

розсипався [4, 43]. Любов Квазімодо була безмежною. Втративши дорогої людину, він помирає в обіймах коханої. Таким чином, письменник акцентує увагу на тому, що не зовнішність прикрашає людину, а її душа.

Квазімодо з «майже людини» перетворюється в Людину. Любов дала йому духовну силу і красу, а це – найголовніше [3, 28].

Отже, як бачимо, у своєму романі Віктор Гюго майстерно змалював внутрішню красу Квазімодо, наголошуючи, що навіть людина з потворною зовнішністю може бути красивою духовно. Незважаючи на потворність горбаня, він викликає в нас найтепліші почуття. Благородство, щирість, доброта, якими він був наділений, є тими якостями, які треба цінувати в людях.

Краса має великий вплив на людину, її вчинки. Але якою б переякрасною зовні не була людина, духовна краса вища за зовнішню, адже важливі моральні та естетичні вчинки людини. Приємно спілкуватися з зовнішньо вродливою людиною, але цікавіше — з тією, що має красиву, чутливу душу. Адже з роками фізична врода змарніє, але ніщо не вплине на вроду духовну.

Як вважає О. Д. Олексієнко, «усвідомити і зрозуміти внутрішню красу Квазімодо, велич його вчинків необхідно, щоб самому піднятися до вершин людської досконалості» [4, 43].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ганич, Н.І. Віктор Гюго. " Собор Паризької Богоматері ": З практики вивчення романічного історичного роману/ Н.І. Ганич // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України . – К. , 2003 . – №2 . – С.37-41
2. Карп, В.О. Роман В. Гюго "Собор Паризької Богоматері". Всепереможна сила кохання. 9 клас : урок зарубіжної літератури / В.О. Карп // Зарубіжна література в школі : Науково-методичний журнал . – Х. , 2008 . – № 1 . – С. 6 - 12.
3. Кашуба, Є.І. "У кожного доля своя...":(Багатогранність теми кохання в романі Гюго "Собор Паризької Богоматері" 9клас) / Є.І. Кашуба // Зарубіжна література в школах України . – К. , 2005 . – № 2 . – С. 27-29.
4. Олексієнко, О.Д. Естетизуючи потворне : Урок вивчення образу Квазімодо/ О.Д. Олексієнко // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України . – К. , 2003 . – №2 . – С.41-43
5. Поколюдний, Л.Д. Віктор Гюго і його роман "Собор Паризької Богоматері" / Л.Д. Поколюдний // Зарубіжна література в школі . – Х. , 2006 . – № 4 . – С. 2-6.
6. Шапіна, О.Г. Урок - портрет у 9 класі, присвячений роману В.Гюго "Собор Паризької Богоматері" / О.Г. Шапіна // Зарубіжна література в школі : Науково-методичний журнал . – Х. , 2007 . – № 17 . – С. 23-28.

Бутрин М.

Науковий керівник – асист. Фурманкевич Н. М.

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ У ПОЛІТИЧНИХ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТАХ (НА ПРИКЛАДІ ТЕРНОПІЛЬСЬКИХ ВИДАНЬ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ ПЛЮС», «СВОБОДИ», «НОВОЇ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ГАЗЕТИ»)

Висвітлюючи політичну тематику у пресі, журналісти ставлять за мету не лише повідомляти читачів про вагомні події політичного життя, а й аналізувати, витлумачувати їх. Політичний газетний текст виконує роль критичного звернення громадян до владних структур. Тому не випадково вирішення багатьох політичних проблем залежить від того, наскільки правильно ці проблеми будуть інтерпретовані мас-медіа, який матимуть політичний зміст і забарвлення.

Потужними стилістичними засобами влучної передачі думки у матеріалах політичної тематики вважаються фразеологізми. З цього приводу Л. Пашинська зауважує, що «ЗМІ відзначається швидким реагуванням на різні події, які відбуваються в суспільстві, в державі, в світі. Саме тому мова публіцистики широко поповнюється новими фразами, які стають засобами вираження нових понять, реалій, явищ та ін.» [4, с. 132].

Це найвиразніші мовні форми естетичного сприйняття, оригінального мислення народу, вартісних орієнтацій, які відображають «чуттєвий» український характер. Недаремно їх

називають «блискучими зразками моральних суджень», які рекомендують, наставляють, оцінюють [7].

Різні аспекти вивчення фразеологізмів у текстах засобів масової інформації розглядали у своїх працях О. Андрейченко, В. Вовк, Н. Горбівненко, Д. Данильчук, М. Ковальчук, М. Мариноха, Л. Пашинська, І. Серебрянська, О. Федоренко та ін.

