

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СТІЙКИХ СПОЛУЧЕНЬ СЛІВ У ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ

Пашинська Л. М.

*Київський національний лінгвістичний університет*

Стаття присвячена механізмам трансформації і функціонуванню стійких сполучень слів, які активно виявляються в дискурсі газет – тій сфері мови, яка найперативніше реагує на нові явища й тенденції творчого використання мовних одиниць.

*Ключові слова:* фразеологізм, мас-медіа, трансформація.

The article is devoted to the mechanisms of transformation and functioning of stable combinations of words that are active in the discourse of the media - the sphere of language which most expeditious responsive to new developments and trends in the creative use of language units.

*Key words:* phraseological, mass-media, transformation.

У мові сучасних українських мас-медіа активізувалася тенденція до оновлення компонентного складу стійких сполучень слів і висловів, яка досягається трансформаціями, обігруванням, пародіюванням фразеологічних одиниць тощо (І. С. Гнатюк, О. І. Андрейченко, А. М. Григораш, Л. Б. Давиденко, О. О. Калякіна, К. І. Мізін, О. Г. Важеніна, М. М. Гавриш, Н. І. Кочукова, А. І. Мамалига, Т. П. Свердан та ін.). Дослідники виявляють постійну динаміку в значенні й структурі фразеологізмів, викликану прагненням до виразності. Авторська трансформація стійких одиниць завжди зумовлена певними стилістичними настановами й завданнями. Одним з перших дослідників, хто розглядав контекстуальне перетворення ФО як закономірне мовне явище, був О. В. Кунін. Він зазначав: “У разі оказіонального вживання фразеологічних одиниць можлива заміна компонентів, уклинювання слів і варіантних сполучень, часто ускладнене лексичними змінами, додавання нових компонентів, синтаксична деформація, часто ускладнена лексичними змінами. У разі оказіонального вживання фразеологічних одиниць у певних контекстах вони дають додаткову інформацію, обсяг якої вимірюється ступенем відхилення від їхнього звичайного вживання” [3, с. 10].

Механізми трансформації стійких сполучень слів і висловлень активно привертають увагу мовознавців, однак єдиного погляду на це явище немає. Існує чимало визначень трансформації (модифікації) фразем, які зводяться до таких формулювань: 1) трансформація фразем – це релевантні зміни в лексичному складі, синтаксичній структурі, семантиці, за яких узально стала форма ФО протиставляється її оказіональній формі [1, с. 89]; 2) трансформації стійких одиниць – це зміни, викликані їх актуалізацією в особливих контекстуальних умовах, що увиразнюють повідомлення шляхом вираження експресивної інформації [2, с. 168]; 3) фразеологічна трансформація – це видозміна фразеологічних одиниць з певною стилістичною настановою [6, с. 127]; 4) фразеологічні трансформації – це зміни, які уможлиблюють сполучення фразеологізму зі словами такого лексичного ряду, з якими він як мовна одиниця в межах норм сполучатися не може [5, с. 192] та ін.

Сама природа фразеологізмів, насичених яскравою образністю, стильовим забарвленням, створює передумови для їх використання в експресивному і передусім у художньому і публіцистичному мовленні. Талант автора мас-медійного спілкування полягає в умінні відібрати потрібний матеріал, творчо опрацювати й використати експресію з готового національного джерела і ввести його в текст. Унаслідок цього з'являються нові художні образи, жартівливі вирази, несподівані каламбури, пор.: *Слово – не горобець, вилетіло – розплачується* (УМ, 30.07,

2003); **На силу теж є кулаки:** зачисткою блокадного “редута” правоохоронці спровокували масові протести (УМ, 14.03, 2017); **Галопом по Марокко:** чим вражає Африканське Королівство (УМ, 05.04, 2017); **Наомі вважає, що виростає з коротких подіумних штанців, а тому хоче податися у кіноактриси** (УМ, 25.05, 2004). У результаті фразеологічного новаторства публіцистів виникають оригінальні словесні образи, в основі яких “обіграні” стійкі вирази. Творче опрацювання фразеологізмів надає їм нових експресивних відтінків, посилює виразність. Найчастіше автори текстів перетворюють фраземи, які мають високий ступінь стійкості лексичного складу й виконують у мові експресивну функцію. Модифіковані фразеологізми при цьому зберігають художні цінності загальнонародних – образність, афористичність, ритміко-мелодійну впорядкованість.

