

*Наталія Карпалюк*

## СТИЛІЗАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ У СУЧАСНИХ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТАХ

Актуальність досліджуваної теми зумовлена потребою осмислити та теоретично інтерпретувати структурно-семантичну спрямованість мовного знака стосовно його функціонально-комунікативної та прагматичної ефективності на комунікативно-текстовому рівні сучасних ЗМІ.

На особливу увагу заслуговує питання стилізації усно-розмовної мови у газетних текстах сучасної доби, здійснюваної за допомогою лексичних та фразеологічних одиниць із соціальними конотаціями, діалектичного зв'язку, взаємозалежності і взаємовпливу семантичних мікроструктур з одного боку і синтагматичних макроструктур – з іншого.

У поданій статті робиться спроба розглянути у вказаному аспекті стилізацію фразеологічних одиниць у газетно-публіцистичному дискурсі, ставиться завдання проаналізувати фразеологічні засоби, які суттєво впливають на мовну структуру газетних текстів.

Останнім часом мова публіцистики, зокрема преси, почала активно досліджуватися у вітчизняному мовознавстві. Головною особливістю мови газети є її оцінність, яка охоплює у публіцистиці тексти усіх рубрик – політичні, економічні, конфесійні, правові, спортивні, мистецькі, побутові, кримінальні тощо

Важливо відзначити, що принцип оцінності має не індивідуальний, а підкреслено соціальний характер, оскільки слово в газеті належить не лише авторові, а й редакції, а також тим суспільним групам, чію думку виражає газета як колективний пропагандист. Мова газети є загальнодоступною, оскільки її читають представники усіх соціальних груп. Саме зверненість газетного слова до всіх, до невизначеної за кількістю і різномірної за складом аудиторії визначає принципи відбору мовних засобів і стилістичних прийомів, одним із яких є стилізація.

Стилізація – це всеохоплююче, свідоме насичення тексту ознаками певного стилю і жанру для створення відповідного стильового вираження у читача [3, 385]. Розрізняють стилізацію двох типів: односпрямовану і контрастну. При односпрямованій стилізації всі прийоми добору й організації мовного матеріалу відповідають заданому стилю і жанру: насичуючи текст, інтенсифікують якесь одне враження. При контрастній стилізації спостерігається зіткнення мовних засобів різних стилів і жанрів, різних емоційних оцінок і семантико-функціональних забарвлень. Контрастна стилізація досить поширена у газетно-публіцистичних текстах. Автори мобілізують усі можливості, усі мовні ресурси для впливу на читача, використовують і контрастну стилізацію для того, щоб викликати у реципієнта несподіване, сильне враження, досягти комічного ефекту, іронічної чи сатиричної конотації.

На відміну від інших стилів літературної мови, у газетно-публіцистичному переконання, чуттєвий вплив виступають головною функцією мови, тому текстам цього стилю властива особлива експресивність. Вона має соціальний характер, цілеспрямованість, оцінність. З метою ефективного впливу на читача у газетних текстах використовуються різні засоби мовної експресії, до яких належать і фразеологічні сполучення.

Фразеологізми, як і інші лексичні компоненти, відіграють значну роль у структуруванні газетного тексту. Оскільки мова ЗМІ має подвійну функцію –

інформативну та експресивну, то одним із домінуючих чинників у формуванні семантичної цілісності фразеологічних одиниць є оцінне значення. Джерельна база походження фразеологізмів української мови надзвичайно широка, тому їх стилістичні можливості є широкими і різнобічними. Так, у газетних текстах різних жанрів і рубрик широко представлені фразеологічні одиниці, побудовані на метафоричному перенесенні. Зокрема:

