

гармонійно поєднуються обидва ці плани – героїня щаслива у своїх стражданнях: «Отже, там живе такий собі ВІН. І я поділяю його самотність, його тривогу, його бажання розділити це все на двох, і неможливість знайти цього «другого»... А я ж зовсім поруч!». Контекстуальні синоніми самотність, тривога, неможливість підсилюють загальну емоційну напругу переданого почуття.

Структурування лексичних одиниць асоціативного поля 'любов' у новелах Ірен Роздобудько, визначення їхнього асоціативного потенціалу, характерних семантичних трансформацій, що виявилися в способах і засобах їхньої вербалізації, дозволяє зробити висновок про індивідуалізацію цього поля у творах письменниці порівняно з асоціативно-семантичним полем 'любов' у мові.

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Болотнова Н. С. Лексическая структура художественного текста в ассоциативном аспекте / Н. С. Болотнова. – Томск, 1994. – 212 с.
2. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учебное пособие / Н. С. Болотнова. – М. : Флинта-Наука, 2007. – 520 с.
3. Герасименко Н. Особливості творчої манери Ірен Роздобудько / Ніна Герасименко // Роздобудько І. Переформулювання. – К. : Нора-Друк, 2007. – 238 с.
4. Герасименко Н. У пошуках романтичного ідеалу (сучасна традиційна лірико-романтична проза) / Н. Герасименко // Слово і час. – 2000. – №8. – С.66-70.
5. Караулов Ю. Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю. Н. Караулов. – М., 1981. – С. 160.
6. Прохоров Ю. Е. В поисках концепта: учебное пособие / Ю. Е. Прохоров. – М. : «Флинта-Наука», 2008. – С.28
7. Сергеева Е. В. Концепт-универсалия и художественный концепт: проблема классификации / Е. В. Сергеева // Сибирский филологический журнал. Новосибирск: Изд-во НГУ, 2006. – №1-2. – С.63-69.
8. Словник української мови: в 11 томах. – Том 4, 1973. – С. 564.

Серебрянська І. М.

к. філол. н., доцент,

Редько Т.,

студент

ФРАЗЕОЛОГІЧНЕ БАГАТСТВО НА СТОРІНКАХ ОБЛАСНОЇ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНОЇ ГАЗЕТИ «СУМЩИНА»

Образне, виразне, емоційно насичене мовлення завжди привертає до себе особливу увагу. У сучасному інформаційному просторі одним з активних засобів такого впливу на реципієнта є фразеологія. За словами Ю. Прадіда, «народна фразеологія є важливим складником системи мовно-зображувальних засобів у газеті. Крім використання фразеологізмів у традиційній формі і значенні, автори газетних публікацій вдаються до модифікації їх структури і семантики» [1].

Мета наукової розвідки – проаналізувати активність і доцільність використання фразеологізмів у текстах сумської обласної газети «Сумщина».

Під фразеологізмом розуміємо стійке поєднання слів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення. Фразеологізми характеризуються семантичною злитістю компонентів, цілісністю значення й автоматичним відтворенням у мовленні. Можливості фразеологізму виходять за рамки мови й сягають кордонів образної логіки [2].

Частотність актуалізації фразеологічних одиниць залежить від багатьох культурних, соціальних, побутових, історичних чинників, водночас важливу роль відіграє апробоване раніше використання таких висловів у медіаконтекстах. Таким чином, ЗМІ виконують селективну функцію, добираючи з-поміж усього масиву стійких висловів ті одиниці, які, із погляду комунікаторів, є актуальними для споживачів інформації [3, с. 200].