Типовою позицією для усталених одиниць у ЗМІ є абсолютний початок тексту – заголовок, який допомагає проєктивно задати оцінку описуваному матеріалу, зацікавити читача, спрямувати його увагу, чому сприяють виразові якості стійких одиниць: конденсація думки, афористичність, образність, експресія. Заголовок як сигналізатор змісту певного матеріалу (1) загострює увагу читача на змісті; (2) стисло повідомляє про сам зміст; (3) концентровано відображає головну думку автора; (4) спонукає до прочитання надрукованого; (5) підвищує ефективність засвоєння прочитаного; (6) експлікує культурні константи, фонові знання адресата [7, с. 260]. Специфікою заголовків-фразеологізмів є те, що вони, як правило, дають образну характеристику і оцінку подальшого тексту, не розкриваючи його змісту при цьому. Навпаки, сам мас-медійний текст має розкрити зміст образного заголовка, підтвердити влучність оцінки, напр.: **Гроші не пахнуть. Але щоб настільки?! Вітчизняні урядовці заради політичної та економічної допомоги Росії любіють кабальні для держави рішення** (УМ, 12.09, 2008); **Гривню шкоча:** чи підє Гондарєва у відставку і якими можуть бути її наслідки (УМ, 02.03, 2017); **Українська крапля в морі кіно у Венеції.** Фільм, співпродюсером якого виступив українець, відібрали в конкурсну програму Венеціанського кінофестивалю (УМ, 08.08, 2009); **Кредит гривню збереже.** Долар падатиме до кінця літа, а євро наприкінці липня має подорожчати (УМ, 14.07, 2010); **Канікули нардепам тільки сняться.** Блокада трибуни не дозволила навіть закрити сесію ВР (УМ, 11.07, 2009); **Приїхав, поговорив, переміг.** Перше європейське турне Обама стало тріумфом (УМ, 08.04, 2009).

В одних випадках, заголовний стійкий зворот обігрується в тексті, підвищуючи тим самим експресивну функцію останнього, в інших, – заголовок не має співвіднесеності з конкретною одиницею в тексті, пор.: **На вихід, батюшко!** Українські віряни продовжують “прощатись” із Московським патріархатом. Ще одна церковна громада Тернопільщини вирішила розпрощатися з Московським патріархатом (УМ, 15.02, 2017); **Новий гравець у “Прем’єр-лізі”:** Порошенко збирається замінити Гройсмана на Луценка. У квітні добігає кінця перший рік прем’єрства Володимира Гройсмана. Щоб пролонгувати перебування на посаді, главі уряду необхідно представити парламенту програму дій на найближчий рік, і в разі схвалення такої програми команда чинного Прем’єра отримає імунітет від відставки (УМ, 17.01, 2017); **Сам пішов.** Томенко подав у відставку за кілька годин до того, як його “пішли” (УМ, 09.09, 2005); **Від шуму до буму – один крок. Або два.** Новопризначений голова Держбуду України Валерій Череп під час представлення апарату комітету пообіцяв, що у країні буде будівельний бум (Д, 12.06, 2001).

Мовний матеріал дає підстави вважати, що фразеологічні заголовки виявляють самодостатність у реалізації прагматичної інформації [4, с. 74]. Важлива, актуально значуща інформація, яка підтримується особистісним ставленням автора до тієї чи іншої ситуації, факту, події, особи, змісту, наприклад, подається в таких заголовках-трансформах: **Стефаник – хоч куди козак.** Предки знаменитого новеліста переселилися на Галичину після зруйнування Запорозької Січі (УМ, 03.08, 2003), пор. рядок з “Енеїди” І. Котляревського “Еней був нарубок моторний. І хлопець хоть куди козак”; **Його “Тринадцята” минула.** Зірка телесеріалу “Доктор Хаус” Олівія Уайльд тепер стала ще й жінкою вільною. Актриса, відома за роллю інтерна

Ремі на прізвисько “Тринадцять”, розлучилася з чоловіком (УМ, 11–12.02, 2011), пор. поезію Т. Г. Шевченка “Мені тринадцятий минало”; **Дві сторони однієї десятки.** Дві сотні киян вишикувалися в живий ланцюг, відстоюючи вулицю Івана Мазети (УМ, 13.07, 2010), пор. *дві сторони однієї медалі*.

Модальність заголовка, його функціональна номінативність, здатність актуалізувати думку підтримується такими засобами в його структурі, як інтонація, звертання, порівняння, експресивні частки, вигуки, вставні слова тощо, напр.: **Ух, ух, солом’яний дух.** У Музей-квартирі Павла Тичини триває виставка дідухів та виробів із соломи “Радуйся, земле” (УМ, 13.01, 2005); **Затишишя. Перед чим?** Найважчий для опозиції день – коли нема роботи (УМ, 03.12, 2004); **Кличко, як і Бог, любить трійцю.** У родині українського боксера Віталія Кличка народилася третя дитина (УМ, 05.04, 2005).

