

Д. О. Чупанова

ФРАЗЕОЛОГІЧНИЙ ФОНД МОВИ В МАТЕРІАЛАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ПРЕСИ

У статті подано характеристику фразеологізмів в матеріалах Черкаської преси. Мета статті полягає в тому, щоб дослідити роль фразеологізмів у текстах журналів і газет. Головним завданням є аналіз трансформацій фразеологічних одиниць у друкованих виданнях Черкащини, систематизацію їх.

Ключові слова: фразеологізми, преса, газета, інформація, публіцистика.

Українська фразеологія формувалася впродовж багато вікового історичного розвитку мовотворчості нашого народу, його зв'язків з іншими етносами. Фразеологізми (разом із іншими категоріями лексичних одиниць) найповніше й образно відображають матеріальне й духовне життя народу. Вони окреслюють не тільки предметну, а й естетичну інформацію: пробуджують уяву, викликають переживання у слухачів, прикрашають мову, передають дух народу. Фразеологізми вживають майже в усіх стилях мовлення, вони мають чітко виражене стиліове призначення, яке залежить від наявності емоційного забарвлення.

Варто звернути увагу на проблему використання фразеологічного фонду мови в публіцистичних текстах, бо номінативний інвентар публіцистики в основному поповнюється завдяки фразеологізмам. Оскільки в матеріалах місцевої преси відображається мовна свідомість черкасців, то й метою статті є дослідження ролі фразеологізмів в текстах газет і журналів. Джерельною базою дослідження були періодичні видання Черкащини: «Черкаський край», «Вечірні Черкаси», «Місто», «Прес-Центр», «Молодь Черкащини», (опубліковані впродовж 2007 – 2008 рр).

Фразеологія є одним із знакових репрезентантів етносвідомості. Вона містить в собі культуру народу, його традиції, уявлення про світ. Як самостійна лінгвістична дисципліна фразеологія виникла в 40-х роках ХХ ст. У працях Ш. Баллі, Ф. Фортунатова, О. Шахматова, О. Потебні було закладено підґрунтя фразеологічної теорії. Роботи О. Смирницького, О. Ахманової відобразили системний підхід до питань фразеології. Вперше основні поняття фразеології, її межі, типологію фразеологізмів у російській лексикології найбільш ґрунтовно розроблені В. Виноградовим. З. Поповій, В. Жукову, М. Копеленко, А. Куніну, А. Амосовій належать фразеологічні методи дослідження фразем, що пов'язані з означенням фразеології як науки. Ю. Гвоздарьову, С. Гавріну належать методи дослідження з вивченням процесів фразетворення в їхньому функціональному аспекті. М. Швинський, А. Федоров, О. Молотков, І. Чернишева вивчають системну впорядкованість фразеологічного складу. В. Мокієнко, Р. Попов досліджують його історичний

розвиток [8; 641 – 645]. В. Телія, В. Гак, Л. Авсент'єв, В. Ужченко приділяють увагу номінативному аспекту фразеологізмів на сучасному етапі. У «Нарисах з української фразеології» О. Селіванова розглядає етнокультурний й психокогнітивний аспекти української фразеології.

На сьогоднішній день актуальними залишаються дискусійні проблеми фразеології: семіотична і номінативна природа фразеологізмів як результат вторинної номінації чи інших номінативних механізмів; межі фразеологічного масиву мови та співвідношення фразеологізмів із пареміями; класифікація фразеологізмів, їхні мотиваційні особливості в діахронії та синхронії; чинники зрушення у плані вираження і змісту фразеологізмів; співвідношення фразеологізмів із текстом і дискурсом; відображення у фразеології етносвідомості й культури [8, с. 641].

