

Н. Б. Руцька
Житомирський державний університет
імені Івана Франка
Науковий керівник: канд. педагог. наук,
доцент Т. Ю. Григор'єва

Особливості використання фразеологічних модифікацій в англомовних періодичних виданнях

На сьогоднішній день англомовна преса займає особливе місце в інформаційному просторі світу. Тематика статей в англомовних періодичних виданнях охоплює не лише внутрішні питання країни, а й сферу зовнішньополітичних відносин, а тому постійно знаходиться в тісному зв'язку з іншими мовами. Це сприяє значній взаємодії слів і словосполучень, виникненню та розповсюдженню нових фразеологічних одиниць. На сторінках англомовних ЗМІ використовують різні виразно-зображальні засоби, серед яких особливе місце займають фразеологізми, або фразеологічні одиниці. Фонд фразеологізмів англійської мови відрізняється багатством і різноманітністю, і кожен аспект його вивчення заслуговує на особливу увагу.

Об'єктом нашого дослідження виступають фразеологічні модифікації в англомовних періодичних виданнях. Це явище є досить поширеним, адже використання фразеологізмів та фразеологічних зворотів в газетному дискурсі дозволяє привернути увагу читача та зацікавити його.

Питання функціонування мови завжди знаходилося в центрі уваги мовознавців. Свою наукову діяльність вивченню фразеологізмів присвятили такі лінгвісти як Авксентьєв Л. Г., Алефіренко М. Ф., Амосова Н. Н., Виноградов В. В., Гак В. Г., Демський М. Т. Мокієнко В. М.. На їхню думку, володіння фразеологією на практиці в багатьох аспектах сприяє покращенню комунікативних навичок, робить мову більш експресивною та виразнішою. Проблему фразеологічних модифікацій досліджували Горлов В. В., Гусейнова Т. С., Тарбеєва О. В. та інші

Однак питання фразеологічних модифікацій в англомовній пресі вивчено недостатньо, тому зазначена проблема є актуальною.

Мета статті – проаналізувати класифікації фразеологічних модифікацій, навести приклади з англомовних періодичних видань та визначити особливості їх утворення та використання. Зазначимо, що всі емпіричні дослідження були

проведені на основі англomовних періодичних видань, таких як The Guardian, The Washington Post, The Australian, **The New York Times**, з яких і наводилися **приклади фразеологічних модифікацій в газетному дискурсі**.

Аналіз лінгвістичної літератури та лексикографічних джерел надав можливість з'ясувати, що фразеологічні одиниці можна класифікувати за такими критеріями як структурно-семантичний, граматичний та функціонально-стилістичний.

Так, згідно класифікації Горлова В. В., існують наступні види трансформації, які найчастіше вживаються в публіцистичному стилі: перестановка або заміна окремих слів; усікання або скорочення складу фразеологізму; зміна складу фразеологізму, яка призводить до зміни сенсу на протилежний; перетворення фразеологічної одиниці за метою висловлювання; вставка у відомий фразеологізм конкретизуючого визначення [1: 35-37]. На нашу думку, ця класифікація є доволі стислою, адже відбуваються зміни лише у двох напрямках: набуття фразеологізмом нового відтінку у значенні чи зміна сенсу на протилежний.

У свою чергу Гусейнова Т. С. розрізняє два типи трансформацій – структурна та семантична. До структурних трансформацій можна віднести усікання фразеологічної одиниці, розширення складу фразеологізму (надфразова єдність), перестановка його компонентів. До семантичних трансформацій дослідник відносить зміни в класі фонетики, словотвору, морфології, лексичне обігрування омонімічних слів та інше [2: 12-24], що, на думку мовознавців, не є виправдано, адже зміни відбуваються в семантиці та в структурі одночасно.

Шанський Н. М. розглядає вісім різновидів фразеологічних перетворень: наповнення фразеологічного звороту новим змістом, оновлення лексико-граматичної сторони фразеологізму, використання фразеологічного звороту в якості вільного поєднання слів, авторські фразеологізми, одночасне вживання фразеологізму як такого та як вільного поєднання слів, використання фразеологізму як образу, вживання фразеологічної одиниці разом зі словами, які співпадають з його компонентами, контамінація двох фразеологічних зворотів [4: 67-68]. На наш погляд, ця класифікація має ряд недоліків, адже семантично-стилістичні перетворення зачіпають лексико-граматичну структуру фразеологічних одиниць.

Проаналізувавши класифікації різних авторів, ми можемо зробити висновок, що лінгвісти не мають єдиної точки зору на засоби модифікації фразеологічних одиниць, адже класифікації значно відрізняються одна від одної, і жодна не є вичерпною.