• у політичних текстах: *Відставку Григорія Середи у Запоріжжі сприйняли по-різному. За неповних півтора року він дійсно багато кому „наступив на мозоль”* (УМ, 6.02.04, 4); *...надії гаранта на те, що комусь на Заході можна замилити очі відволікаючими маневрами, наївні* (ДТ, 5.07.03); *Президент Кучма перш за все керувався інстинктом самозбереження і дечого досяг у цьому напрямку. Зрештою його дії можна було передбачити – він крутиться на всі боки, аби замести сліди непристойних вчинків* (УС, 5-11.06.03, 3); *Польська політична еліта змогла прийняти правильне рішення, і тепер ця країна вийшла якщо не в вищу лігу світової політики, то принаймні набагато підвищилась у класі. Україна ж, як завжди, плентается у хвості за подіями* (УС, 5-11.06.03, 3); *Обіцяний Багдадом опір виявився мильною бульбашкою* (ВЗ, 17.04.03, 4); *Висловлюють думку, що Янківу було запропоновано на вибір лише один варіант: або ти „закручуєш гайки” в області за прикладом зразкових областей (наприклад, Сумської чи Донецької), або...* (АГ, 12.06.03, 6); *Що найближчим часом робитиме головний системний адміністратор країни? Боротиметься з кризою. На те він і талановитий кризовий менеджер. Правда, боротиметься по-своєму, роблячи підкопи під прем'єра, чий вплив викликає в нього паталогічну заздрість. А можливо, й нічого не робитиме – тільки роздасть команди в потрібному напрямі, й, користуючись доступом у перший кабінет, свердлячи вуха Президента тисяча першою страшною оповідкою* (ДТ, 5.07.03, 4);

• в інтерв'ю: а) з народними депутатами: *Думаю, українці давно навчилися читати між рядками і розуміють різницю між журналістикою і телекілерством* (В. Ющенко. АГ, 18.02.04, 4); *...такою прихованою непоступливістю частіше відзначаються депутати зі Східної України, „пригорнуті” до „Нашої України”. Бо парламентарі, скажімо, з Галичини, що входять до складу більшості, мають уже настільки поламані хребти, що сподіватися на їхню підтримку – марна справа; Ковпаки висять над усіма – уважно прослуховують усі наші розмови* (Микола Кульчинський. УМ, 23.01.04, 4); *Абсолютна більшість операцій проводиться з-під поли* (В. Пинзеник. ДТ, 5.07.03, 4); б) з представниками конфесій: *А це повідомлення Блаженнішого – не є бальзамом на рану, а сіллю, яка ще більше її роз'ятрила* (о. В. Ковпак. АГ, 18.02.04, 12); *Християнам УГКЦ, залишиеним напризволяще, не по дорозі з такими душпас-тирями; Владики УГКЦ! Не виламуйте нам рук!* (М. Бучацький, референт Регіонального комітету захисту правовірних УГКЦ. – АГ, 18.02.04, 12);

• у текстах з економічних питань: *Решта або замовляють проекти, або виконують роботи без проекту, як кажуть, „на око”* (ДТ, 5.07.03, 5); *Цієї весни українським аграріям та економістам довелося почухати потилицю, шукаючи виходу з ситуації дефіциту зерна* (УС, 5-11.06.03, 2); *А тепер стало відомо ще про один „таємний” проект, який має буквально вдарити по голові. За три дні до голосування броварників поставили перед фактом про чергове підвищення акцизних ставок* (ДТ, 17-23.05.03, 5);

• у текстах на побутову тематику: *Пан Омелян не став „тягнути гуму”:* *пішов на львівський вокзал та й купив квитки на потяг до „смішного” міста* (АГ, 24.07.03, 9); *Авта наче втратили напрям руху, ключоци носами в кожну ямку і з останніх сил чіпляючись шинами за дорожнє покриття як за єдину гарантію земного тяжіння* (ДТ, 17-23.05.03. – №18); *Отут я вже не витримала і вирішила поставити продавщицю, що зарвалася, на місце* (ВЗ, 15.05.03, 6); *Народ неписаних законів не дотримувався, а на всю котушку скористався своїм правом вибору* (ВЗ, 10.04.03, 3).