Відіграючи важливу роль, маючи велике значення, узуальні фразеологізми, що вживаються в різних стилях, фразеологізми, притаманні публіцистиці та трансформовані фразеологізми зустрічаються у матеріалах преси м. Черкас. Переконатися в цьому можна, розглянувши деякі приклади. Фразеологізм зі значенням психоемоційного стану людини – серце краялося допоміг віддзеркалити внутрішню напругу ситуації: Коли бачив Максим обличчя хворого батька, в нього аж серце краялося (Вечірні Черкаси, 6 грудня, 2007, с. 5). Для вираження «здивування стосовно чого-небудь або захоплення чимось» вживають фразеологізм чудеса в решеті [11, с. 958]: Такі вже були чудеса в решеті (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 3). В публіцистичний текст ця фраза внесла емоційно-експресивний елемент. Фразеологізм не кривити душею – «бути правдивим» урізноманітнив мову публікації [11, с. 272]: Коли серед кращих учасників вибирали переможців конкурсу, то не кривили душею (Вечірні Черкаси, 6 грудня 2007, с. 40).

Узуальні фраземи, характерні для розмовного мовлення використовує журналіст у своїй статті на морально-етичну тему: Гарною була дівчина, що очей не відірвати. Закрутила вона голову молодому Миколі, що йому й досі не з медом живеться... (Вечірні Черкаси, 6 грудня 2007, с. 5). Два значення реалізує фразеологізм не з медом живеться: «1. Погано, нелегко комусь живеться; 2. Тяжко, скрутно комусь» [11, с. 482]. Невичерпним, живим джерелом є українська фразеологія, яка надає мові публіцистики неповторних рис національного характеру, своєрідного колориту, збагачує її.

В текстах газет, використовуючи стійкі сполуки, журналісти описують економічне життя міста й області: І ще в одного слуги народу – секретаря сільської ради розігрався апетит (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 3). Стійкі сполуки слуга народу – книжне, високе «людина, яка своє життя присвятила для служіння кому-небудь» та знижене – розігрався апетит. Таке використання поряд фразем зниженого (розмовного) стилів та високого (книжного) призводить до іронії «стилістичної фігури, що ґрунтується на приховуванні за удавано серйозними речами комічного, за позитивною оцінкою негативного, на вживанні слів і висловлювань в буквальному утвердженому змісті» [8, с. 98].

Нерідко журналісти використовують і метафорично мотивовані фразеологізми для того, щоб надати тексту образності й експресивності. Представники когнітивної семантики М. Джонсон і Дж. Лакофф розглядали метафору як розуміння однієї концептуальної сфери в термінах іншої [2, с. 387 – 389]. В когнітивній лінгвістиці механізм концептуальної метафори пояснюється зближенням області – цілі (target concept/domain) та області – джерела (source concept/domain). Концептуальний референт, або область – ціль розглядаємо як концепт, ідентифікований з допомогою метафори. Концептуальний корелят, або область – джерело розуміємо як концепт, що використовують для порівняння. Підгрунття метафори (cross – mapping) утворює відповідність між референтом і корелятом [12, с. 122]. Основні компоненти метафори як донорську й раціпієнтну сфери визначила К. Рахіліна [4, с. 381]. Донорську сферу метафор, що відображають внутрішній стан людини черкаські журналісти асоціюють з вогнем. Наприклад, радість, збудження передає фразема *горять очі* – «чий-небудь вигляд виражає почуття гніву, радості, збудження» [10, с. 598]: *Горіли очі в тренера, що спостерігав за грою (Молодь Черкащини, 29 жовтня, 2008, с. 3)*. Для експресивного позначення психоемоційних станів людини використовують метафори, які є відбитком етносвідомості, що надає очам властивість випромінювати світло (очі розгорілися, іскри сиплються з очей, очі запалали) [7, с. 95]. Передає почуття страху фразеологізм *боятися як вогню* – «дуже боятися»: *Браконьєри боялися перевірок лісничого Івана Івановича як вогню (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 4)*. Стосовно цього висловила свою думку О. Селіванова: «Аналогізація психоемоційного стану зі стихією вогню є регулярним когнітивним процесом людської свідомості, що відбивається в мові» [7, с. 117].