Для того щоб полегшити розуміння складного політичного процесу, потрібно акцентувати увагу реципієнта на найвагоміших аспектах тексту. Журналісти аналізованих видань вдаються до особливого стилістичного прийому – трансформації фразеологічних одиниць. «Фразеологічний зворот у трансформованому вигляді, набуваючи нових естетико-публіцистичних властивостей, перетворюється на фразеологічний неологізм» [5].

На думку М. Воронової, у цьому й полягає зручність цих мовних засобів, оскільки вони підлягають видозмінам і, відповідно, різному звучанню. «Ця властивість є необхідною для сьогодишнього інформаційного простору, який прагне розмаїття і нових форм» [2]. Тому дослідження фразеологічного багатства політичних газетних текстів, зокрема мови місцевих ЗМІ, залишається і на сьогодні **актуальним**.

Метою нашої статті є відстежити використання стійких сполучень слів у журналістських текстах на політичні теми. Базою дослідження слугували матеріали тернопільських видань «Вільне життя плюс», «Свобода» й «Тернопільська нова газета» за 2011 рік.

Мета дослідження передбачає виконання таких **завдань**: з'ясувати функції фразеологічних одиниць мас-медійних текстів; визначити прийоми трансформації фразеологізмів.

Об'єктом нашого аналізу є газетні публікації політичної тематики.

Предмет дослідження — фразеологічні звороти тернопільської суспільно-політичної преси.

Цілком погоджуємося із цим твердженням про модифікації стійких словосполучень: «талант автора масмедійного дискурсу полягає в умінні відібрати потрібний матеріал, творчо опрацювати й використати експресію з готового національного джерела і ввести його в текст. Результатом фразеологічного новаторства журналістів є оригінальні словесні образи, в основі яких обіграно стійкі вирази. Творча перебудова фразеологізмів надає їм нових експресивних відтінків, посилює виразність» [4, с. 131-132]. Зміна фразеологічних одиниць надає тексту емоційного забарвлення, а також передає оцінку й ставлення автора до суспільно-політичних подій, явищ, фактів. Звідси й основні функції фразеологізмів: емоційно-експресивна, оцінна, а також функція створення гумору й сатири.

Розглядаючи сукупність цих функцій, І. Серебрянська та Н. Мариноха наголошують на домінуванні оцінки у текстах ЗМІ. Функція сатири й гумору, як вважають дослідники, відтворюється у фразеологізмах художньої літератури, виходячи з ідеї самого творця, оскільки «журналіст перш за все інформує, оцінює явище, ситуацію, подію, а вже потім, залежно від досвіду й рівня професіоналізму, додає власний суб'єктивний коментар, підкреслює свою небайдужість до проблеми, досягає експресії та емоційної насиченості висловлюваного» [6, с. 183]. Тому першочергове завдання трансформованих фразеологізмів у тексті ЗМІ – комунікативно-інформаційне.

Про ідеологічний вплив стійких сполучень говорить В. Нагіна, і зауважує, що особливо це стає помітним, коли в країні відбувається загострення політичної ситуації (проведення референдумів, виборчих кампаній, обговорення нової стратегії розвитку держави тощо). У газетних публікаціях цього періоду логічність викладу, точність аналізу, всебічна обґрунтованість поєднується з емоційно-експресивним забарвленням [3, с. 159].

Окрім того, видозмінені словосполучення — один з переконливих методів аргументації та впливу на читацьку аудиторію.

У текстах політичної тематики тернопільських друкованих ЗМІ фразеологічні звороти зазнають модифікацій, що тісніше пов'язує їх із текстом, журналістським задумом, надає певного стилістичного ефекту, привертає увагу читача. Залежно від ситуації чи контексту автори по-різному використовують їх, обіграючи, протиставляючи або залишаючи без зміни структури і значення.