Усно-розмовні фразеологізми мають здебільшого зневажливо-знижене експресивне забарвлення і відповідне цьому стилістичне використання. Вони формують колорит простоти, фамільярності, а у політичних текстах, де вони широко представлені, ще й надають висловленню відтінку іронії, сарказму, викривального змісту. Наприклад: *...згідно із законом про статус народного депутата, ні відитовхувати парламентарів, ні брати їх за шкірки чи лупити по морді будь-яким „силовикам” чи іншим державним особам не дозволяється* (УМ, 16.01.04, 3); *Спроби нашого Президента на очах Квасневського висипати відро сміття на Ющенка оглядачі також пов'язують із великою програмною статтею лідера „НУ”* (УМ, 14.02.04, 3); *Отож Леонід Кучма повернувся додому. І навіть вже встиг надавати по шиї тим, хто за час його відсутності занадто зарвався і зловживав усілякими чутками про стан здоров'я гаранта* (АГ, 21.01.04, 3); *...147 парламентарів не виступали на цій сесії взагалі. Мабуть, замість ляпати язиком – писали закони* (УМ, 23.01.04, 3); *Який сенс Гавришуноситися „як коза навколо капусти” з третім терміном Кучми?* (АГ, 28.01.04, 2); *Адже новітню українську політекономію вони вже з десятків років вивчають „у польових умовах” і хребтом відчують: якщо у будь-якому сегменті народного господарства ціни поповзли вгору, хвиля подорожчання життя їх рано чи пізно все одно накриє* (УМ, 10.02.04, 6); *...в чийсь світлу голову прийшла не менш світла думка – об'єднати вужя з їжаком і одержати цілком контрольовану, але з іншого боку, більш ліберальну та просунуту опозицію* (АГ, 28.01.04, 4); *Та це не минеться для нього (С. Василенка) безкарно на небесах, було зрозуміло давно, а от чи дістанеться йому на горіхи тут, на грішній землі, було незрозуміло* (УМ, 13.02.04, 2).

Особливість фразеологізмів, які використовують у мовленні політичні діячі, журналісти, полягає у єдності експресії і стандарту, що забезпечує «надійне донесення до читача змістовно-інформаційної сторони з її буденністю, діловитістю, суворістю, однозначністю, інтелектуальною точністю і впливово-організуючої сторони з її винятковістю, емоційністю, навіть сенсаційністю» [2, 86]. Наприклад: *Однак речники чомусь забувають розказати, за що саме американці точать зуб на існуючу владу та підтримують Віктора Ющенка* (АГ, 11.02.04, 8); *Не стало каменем спотикання і питання пропорційних виборів, на яких невідступно наполягає опозиція* (ВЗ, 15.01.04, 3); *Найбільш оригінальним був лідер соціалістів Олександр Мороз: „Коментувати рішення на здорову голову не можна. Мова йде про юридичний ідіотизм”* (АГ, 14.01.04, 3); *А тим часом за бугром польський президент Олександр Квасневський мало не потрапив у халепу через свою дружбу з Кучмою* (АГ, 14.91.04, 3); *Але, як не дивно, пристрасті навколо п'яти вагонів хоч і коштували адміністрації метрополітену купи нервів, усе ж зіграли певною мірою їм на руку* (УМ, 14.02.04, 2); *Усе, довели парламент до ручки – вже навіть більшовики втратили будь-який інтерес до „запрограмованої” їхнім вождем Леонідом Кучмою політичної реформи* (УМ, 16.01.04, 3); *...лідер „НУ” мусив переступити через себе і поділитися із світом правдою про свою розмову із президентом* (АГ, 28.01.04, 3); *Катастрофа – коли нам намагаються це втокмачити, зіштовхнути нас лобами, тим самим не зміцнюючи, а послаблюючи державу* (ВЗ, 22.01.04, 3).