До особливостей фразеологізованих заголовків-трансформ варто віднести можливість їх використання в різноманітних комунікативних типах висловлення, які містять:

– запитання: **Біжимо попереду чи стрибаємо в “останній вагон”?** (Д, 28.09, 2001); **“Мохеровий кардинал”:** чому Польща вимагає від України переглянути свою історію? (УМ, 08.02, 2017); **Що СОТ приїдешній нам готує?** (УМ, 06.02, 2008); **Газ – усьому голова?** (УМ, 17.08, 2006); **Час розбирати каміння?** (УМ, 22.02, 2011); **Світло в кінці глухого кута?** (УМ, 04.03, 2008); **Тихо їдуть. Далі будуть?** (УМ, 15.11, 2007); **Удруге в ту ж річку?** (УМ, 03.03, 2010); **Чи засоєні уроки?** (Д, 22.01, 2018);

– заклик, наказ, прохання, побажання тощо, виражені окличними реченнями: **Боржники, гроші – на бочку!** (УМ, 23.10, 2003); **3 бідного двісті тисяч – комфорт ... сильнішому!** (УМ, 05.06, 2007); **Слава Україні! Героям – суд** (УМ, 13.01, 2011); **Щоб кожен жив на таку стипендію!** (УМ, 26.06, 2001); **Хто не з нами, той Пинзеник!** (УМ, 20.11, 2008);

– розповідь: **Під “лежачий” велосипед дорога тече** (УМ, 29.05, 2009); **Поганому мерові намети завважають** (УМ, 04.09, 2007); **Багаті теж худнуть** (УМ, 12.03, 2009); **Америка підкладає Європі свиню. І не одну** (УМ, 17.04, 2009); **Чим далі в ліс, тим дорожча сотка** (УМ, 30.10, 2008); **Із українців по нитці – уряду реформа** (УМ, 18.02, 2011); **Депутати – собі не вороги** (УМ, 24.01, 2017); **Зі світу по краплині – черкащанам океан води. Питної** (УМ, 13.05, 2004); **Хтось там бреше, а караван іде** (УМ, 19.04, 2006); **Бідні, бо дурні: понад 15,6 % українців готові продати свій голос на виборах за 500 гривень** (УМ, 31.01, 2018). Вимовлені з відповідною інтонацією заголовки не тільки розкривають тему висловлення, його смислово важливість, актуальність, але й виражають конкретні емоції – іронію, сумнів, зневагу, осуд, надію, хвилювання, згоду чи незгоду автора з тією чи іншою ситуацією тощо.

Фразеологізми в ролі заголовків, як засвідчив матеріал, дуже часто модифікуються, що тісніше пов’язує їх з текстом, авторським задумом, надає певного стилістичного увиразнення, привертає увагу читача. Найпоширенішими прийомами серед таких є:

1) заміна одного або кількох компонентів, коли нововведені лексеми проектуються на пропущені елементи, з якими не пов’язуються за смыслом: **Кордон до Києва довів** (УМ, 02.02, 2010), пор. *язик до Києва доведе*; **Хто платить гроші, той і арку замовляє** (УМ, 18.05, 2004), пор. *хто платить гроші, той і музику замовляє*; **Одна зарплата – добре, а дві чужі – краще.** КРУ провела перевірку у вузах (УМ, 17.04, 2003), пор. *одна голова добре, а дві – краще*; **Не все “їдцям” масниця.** На Стрітення місцева влада в Долині організувала презентацію пропрезидентського блоку “За єдину Україну!” (УМ, 19.02, 2002), пор. *не все коту масниця*; **Дефолт у кінці тунелю** (УМ, 16.02, 2010), пор. *бачити світло в кінці тунелю*; **Час – нафта** (Д, 07.09, 2001), пор. *час – гроші*; **Що суд приїдешній нам готує?** (УМ, 09.04, 2003), пор. *що день приїдешній нам готує*; **За курку гроші.** Рада дозволила 60 % дотацій віддати великим агрохолдингам (УМ, 27.03, 2018), пор. *знов за рибу гроші*. У результаті заміна того чи того компонента сталого вислову іншим часто спричинює зміни його смислу;