Науковці розрізняють фразеологізми як за структурою, так і за значенням та функціональним навантаженням. У текстах газети «Сумщина» знаходимо різні типи фразеологізмів за структурою (відповідно до класифікації В. Виноградова):

- фразеологічні зрощення, або ідіоми: Задовольняються соціальні потреби Будильської сільради і Лебединського району – для останнього, приміром, минулого року було придбано автомобіль швидкої допомоги. Але все це може канути в лету (№13, 09.04.14); «Чорна кішка» пробігла між Кличком та Турчиновим (№11, 26.03.14);

- фразеологічні єдності: Про це стало відомо активістам, які прибули на місце події і завадили сховати «кінці у воду» (№10, 19.03.14); Учасники «круглого столу» зосередились на пошуках спільних «точок дотику» (№13, 09.04.14); Найкращий спосіб розставити всі крапки над «і» – провести аналіз води (№14, 16.04.14);

- фразеологічні сполучення: Останні роки переїжджати через міст на національній автомобільній дорозі «Суми-Полтава» стало справою фортуни (№10, 19.03.14); «Чорна бухгалтерія» була схожа на обшак (№10, 19.03.14); Серед бажаних обійняти найвищу посаду в державі – як знайомі, так і нові обличчя (№12, 02.04.14); Раніше «INSIDER» писав, що кістяк команди мільярдера – нардепи від «Батьківщини» Юрій Стець та Ігор Гринів, а також Сергій Березко, родич Анатолія Матвієнка, друга Порошенка» (№14, 16.04.14).

У текстах газети «Сумщина» знаходимо також фразеологічні вирази (у широкому розумінні фразеології): Хто не ризикує, той не п'є шампанського (№10, 19.03.14); У столиці зараз вирішують глобальну проблему: як заткнути величезну бюджетну дірку, тож вгодованій курці сьогодні важко уникнути ножа (№13, 09.04.14).

Крім того, у регіональному виданні «Сумщина» виділяємо як традиційні, загальновідомі фразеологізми, так і оригінальні, створені автором унаслідок різного роду трансформації перших. Наприклад, у наступному реченні фразеологізм усе й одразу оновлено за рахунок розширення його структури: Все й одразу – це менше, ніж потроху й поступово (№13, 09.04.14).

Фразеологізм хліба й видовищ, що за своїм первинним значенням пов'язаний із підкупом виборців та маркує владну корупцію (римський поет-сатирик Ювенал використовував цей вислів для опису сучасних йому прагнень римського народу, протиставляючи ці прагнення героїчному минулому) у журналістському тексті набуває дещо зміненої форми (хліб та видовища (№9, 12.03.14)) як заголовок до тексту про музей хліба в Сумах, позбавляючись в контексті свого первинного значення.

Фразеологізм світло в кінці тунелю традиційно символізує проблиск надії на успішне завершення якоїсь складної, тривалої справи. За рахунок введення до його структури нового компоненту (прикметника демографічний на означення слова тунель) вислів набуває сучасного відтінку: Світло в кінці демографічного «тунелю» (№10, 19.03.14). Відтак, автор досягає мети – подарувати надію читачеві на покращення невтішної демографічної ситуації, що склалася на Сумщині.

За семантикою у журналістських текстах найчастіше трапляються такі фразеологізми, які позначають стан та поведінку людей: Виклики демографії, або чесно поглянемо правді у вічі (№10, 19.03.14); Спочатку ніхто не зрозумів, що сталося,

діти зі здивуванням повітріщали очі (№11, 26.03.14); Деякі «небайдужі» встигли «прикласти руки» до новенької зупинки (№11, 26.03.14).

Також характерною для сучасних друкованих ЗМІ є група фразеологізмів на позначення фінансового стану людей та країни. Причому деякі з них по кілька разів переходять із номера в номер, акцентуючи таким чином увагу читачів на актуальних питаннях сьогодення. Зокрема проблема браку коштів, яка стосується і держави, і її громадян, в газетних текстах влучно вербалізується за допомогою фразеологізму затягувати пояси (затягування поясів): «Затягування поясів» торкнеться всіх, передусім – через підвищення РФ ціни на газ, відтак тарифів на теплопостачання і гаряче водопостачання» (№13, 09.04.14); Медицина в режимі економії. Коли в державі брак грошей, то пояси затягують всі. Принаймні так має бути (№14, 16.04.14).