Особливу групу серед усномовних фразеологізмів становлять фразеологічні одиниці з грубими й навіть вульгарними стилістичними конотаціями, що мають ще яскравіший ступінь експресивності та емоційності. Наприклад: *Пригадуйте, як наприкінці 2003 року депутати займалися веселою фігнюю: натягували презирвативи на мікрофони* (К. Джура. АГ, 21.01.04, 3); *В Україні зчинився такий гармидер, що йому могли позаздрити всі бажаючі прорекламувати себе на халяву* (К. Джура. АГ, 21.01.04, 3); *Я фіги в кишені не тримав, коли в Жидкова гра не йшла* (І. Кутепов. АГ,

28.01.04, 13); *Цього тижня запустили „мулю”, що Керченський півострів Україна віддасть Росії за „газові борги”* (ВЗ, 22.01.04, 3); *Звісно, що високі посадовці починають говорити правду, коли їм заллють сала за шкуру. Так було з усіма без винятку* (ПіК, 5-11.09.03, 6); *Повісити собак на Януковича буде важко, оскільки нинішній склад Кабміну – суцільна квота парламентської більшості* (ДТ, 5.07.03); *З такими обвинуваченнями не дуже-то посунешся в європейські і міжнародні організації з вереском типу: захистіть! Свободу слова душать! Такі, вибачте, „слова” там, у цивілізованому світі нікому на фіг не потрібні – своїх ксенофобів і наципродурків вистачає* (В. Скачко. АГ, 18.02.04, 10).

У газетних матеріалах відповідно до вимог жанру висловлюються думки, дається інформація про різноманітні події дня, аналізуються факти. Кожен жанр має свою специфіку, і мова як матеріал статей, нарисів, інтерв'ю пристосовується до неї. Звичайно, кожна фразеологічна одиниця (наприклад, *не давати проходу, поміняти шило на мило, бути на гачку* тощо) ізольовано від тексту сама по собі не зазнає змін. На склад фразеологічної одиниці впливає контекст, граматичні та інші особливості вказівного мінімуму. Сама структура тексту, оточення дають можливість вживання певної одиниці і відповідно пристосовують її до себе. З'являються варіанти словниково зафіксованих фразеологічних одиниць. Наприклад: *Згідно версії экс-міністра (Хорошковського), Азаров йому проходу не давав. Кожну ініціативу молодого міністра „рубав на корню”* (АГ, 14.01.04, 3); *Якщо „більшовицькі” зміни будуть протягнуті до Конституції, то українські судді повністю опиняться на провладно-олігархічному гачку, вони сидітимуть, мов миші під віником* (БЦ, 23 – 29.01.04, 4).

У газетних матеріалах досить поширені прислів'я та приказки розмовного характеру. Мета їх використання – спрямувати увагу читача на основну думку статті чи замітки. У зв'язку з цим однотипні за стилістичним забарвленням вислови широкої семантики можуть уживатися стосовно будь-якої сфери: політики, економіки, техніки, побуту, етики тощо. Наприклад: – *Давайте так: мухи окремо, а котлети окремо. Фасадна епопея – це тільки архітектурне обличчя столиці* (з виступу начальника головного управління контролю за благоустроєм і зовнішнім дизайном Києва С. Рюмішина. ГУ, 23.04.03, 7); *Ось вам і втрачені голоси і вікове обмеження (партія на момент виборів має існувати не менше, ніж рік) допоможе як мертвому кадило* (І. Пукіш. ВЗ, 12.02.04, 3); *„Знаєте, в народі кажуть: кобель не скоче, як сучка не схоче* (йдеться про авторитаризм в Україні)” (С. Головатий. – АГ, 17.12.03, 3); *Машини повзли по всьому полотну, як вагітні воші по мокрому кожусі* (ДТ, 17-23.05.03).