Серед таких способів введення в газетний текст видозмінених фразеологічних одиниць найпоширенішими є:

1) розширення складу фразеологічних зворотів шляхом додавання нових компонентів. Зміна структури фразем дозволяє автору внести нові відтінки в їх первинний зміст, а реципієнту – згадати початкове звучання й оцінити авторські нововведення. Розширення фразеологізмів, як зазначає О. Андрейченко, – це такі структурно-семантичні оказіональні зміни фразеологізмів, які не спричиняють утворення нової фразеологічної одиниці, а лише конкретизують її образ [1, с. 162]. «Результатом цього процесу є не тільки інтенсифікація образного, емоційно-експресивного значення фраземи, її конкретизація, але й акцентування уваги адресата на якомусь одному компоненті, який автор хоче виділити, актуалізуючи певне поняття» [4, с. 132]. Наприклад, *«Багато разів доводилося Ганні Герман пояснювати, що мав на увазі Віктор Янукович, коли видавав черговий ляп»* (ВЖП. – № 33. – С. 1); *«Напевне, тепер чухають свої дурні голови ті, хто голосував за Януковича»* (ВЖП. – № 22. – С. 21); *«Сидить в «знайомій камері», як королева»* (НТГ. – № 31. – С. 2); *«Їхній заклад – п'яте колесо до бюджетного воза»* (ВЖП. – № 22. – С. 3); *«А як вони втекли від весняних виборів на 2012-й рік, як шкідливий кіт зі стола»* (ВЖП. – № 22. – С. 2); *«Узявся Віктор Янукович виголошувати там промову і, як авто на грузькій дорозі, застряг на важкому для нього слові»* (ВЖП. – № 8. – С. 1); *«Пізно – поїзд поїхав і не знати, коли зупиниться»* (ВЖП. – № 22. – С. 2). Такий прийом трансформації фразеологізмів створює підсилювальний ефект.

2) усічення компонентного складу фразеологічних одиниць – протилежний попередньому способу, найбільш поширений у заголовках політичних матеріалів. Так читач без додаткового контексту оживляє в пам'яті первісну форму стійкого звороту. «Усічення окремих компонентів загальновідомої одиниці зумовлене прагненням до економії мовних засобів і лаконізації мовлення» [4, с. 133]. Наприклад: *«Як рік Новий зустрінеш...»* (ВЖП. – № 4. – С. 1); *«Від любові до ненависті...»* (ВЖП. – № 3. – С. 2); *«Хвали мене, моя губонько...»* (С. – № 58. – С. 9).

3) заміна одного або кількох компонентів у складі фразеологічної одиниці. Ефект підсилення спрацьовує тоді, коли добре відомий елемент стійкої сполуки й «авторський заміник» між собою семантично не пов'язані. *«Світові – на сміх, Україні – на сором»* (ВЖП. – № 10. – С. 6); *«Від комедії до трагедії – один крок»* (НТГ. – № 5. – С. 2); *«Від державності до рабства – рукою подати»* (НТГ. – № 5. – С. 2); *«Слава криміналу – бандитам слава!»* (ВЖП. – № 86. – С. 1); *«Чим даліше в ліс, тим більше чого?»* (ВЖП. – № 64. – С. 1); *«Ще влітку за кордоном, яку гривню втовчеши, а взимку – сиди на печі, смокчи кулаки»* (ВЖП. – № 16. – С. 2); *«Будь-яку примху – за... наші гроші»* (ВЖП. – № 58. – С. 3);

Нерідко в тернопільській пресі журналісти вдаються до повних семантичних зрушень фразеологічних одиниць таким чином, що від первинних фразеологізмів залишається тільки форма. Наприклад, речення *«Реформи провадити – не машину цегли розвантажити»* (ВЖП. – № 77. – С. 1) за своєю синтаксичною схемою нагадує всім добре відоме *«Життя прожити – не поле перейти»*. Видозмінений фразеологізм *«Від любові до ненависті один крок»* звучить *«Від радості до журби – одні нещирі обійми»* (НТГ. – № 5. – С. 2).

Модифікації фразеологічних зворотів свідчать про мовленнєві навички й інтелектуальні можливості журналістів. Їх використання створює певний стилістичний колорит публіцистичного тексту. С. Коновець зазначив: «Чим більше журналіст використовує фразеологізми, тим яскравіший його виступ, ефективнішим є вплив на читача. Тому принципово важливим є те, до яких прийомів вдається, коли використовує фразеологічні вирази, що нового привносить у їх зміст і склад» [2, с. 37].