Серед інших лексико-семантичних груп фразеологізмів, представлених у газетних текстах, варто назвати такі:

- громадсько-політичні настрої: Путін «включив задню» (№13, 09.04.14) (перемислений варіант фразеологізму робити задній хід); За словами Анатолія Річкаля, на сьогодні напруженість у суспільстві провокується, зокрема, й представниками так званої «п'ятої колони» (№14, 16.04.14). Фразеологізм п'ята колона, який набув значного поширення в умовах політичної кризи в Україні, належить генералу іспанської армії Е. Молю. Восени 1936 року під час наступу франкістів на Мадрид він звернувся по радіо до населення столиці, заявивши, що, крім чотирьох іспанських армійських колон, ще є п'ята колона, яка здійснює в місті підривно шпигунську роботу. Відтоді п'ятою колоною називають шпигунів, диверсантів, людей, які займаються підривною, антидержавною діяльністю в країні. Таке значення цей фразеологізм зберіг і в тексті.

В іншому прикладі негативні риси влади автор розкриває, застосовуючи відповідно конотований фразеологізм гріш ціна, таким чином висловлюючи і власну громадську позицію: Якщо влада не дослухається цих пропозицій, не проведе антитерористичну операцію і не звільнить Україну від ворогів – гріш ціна цій владі (№14, 16.04.14);

- стан процесу виробництва: Колба спотикання (№13, 09.04.14). Цей авторський фразеологізм є підзаголовком до журналістського матеріалу. У контексті він сприймається як синонім до іншого, більш відомого російського вислову камень предкновения, який позначає предмет, що заважає, перешкоджає досягненню мети, виконанню певного завдання. По-своєму трансформуючи загальновідомий фразеологізм, вводячи до його складу термін колба, журналіст надає своєрідного забарвлення тексту, привертаючи увагу читача до проблематики матеріалу, в якому йдеться про виробництво на колишньому спиртзаводі Лебединського району (сьогодні репрофільований в організацію з виготовлення біологічних добрив) речовини, яку проблематично ідентифікувати. Деякі фахівці цій «речовині в колбі» надають статусу «спирту» і вимагають сплатити акцизні збори, проте насправді вироблений продукт за хімічним складом та функціями відрізняється від етилового спирту. Відтак, організації залишається постійно доводити владі, яка часто змінюється, свою правоту. У цьому ж тексті інший відомий фразеологізм наступити на граблі увиразнює трагізм ситуації, що склалася на виробництві: Без таких маркерів можна і справді сплутати ефір зі звичайним спиртом. Але ж ми на ці «граблі» уже наступали (№13, 09.04.14);

- якісні характеристики споруд: Підземний перехід: «ефект хом'яка на біговому колесі» (№14, 16.04.14). Виділений фразеологізм – авторська інновація, що характеризує невирішені проблеми, які повторюються знову й знову. У тексті йдеться про підземний перехід, який ремонтували багато разів, але ніколи не доводили

справу до кінця. Його як наповнювала вода, так і наповнює, стіни як були в жахливому стані, такими є й зараз. Усе залишається без змін, проблеми рухаються по колу, немов той хом'як у колесі.

Досить поширеним та виправданим явищем є використання фразеологізмів у заголовках періодики. Воно зумовлене такими особливостями стійких слово-сполучень, як афористичність, влучність, образність. Влучно використаний фразеологізм або вміла його трансформація неодмінно привертають увагу читача до тексту. Проте лише грамотно й доречно дібраний фразеологізм дасть очікуваний ефект. Застосовуючи фразеологізми, як і інші мовні засоби, що містять оцінний елемент, потрібно відчувати міру, а при транс-фор-мації стійкої сполуки зберігати її внутрішній стрижень, ідею, закріплену у свідомості змістовий та оцінний образ [4].

Зафіксовані в заголовкових комплексах газети «Сумщина» фразеологізми представлені у своєму первинному вигляді, без будь-яких структурних зрушень. В основному це прислів'я та приказки, крилаті вирази і навіть загадки: Іде років двісті, хоч стоїть на місці (№12, 02.04.14). Автор інтригує читача відомою загадкою, грою слів і робить це обґрунтовано, адже відгадка – годинник, є темою матеріалу, присвяченому всім визначним годинникам у місті Суми.