Розмовні фразеологізми функціонують у мовленні представників різних соціальних груп з деякими трансформаціями. У газетній фразеології трансформація, зумовлена перерозподілом мовної енергії, найчастіше зустрічається у заголовках. У мові ЗМІ заголовок функціонує як структуротвірний засіб тексту й одночасно він є одним з елементів композиції, тому що в концентрованому вигляді містить у собі єдність теми, проблеми, ідеї статті. Крім того, у заголовках ще більшу роль відіграє образність вислову. З цього можна зробити висновок, що підвищена сугестивність, атрактивність заголовка є наслідком орієнтації його на побудову образу, який запам'ятовується, на підвищену експресію [1, 4]. Ця виразність

досягається використанням у заголовках фразеологізмів та інших усталених висловів не тільки в готовому вигляді, а й в усіченій або трансформованій формі. Наприклад, у рубриках:

- політика, влада: *Дай мерові волю...* (ВЗ, 29.01-04.02.99, 1); *Рече та стогне коаліція широка* (АГ, 25.02.04, 2-3); *І пішов проект на проект* (ДТ, 17.05.03, 2); *Петрові батоги* (участь П. Симоненка у проекті „Зміни до Конституції України”. – УМ, 3.10.03, 5); *Народові – «то барабану»* (УМ, 02.02.99, 4); *І що маємо „з гуся” на ниві соборності* (ВЗ, 22.01.04, 3); *Хто Ірак „годує”, той його і „танцюватиме”* (ВЗ, 10.04.03, 4); *Організаційне шило на урядове мило* (ВЗ, 17.04.03, 2); *Пісня Кучми гарна й нова, починаймо її знову* (УМ, 16.05.03, 3);

- спорт для всіх: *Ні в звізду, ні в красну армію* (АГ, 26.11.03, 35);

- кримінал: *Не пускала мене мати* (АГ, 15.10.03, 9); *„Мерс” на бочку* (АГ, 22.10.03, 32);

- побут: *Не хлібом єдиним тримається піст* (УМ, 21.02.04, 4). *Останні герої, або Тарзануті на голову* (АГ, 14.01.04, 16).

Досить поширеним засобом використання розмовних паремій у мові газет є їх трансформації. Особливо це стосується політичних текстів, куди фразеологізми вводяться з певною стилістичною метою. Коли фразеологічна одиниця за стилем не відповідає контексту, то вказівний мінімум як визначальний фактор впливає на неї, трансформує її. Це можна проілюструвати такими прикладами: *Тому можна припустити, що всі спритні „лихварі” намагатимуться під прикриттям „хаосу виборів” активізувати тіньові процеси, ловлячи золоту рибку в мутній передвиборній водичці* (К. Переверзева. АГ, 11.02.04, 9); *...ще досі у „підвішеному” стані „Запоріжкоке”, покладений (за сприяння Феміди) на фінансові „лопатки” комбінатом „Запоріжсталь”* (УМ, 6.02.04, 4); *В цілому, опозиція деморалізована, Віктор Ющенко „випав у політичний осад”, а Віктору Януковичу присвоєно ранг „кандидата”. Тепер розпочнеться сутичка двох претендентів. „Месія” проти „Донів”. Робіть ваші ставки, панове!* (О. Зубченко. Всім, №17, 30.04.03, 4).

Таким чином, фразеологічні одиниці досить широко представлені у газетно-публіцистичному дискурсі і відіграють важливу роль у побудові газетного тексту. Вони характеризуються образністю, емоційністю та експресивністю. Найбільше фразеологічних одиниць зафіксовано у політичних текстах. Їх мета – загострити подану інформацію, актуалізувати її, спрямувати увагу читача на основну думку публікації. Фразеологізми не тільки називають явища різного порядку, вони характеризують їх, загострюють увагу на тих чи інших фактах, виявляють ставлення автора до описуваного, допомагають логізувати думку, забезпечують сприйняття і запам’ятовування поданої інформації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кваша Н. К. Устойчивые сочетания в языке газетных заголовков: разрушение клише как специальный приём// Язык. Речь. Речевая деятельность: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 3. Ч. 2. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. Добролюбова, 2000. – С. 3-10.
2. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М.: МГУ, 1971. – 267 с.
3. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови. – К.: Вища шк., 2003. – 462 с.