У фразеології донорською сферою метафоричних процесів виступає прецедентний феномен – «компонент знань, позначення та зміст якого відомий представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний й використаний у когнітивному й комунікативному плані» [8, с. 492]: *Бути чи не бути новому спортивному майданчику? (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 2)*; *На міському Олімпі також відбулися зміни... (Вечірні Черкаси, 6 грудня, 2007, с. 23)*. Фонові й енциклопедичні знання адресатів – це підгрунття для розуміння текстів, які вміщують в собі прецедентний феномен: *Бути чи не бути?* – це питання, яке задає персонаж трагедії «Гамлет», написаної В. Шекспіром; *Олімп* – назва гори у Греції, де згідно з давньогрецькою міфологією, жили та проводили свої зібрання боги. Існує й переносне значення лексеми, що подається в тлумачному словнику: *Олімп* – «верхівка якогось суспільства, вибране коло» [9, с. 599].

Часто в текстах черкаської преси можна прочитати фразеологізми, основи яких складають орієнтаційні метафори, що виникли шляхом поєднання двох процесів: 1) параметр простору навколишнього світу перенесений на

концептосферу людина; 2) просторові орієнтири зближені з аксіологічною сферою: Відтоді бойовий побратим Андрія Кіндратовича був призначений керівництвом на високу посаду (Прес-Центр, 30 квітня, 2008, с. 19); Ніхто й здогадуватися не міг, що цей чоловік займе таке високе становище... (Місто, 3 січня, 2008, с. 11). Орієнтаційними такі метафори визнали М. Джонсон і Дж. Локофф, оскільки із просторового орієнтиру світу впливає інтеграція концептуальних сфер [2, с. 396]. Висвітлення сфери оцінок добре – погано являється результатом цього процесу. Тому О. Селіванова назвала їх аксіологічними [6, с. 144].

Загалом, все те, що піднімається вгору, зростає прийнято вважати як позитивне, а те, що спадає, тягнеться вниз оцінюється як негативне: З кожним роком йде на спад кількість людей, що проживає в селі (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 6); Для кар'єрного злету лейтенанта важливу роль відіграла торішня зимова пригода (Прес-Центр, 30 квітня, 2008, с. 19). Проте від контексту чи ситуації, що склалася залежить шкала цінностей. Зростання за певних умов може бути сприйняте суспільством негативно, а спад – позитивно: До нових висот піднялась і майстерність злодіїв (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 4); Продовольча криза, спровокована підвищеним апетитом країни – агресора, призвела до паніки серед населення (Молодь Черкащини, 29 жовтня, 2008, с. 4); Йде на спад кількість бажаючих скористатися послугами нетрадиційної медицини (Прес-Центр, 30 квітня, 2008, с. 3). Основою фраземи підвищений апетит, з чітко вираженою негативною оцінкою – «настійне прагнення щось мати» [9, с. 33] є перенесення на продовольчу сферу параметрів простору навколишнього світу в поєднанні з концептом людина. «У метафоричному процесі, котрий завжди є суб'єктивним, проступає суб'єктивне відношення творця метафори до вибору допоміжного об'єкта, образно – асоціативний ореол якого характеризує негативну чи позитивну цінність позначеної реалії», - вважає В. Телія [11, с. 4].

Фразеологію публіцисти використовують і в тому вигляді, в якому вона існує в мові, а також змінюють її, обновляючи структуру, семантику, експресивно-стилістичні властивості фразеологічних зворотів. На думку Д. Резеншталя: «Створюються нові смислові відтінки, з'являється нова художня якість фразеологізмів, збагачуються зв'язки слів, утворюються індивідуальні звороти за аналогією з існуючими в мові фразеологізмами» [5, с. 9]. Для аналізу економічної сфери у публіцистичному тексті можна скористатися трансформованими фразеологізмами: Гривня, на жаль, не стала тією першою валютною ластівкою, яка враз полетіла вгору (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 3). Трансформований фразеологізм – перша валютна ластівка (порівняти: перша ластівка – «початкове у появі чого-, кого-небудь» [11, с. 417]), основою якого є процес метафоризації, ґрунтований на переорієнтації знаків концептосфер птах (ластівка, полетіти) – гроші (гривня, валютна).