В основу нашого дослідження було використано класифікацію Тарбєєвої О. В. [3: 94-97], яка складається з 5 найбільш продуктивних моделей деформації, які найчастіше використовують в мові періодичних видань, адже вони охоплюють і семантичний і структурний аспекти. Розглянемо ці моделі детальніше та наведемо приклади їх вживання в англійських періодичних виданнях.

Перша модель створюється за допомогою надбудови або прирощення, при цьому до приказки додається ще одне паралельне судження. Наприклад, у виданні *The New York Times* [8: 3-4] *Never marry for money, but marry where money is*, до фразеологізму *Never marry for money* автор статті надбудовує продовження *but marry where money is*; для читача таке продовження є незвичним, тому воно його зацікавлює.

Друга модель деформаційних фразеологізмів характеризується усіченням його частини або додаванням нового судження. Наприклад, речення з видання *The Australian* [5: 10-13]: «*The rapid global economic downturn has **rekindled** fears that Japan may be slipping back into a deflationary cycle*» де у фразеологічній одиниці *kindle the flame* (запалити вогонь) відбувається лексична заміна другої частини для того, щоб створити більш тісну семантику фразеологічної одиниці з семантикою тексту.

Третя модель даного типу фразеологічних одиниць утворюється за рахунок опущення деяких елементів фразеологічної структури. Це пов'язано з тим, що частина фразеологізму була забута з плином часу або з тим, що її зміст втратив свою значимість або актуальність.

Наприклад, речення з видання *The Washington Post* [2: 9]: *The Republicans' **deaf ear** is a preexisting condition.* (повна форма даного фразеологізму– *to fall on deaf ears*). *There is one **silver lining** for Tommy: the injury does not appear to be a career frightening* (повна форма даного фразеологізму– *every cloud has a silver lining*).

Четверта модель утворюється шляхом поєднання двох усічених фразеологізмів в один новий вже з іншим, частково іронічним змістом. Наприклад, у виданні *The*

New York Times в статті “Different strokes for different folks” [9: 5] помічаємо речення: There is enough of a consensus that they have begun to **tackle the next steps**: (...). В даному випадку відбувається контамінація двох англійських фразеологізмів: to tackle a problem – боротися з будь-яким завданням, to take steps – приймати міри.

П’ятий тип деформації утворюється шляхом заміни або підстановки лексичних компонентів, що супроводжується грою співзвуччя, каламбуром, патронімічною привабливістю. У виданні The Guardian [6: 4] *There is no place like home – There is not police like Holmes* спостерігаємо заміну компонентів фразеологізму на схожі за співзвучністю лексеми задля досягнення гумористичного ефекту. *There is no place like home – There is not police like Holmes*;

Отже, проведені нами практичні дослідження зумовлюють нас зробити висновки, що публіцистичний стиль є своєрідним функціональним видом мови, який обслуговує велику кількість сфер суспільних відносин. Фразеологічні звороти, прислів’я, приказки та крилаті вирази є обов’язковими складовими частинами газетного дискурсу, важливим джерелом експресивно-емоціональної насиченості, важливим способом здійснення конструктивно-стильових особливостей мови періодичних видань. Однак, вживання фразеологізмів у звичайній формі з їхнім існуючим значенням не завжди дає необхідний ефект, тому публіцисти часто модифікують фразеологізми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Горлов В. В. Фразеологизмы как средство выразительности на страницах газеты / В. В. Горлов – М.: Русский язык в школе. – 1992. – №5 – С. 35-37.
2. Гусейнова Т. С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: на материале центр. газет 1990-1996 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. / Т. С. Гусейнова; Даг. гос. пед. ун-т. – Махачкала, 1997. – 23 с.
3. Тарбеєва О. В. Умови і причини зміни ціннісних переваг лінгвокультурних концептів / О.В. Тарбеєва // Вісник МГУ Серія №19. Лінгвістика і міжкультурна комунікація. – 2007. - №1. – С. 94-107
4. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1985. – 192 с.
5. Fujikawa Megumi. Dow Jones Japanese price fall in services stirs deflation fears / M. Fujikawa // The Australian 24/02 – 2009 – P. 10-13
6. Heritage Stuart. Guy Ritchie’s Sherlock Holmes v the BBC’s artful detective / S. Heritage// The Guardian 26/10 – 2011 – P. 4-5
7. *Milbank Dana*. All that glitters is not gold / D. Milbank // Washington Post 23/09 – 2009 – P. 8-9

8. Rafkin Louise. On Money and Marriage / L. Rafkin // The New York Times 07/03 – 2014 – P. 3-4
9. Sannen Kelefa. Different strokes for different folks / K. Sannen // The New York Times 06/09 – 2002 – P. 5-6