізації підстилю ЗМІ, наближенню їх матеріалів до сприйняття інформації.

#### **Література:**

1. Григораш А. М. «Новая фразеология в новой Европе» / А. М. Григораш // Русский язык и литература в учебных заведениях, 2001. – № 5. – С. 40-42.

2. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль / С. Я. Єрмоленко // Українська мова : Енциклопедія / [редкол. : Русанівський В. М. (співголова), Тараненко О. О. (співгол.), М. П. Зяблюк та ін.] – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Вид-во «Укр.енцикл.» ім. М. П. Бажана, 2004. – С. 539-540.

3. Тараненко О. О. Колоквіалізація, субстандартизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови (з кінця 1980-х рр.) / О. О. Тараненко // Мовознавство, 2002. – № 4-5. – С. 33-39.