Особливостями фразеологізованих трансформ є можливість їх застосування в різних типах синтаксичних конструкцій, які містять:

- ствердження: *«Одне слово, ми – їм Крим, вони нам «грим» новою ціною»* (ВЖП. – № 14. – С. 1); *«А з України «Газпром» лупить сім шкур»* (ВЖП. – № 14. – С. 1); *«Без мандата, як без шматка хліба»* (ВЖП. – № 2. – С. 1); *«Одне слово, влізла наша влада в борги і має намір ще влізти»* (ВЖП. – № 76. – С. 1); *«Кабмін тихо ріже по живому»* (ВЖП. – № 8. – С. 3); *«Рейтинг рейтингу не пара»* (ВЖП. – № 16. – С. 2);

- питальну інтонацію: «*Кажете, що Київ, як і Москва сльозам не вірить?*» (ВЖП. – № 46-47. – С. 1); «*Хто кому насолить більше?*» (ВЖП. – № 32. – С. 1); «*Може нардепи вирішать трохи зглянутися над народом?*» (С. – № 72. – С. 2); «*Як навести лад в державі, коли є корупція хабар і злочини?*» (ВЖП. – № 86. – С. 3); «*До чого тільки на лежить душа українських політиків і чиновників?*» (ВЖП. – № 83. – С. 1); «*Один голова – добре, а два?*» (С. – № 2. – С. 4);

- окличні речення, що виражають побажання, заклики, прохання чи накази: «*Слава криміналу – бандитам слава!*» (ВЖП. – № 86. – С. 1); «*Медовий місяць з Росією закінчився!*» (ВЖП. – № 4. – С. 2); «*Налітай, земельку хапай*» (ВЖП. – № 26. – С. 1); «*Ой, що ж то за шум учинився – комуніст з регіоналом посварився! І нашо було сваритися... Досі сили в мирі та злагоди, не тужили, разом голосували, а тут тобі й на!*» (ВЖП. – № 32. – С. 1);

Такі комунікативні висловлювання на основі фразеологізмів несуть смислове навантаження статті, підкреслюють її важливість, актуальність. У них криється емоційний фон авторського виступу — розпач, гнів, зневіра, осуд політичних діячів тощо.

Окремо зупинимося на твірній основі фразеологізмів, зокрема звернемо увагу на здрібніло-пестливі суфікси стійких словосполучень та їхні експресивні властивості. «Емоційно-оцінний потенціал фразеологізмів досягається численними мовними одиницями, серед яких велику роль відіграють словотвірні засоби, зокрема суфікси суб'єктивної оцінки. Наприклад: *підставляти ногу* (ніжку), *кістки* (кісточки) *перемивати*, *міняти мов рукавиці* (рукавички), *пальці* (пальчики) *оближеш* тощо» [7].

Прикладом використання фразеологізмів для підсилення негативної оцінки можуть слугувати речення «*Таке гарненьке яблучко розбрату*»; «*І ось Ганна Герман в одній з телепередач таке собі яблучко розбрату між опозиціонерів кидає*» (ВЖП. – № 68. – С. 4). Зміст даного фразеологізму не лише показує негативне ставлення автора до висловлюваного, а ще й підкреслює суперечки і незгоди у владних структурах України.

Реалії сучасного політичного життя у тернопільських друкованих ЗМІ передають з допомогою фразеологічних одиниць, що містять компонент «*кіт*». У текстах політичної тематики особливо активізувалися такі фразеологізми: *коту під хвіст* («*даремно, марно, без позитивних наслідків*»); *купувати kota у мішку* («*діставати у власність невідомо що, не бачачи й не знаючи його суті, властивостей*»). Наприклад: «*Не залишається нічого іншого, як знову тішитися котом у мішку від чинної влади, укотре сподіваючись, що цього разу її намагання реанімувати країну не підуть коту під хвіст*» (С. – № 2. – С. 4).

Незадоволення народними обранцями журналісти виражають стійким словосполученням «*риба гние з голови*». Наприклад: *Риба гние з голови, а вона [Верховна Рада] давно прогнила. Риба гние з голови, а наслідки бачимо знизу* (ВЖП. – № 20. – С. 2).

У текстах тернопільської преси особливо активізувалося вживання фразем із соматизмами на позначення частин людського тіла: *рук*, *голови*, *пальців*, *шкіри* тощо. Наприклад: «*Ніхто не хоче подати руку допомоги знекровленій і пограбованій нації*» (НТГ. – № 5. – С. 2); «*Врегулювання конфлікту взяла у свої руки Тимошенко*» (С. – № 64. – С. 2); «*Привселюдно пестять на словах, але тишком-нишком ляскають по потилиці цінами, тарифами, згортанням демократичних свобод*» (С. – № 72. – С. 2); «*Одне слово, влізла наша влада в борги по самі вуха й має намір лізти ще глибше*» (ВЖП. – № 76. – С. 1); «*Провладні політики і високопосадовці без утуну тицяють пальцем у 1-й, 9-й та 13-й пункти резолюції Європарламенту*» (С. – № 88. – С. 2); «*А з України «Газпром» лупить сім шкір*» (ВЖП. – № 14. – С. 1). Так представники ЗМІ акцентували увагу читачів на недолугості, некомпетентності української влади.