Автори публікацій змушені шукати відповідні засоби для вираження потреб газетної комунікації, для прагнень відобразити новонароджену думку не чітко встановленими стандартними формами, для намірів відобразити реальну ситуацію в потрібному ракурсі. Л. Щерба говорив, що засоби для їхнього вираження присутні в самому мовному матеріалі – системі образів, шаблонів, зворотів. Вони, не існуючи в готовому вигляді, «лише закладені у вигляді можливостей і лінії мовної поведінки» [1, с. 117]. Як гнучкий мовний засіб для реалізації в тексті постановленого комунікативного завдання журналісти, готуючи інформацію для черкаських газет, використовують трансформаційні можливості фразеологічних зворотів: Вітерці змін вже чухали спину приватним підприємцям (Вечірні Черкаси, 6 грудня, 2007, с. 1). Вітерці змін – (пор. з російським ветер перемен – «переносное книжное: о новых, свежих, касающихся общественной жизни, веяниях» [3, с. 77]). За допомогою суфікса суб'єктивної оцінки -ець: не вітер, а вітерець – незначне явище і за допомогою поєднання розмовного та книжного стилів передається іронія.

Бити по кишені, бити по гаманцю – це узуальні фразеологізми, які часто зустрічаються на сторінках черкаської преси: Вдарить по кишнях автолюбителей і чергове підвищення ціни на пальне (Вечірні Черкаси, 6 грудня, 2007, с. 32); Курсова криза вдарила по гаманцях тих, хто отримав валютні кредити (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 3). Вдарила по гаманцях – (пор.: з російським бить по карману – «приносить убыток» [3, с. 267]).

Зміна на тренерському містку відбулася в чоловічій баскетбольній команді (Молодь Черкащини, 29 жовтня, 2008, с. 3) – пор.: на капітанському містку.

В текстах черкаських журналів і газет використовують фразеологізми, властиві публіцистиці: фінішна пряма – стадія завершення чогось, життєва стежина – людське життя: Багато чого зазнав поет на життєвій стежині (Черкаський край, 31 жовтня, 2008, с. 2); На фінішній прямій підготовка до весняного свята (Молодь Черкащини, 29 жовтня, 2008, с. 4).

Отже, основний принцип публіцистики, що полягає в поєднанні штампу й образності, знайшов своє відображення в текстах друкованої преси м. Черкас. Через часте використання велика кількість фразеологізмів позбавляється своєї експресивності, образності й свіжості і разом з тим збагачує та увиразнює мову черкаських газетних публікацій. Набуває дедалі більшої популярності перспектива дослідження ролі фразеологізмів у текстах черкаської преси.

Список використаних джерел

1. Бондаренко В. Т. Номинализация устойчивых фраз в русской речи // Филологические науки. – 1990. – №1. – С. 113–118.
2. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 387–416.
3. Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. – М.: Русский язык, 1990. – 921 с.
4. Рахилина Е. В. Основные идеи когнитивной семантики // Фундаментальные направления в современной американской лингвистике. – М., 1997. – С. 370–389.
5. Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика. – М.: Мир и образование, 2003. – 384 с.
6. Селиванова Е. А. Когнитивная ономаксиология: монография. – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.
7. Селиванова О. О. Нариси з української фразеології (психокомунікативний та етнокультурний аспекти). – К. – Черкаси, 2004.
8. Селиванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К, 2006. – 716 с.
9. Сучасний тлумачний словник української мови / за заг. ред. В. В. Дубічинського. – Харків: Школа, 2006. – 1008 с.
10. Телия В. Н. Введение. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1998. – С.3–9; 26–52.
11. Фразеологічний словник української мови / уклад. В. М. Білоноженко та ін. – К.: Наукова думка, 1993. – 984 с.
12. Lipka L. An Outline of English Lexicology. – Tubingen, 1990. – 122 p.
13. «Вечірні Черкаси», 6 грудня, 2007 р.
14. «Місто», 3 січня, 16 квітня, 4 червня, 2008 р.
15. «Молодь Черкащини», 29 жовтня, 2008 р.
16. «Прес-Центр», 30 квітня, 2008 р.
17. «Черкаський край», 31 жовтня, 2008 р.