Так само обґрунтовано на шпальтах видання з'являється крилатий вислів «І на оновленій землі...» як назва тематичної сторінки, присвяченої творчості Т. Шевченка, з нагоди 200-ліття Кобзаря. Автор підібрав заголовок із рядків вірша поета «І Архімед, і Галілей»:

*І на оновленій землі
Врага не буде, супостата,
А буде син і буде мати,
І будуть люди на землі.*

Таким чином, журналіст, з одного боку, підкреслив актуальність теми, важливість творчості письменника, який неодноразово бував на Сумщині. Це місто по праву можна назвати «землею, яку сховає Тарас». А з іншого, автор готує читача до сприйняття інформації про «оновлену» Сумщину, про те, як виглядають місця, де бував поет, сьогодні, як шанують сумчани Кобзаря в наш час.

Приказка справа майстра боїться (№13, 09.04.14) є заголовком до тексту про звичайного учня Сумського професійного ліцею будівництва та автотранспорту, який представлятиме область на Всеукраїнському конкурсі з фахової майстерності «Слюсар із ремонту автомобілів». Традиційне її використання на позначення працюючої, кваліфікованої людини, у якій виходить все задумане, і не важливо, який у неї соціальний статус, якнайкраще передає впевненість у майбутній перемозі хлопця в конкурсі.

У газетних текстах знаходимо випадки, коли фразеологізм, і навіть кілька фразеологізмів стають компонентом великого заголовкового комплексу: Чому ж приватні підприємці – потенційні орендарі, обходять занедбаний перехід «десятою дорогою» та чи довго йому залишатися в статусі «блудного сина»... (№ 14, 16.04.14). У переносному значенні вислів блудний син вживають на позначення особи, яка покаялася у своїх гріхах. У тексті ж автор дещо змінив його семантичне значення. Він використовує його для персоніфікації тунелю, що потребує ремонту, але нікому немає до нього діла. Фразеологізм обходити десятою дорогою, тобто бути подалі від когось, чогось, використаний у первісному значенні.

Позитивні та негативні сторони працевлаштування вітчизняних студентів за кордоном влучно відбиває фразеологізм дві сторони медалі у наступному заголовку: Робота для студентів у США: «Дві сторони медалі» (№3, 29.01.14). У тексті

подаються враження студентів, які на власні очі побачили та відчули, як насправді працювати в чужій країні. Позитивний момент – можливість підзаробити, негативних більше – ненормовані робочі години, жахливі умови проживання, нестача часу на культурно-пізнавальний відпочинок.

Заголовок «Сепаратизм в Україні зазнає фіаско» (№13, 09.04.14), незважаючи на негативну конотацію фразеологізму зазнати фіаско і слова сепаратизм, у цілому репрезентує позитивну діяльність влади та покращення політичної ситуації у східних регіонах країни.

Отже, журналісти активно послуговуються фразеологізмами різних семантичних та структурних груп, як загальноживаними, так і трансформованими, уникаючи таким чином штампів і створюючи нові експресивні засоби для підсилення інформативної функції тексту. Фразеологізми, вжиті у заголовкових комплексах газети «Сумщина», концентрують у собі головну думку, привертають увагу, зацікавлюють читача. Фразеологізми збагачують мовлення автора, увиразнюють зміст повідомлення, створюють певний національний та соціальний колорит.

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Прадід Ю. Контаміновані фразеологізми на сторінках газет / Ю. Прадід // Культура слова. Республіканський міжвідомчий збірник. – К. : Наук. думка, 1992. – В. 42. – С. 66–68.
2. Воронова М. Варіанти фразеологізмів у журналістському творі / М. Воронова [Електронний ресурс] : Електронна бібліотека. Інститут журналістики. – Режим доступу : <http://www.journlib.univ.kiev.ua>
3. Дацишин Х. Фразеологізми в заголовках друкованих видань: проблема мовно-культурної ідентифікації / Х. Дацишин // Теле- та радіожурналістика, 2010. – № 9, Ч. 2. – С. 200–204.
4. Ковальчук М. С. Трансформація фразеологізмів у газетних заголовках / М. С. Ковальчук [Електронний ресурс] : Збірник наукових праць «Український смисл». – Режим доступу : <http://www.ukrsense.com.ua>
5. Сумщина. Обласна громадсько-політична газета. – Січень-квітень 2014 р.