Концепт «*голова*» у фразеологізмах також виражає журналістську критику виборців: «*Напевне, тепер чухають свої дурні голови ті, хто голосував за Януковича, со товариші, але пізно – поїзд поїхав і не знати, коли зупиниться*» (ВЖП. – № 22. – С. 2).

За результатами дослідження можна виділити такі основні функції фразеологізмів у матеріалах політичної тематики: інформаційно-комунікативну, емоційно-оцінну, функцію лаконічності мовлення, функцію привернення уваги адресата.

Досягнути поставленої мети автору допомагають такі прийоми стилістичного використання фразеологізмів: незмінна форма стійки сполук чи їх авторська обробка.

Перетворення фразеологічних одиниць журналіст досягає шляхом розширення, скорочення, заміни їх компонентних елементів, додавання здрібніло-пестливих суфіксів тощо.

Отже, трансформація фразеологізмів у їх семантичному й стилістичному аспекті відіграє важливу роль у побудові газетного тексту. Варіанти фразеологізмів у текстах політичної тематики покликані задумом їх творця. Влучність й образність новостворених фразем у матеріалах політичної тематики має на меті не лише ґрунтовно викласти результати журналістської праці, виразити приховане (зазвичай негативне) ставлення автора до суспільно-політичних подій. Аналіз творчого продукту тернопільської преси засвідчив, що видозмінені фразеологізми – це невичерпне багатство газетної експресії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Андрейченко О. Роль фразеологізмів у жанрі політичної дискусії* (на матеріалі сучасних ЗМІ) / О. Андрейченко // Науковий вісник Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. — 2009. — *Вип. 8*. — С. 158-163.
2. Воронова М. *Варіанти фразеологізмів у журналістському творі* / М. Вороніна // Текст і стиль. — 2008. — Вип. 2. — С. 33-38.
2. Нагіна В. Комунікативно-прагматична роль фразеологічних одиниць у ЗМІ / В. Нагіна // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск 11. — Херсон: Видавництво ХДУ, 2010. — С. 159-163.
3. Пашинська Л. Трансформовані стійкі сполучення слів у заголовках сучасних ЗМІ / Л. Пашинська // Культура слова. — К., 2011. — № 74. — С. 131-136.
4. Плеханова Т. Засоби стилістичного увиразнення фразеологізмів у журналістських текстах / Т. Плеханова. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/UZTNU_fil/plekhanova_83.pdf.
5. Серебрянська І. М. Фразеологізми античності в мові сучасної преси / І. М. Серебрянська, Н. М. Мариноха // Наукові записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. — 2011. — Т. 24. — № 4. — Ч. 1. — С. 182-187.
6. Федоренко О. Фразеологізми із суфіксами суб'єктивної оцінки (на матеріалі газетних текстів) / О. Федоренко. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1074>.

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВЖП – газета «Вільне життя плюс».

С – газета «Свобода».

НТГ – «Нова тернопільська газета».

Ваврик І.

Науковий керівник – асист. Сеньовська Н. Л.

ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ДРАМИ-ФЕЄРІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «ЛІСОВА ПІСНЯ» У ШКОЛІ

Драматургія Лесі Українки – феноменальне явище в українській літературі: вона вражає новизною тем, гостротою соціально-психологічних конфліктів, філософськими узагальненнями, поетичною красою, високою культурою вірша. Пристрасне заперечення всього ворожого, реакційного, закостенілого в житті, утвердження гуманістичних ідеалів ведеться в її творах з позицій неоромантизму, який намагався розширити права особистості, визволити її від тиску юрби.

У своїх драматичних поемах Леся Українка порушувала проблеми, які набули актуальності і сьогодні. До одних із важливих можна віднести такі як: місце жінки у суспільстві (феміністичні погляди), вплив світоглядних ідей обох статей на формування особистості, визначення гендерних стереотипів, що є складовою вивчення гендерного підходу у літературі.

Мета статті – охарактеризувати особливості гендерного підходу до вивчення у школі драми-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня».

Теорія гендеру дає можливість по-новому інтерпретувати твори художньої літератури[3; 4]. В. Агеєва підкреслює: «Гендерний аналіз, зміщуючи акценти на індивідуально-психологічну проблематику, враховуючи часто не визнані суспільством чи панівною патріархальною ідеологією погляди, дає змогу відчитувати різні рівні художнього тексту, враховувати різні