References

1. Bondarenko V. T. Nominalyzatsiya ustoichyvukh fraz v russkoi rechy // Fylolohycheskye nauky. – 1990. – №1. – S. 113-118.
2. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafory, kotorumy mu zhyvem // Teoryia metoforu. – M., 1990. – S. 387-416.
3. Ozhegov S. Y. Slovar russkoho yazuka / Pod red. N. Yu. Shvedovoi. – M.: Russkiy yazyk, 1990. – 921 s.
4. Rakhylyna E. V. Osnovnye ydey kohnytyvnoi semantyky // Fundamentalnye napravleniya v sovremennoi amerykanskoi lynchvystyke. – M., 1997. – S. 370-389.
5. Rozental D. E. Spravochnyk po russkomu yazyku. Praktycheskaia stylystyka. – M.: Myr y obrazovanye, 2003. – 384 s.

6. Selyvanova E. A. Kohnytyvnaia onomaksyolohyia: Monohrafyia. – K.: Fytosotsyotsenr, 2000. – 248 s.
7. Selivanova O. O. Narysy z ukrainskoi frazeolohii (psykhokomunikatyvnyi ta etnokulturnyi aspekty). – K. – Cherkasy, 2004.
8. Selivanova O. O. Suchasna lnhvistyka: terminolohichna entsyklopediia. – Poltava: Dovkillia – K., 2006. – 716 s.
9. Suchasnyi tлумachnyi slovnyk ukrainskoi movy / Za zah. red. V. V. Dubichynskoho. – Kharkiv: Shkola, 2006. – 1008 s.
10. Teliia V. N. Vvedenye. Metafora kak model smyslproyuzvodstva y ee ekspressyvno-otsenochnaia funktsyia // Metafora v yazuke y tekste. – M.: Nauka, 1998. – S.3-9; 26-52.
11. Frazeolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy / Uklad.: V. M. Bilonozhenko ta in. – K.: Naukova dumka, 1993. – 984 s.
12. Lipka L. An Outline of English Lexicology. – Tubingen, 1990. – 122 p.
13. «Vechirni Cherkasy», 6 hrudnia, 2007 r.
14. «Misto», 3 sichnia, 16 kvitnia, 4 chervnia, 2008 r.
15. «Molod Cherkashchynu», 29 zhovtnia, 2008 r.
16. «Pres-Tsentr», 30 kvitnia, 2008 r.
17. «Cherkaskyi krai», 31 zhovtnia, 2008 r.

Стаття надійшла до редакції 10.04.2018 р.

Д. О. Чупанова

Фразеологический фонд языка в материалах черкасской прессы

В статье дана характеристика фразеологизмов в материалах черкасской прессы. Цель статьи заключается в том, чтобы исследовать роль фразеологизмов в текстах журналов и газет. Главной задачей является анализ трансформаций фразеологических единиц в печатных изданиях черкасской прессы, систематизация их.

Ключевые слова: фразеологизмы, пресса, газета, информация, публицистика.

D. O. Chupanova

Phraseological foundation of language in materials Cherkas press

The article describes the phraseologisms in the materials of the Cherkassy press. The purpose of the article is to examine the role of phraseologisms in the texts of magazines and newspapers. The main task is to analyze the transformations of phraseological units in the Cherkasy region publications, systematization of them.

Keywords: phraseologisms, press, newspaper, information, journalism.