2) розширення компонентного складу ФН за рахунок введення додаткових компонентів: **Фінанси співають виборам романси** (УМ, 04.11, 2008); **З ким у парламенті поведешся, того й наберешися** (УМ, 12.05, 2001); **Хлопчик для биття. І дівчинка** (УМ, 27.05, 2008); **Андрій Ніцой: “Влада виробила стратегію, як позбутись майбутніх Майданів”** (УМ, 28.03, 2018); **Союз як корова язиком злизала** (УМ, 16.06, 2009); **Американська коса на іракський камінь** (УМ, 30.07, 2002); **“Удар у спину воюючій Україні”: Парубій про польський “антибандерівський” закон** (УМ, 06.02, 2018). Такий тип трансформації фразем підсилює інформативну функцію заголовків, які отримують можливість розкрити зміст медійного матеріалу;

3) усічення компонентних елементів фразеологізмів створює ефект підсиленого очікування: **“З півслова...”** (Д, 21.03, 2018), пор.: *розуміти з півслова; Гуртом добре бити. У білоруській екстралізії “Сокіл” розстроцив “Керамін”, показавши неймовірну реалізацію більшості* (УМ, 02.02, 2010), пор. *гуртом добре й батька бити; Двічі в одну річку. Екс-“губернатор” Євген Кушнарєв передумав іти з обласного депутатства* (УМ, 02.09, 2005). Дієвим засобом трансформації є усічення заголовка-сталого виразу, в якому замінений один чи кілька компонентів, пор.: **Одна голова – добре...** (УМ, 15.04, 2008); **“Камінь” за пазухою** (УМ, 29.11, 2008); **Посада – не вовк** (УМ, 20.03, 2009); **Разом їх багато...** (УМ, 20.06, 2009); **Не відкладай на після виборів** (УМ, 17.11, 2010). Уживання в заголовках медійних текстів фразеологізмів у модифікованому вигляді свідчить про авторські пошуки експресії, бажання зробити заголовок яскравішим, привабливішим, переконливішим. Зміни будови стійких зворотів дозволяють авторам уникати штампів і створювати нові експресивні засоби для підсилення інформативності. Двопланове розуміння фраземи-заголовка найчастіше можна виявити, лише ознайомившись з широким контекстом.

Заголовний модифікований стійкий зворот може обіграватися і в фіналі тексту, що надає стрункості усьому матеріалу, робить його завершеним у композиційно-структурному відношенні. Оцінна функція такого заголовка налаштовує читача на особливе сприйняття матеріалу, що посилюється повторюваною фінальною кінцівкою тексту, напр.: **“Ілліч-баба” і 40 наймитів. ... після випадку в Іллічівському районі Маріуполя, де 29-річна жінка “причарувала” не одного молодого чоловіка, а цілий гурт лобурів. Намагаючись догодити своїй пані, молодики готували їй їжу, прали, наводили порядок у будинку. І все це лише за певну порцію наркотичного зілля, на яке у парубків не вистачало коштів. Ті, хто не мав грошей, потрапляли у повне розпорядження “Ілліч-баби” і чвалали до неї виконувати всю роботу по господарству** (УМ, 14.05, 2002 – тут використано зі стилістичною метою індивідуально-авторську трансформацію назви арабської казки *“Алі-Баба і 40 розбійників”*). Фінальне okazionale утворення дає оцінку тій інформації, яка закладена в тексті.

Уведення модифікованих стійких словосполучень у заголовки медійних текстів стає особливим засобом мовної експресії, яка сприяє посиленню ефективності сприйманого. Вжитий у заголовку трансформований фразеологічний зворот не лише виконує функцію встановлення контакту або привернення уваги до змісту інформації, але й підпорядковує собі весь наступний контекст семантично і структурно. Заголовний трансформований стійкий зворот, обіграваний у кінцевій позиції тексту, підсумовує сказане вище й конденсує в собі всю прагматичну інтенцію його відправника.

### Література

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка : [учеб. пособ. для студ. пединст. по специальности “Иностранный язык”] / Арнольд Ирина Владимировна. – М. : Просвещение, 1990. – 300 с.
2. Бойченко Н. О. Стійкі дієслівні сполуки у публіцистичному тексті: типологічні ознаки та експресивний потенціал : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова” / Бойченко Наталія Олександрівна. – К., 2002. – 192 с.

3. Кунин А. В. Фразеологические единицы и контекст / А. В. Кунин // Иностр. яз. в школе. – 1971. – № 5. – С. 2–15.
4. Михайлова Г. И. Процессуальные фразеологизмы в функции заголовка газетных публикаций / Г. И. Михайлова // Фразеологизм: семантика и форма // Сб. ст., посв. юбилею В. А. Лебединской / отв. ред. Н. Б. Усачёва. – Курган : Изд-во Кург. гос. ун-та, 2001. – С. 74-77.
5. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка / Александр Иванович Молотков. – Л. : Наука, 1977. – 280 с.
6. Пашинська, Л. М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському мас-медійному дискурсі : автореф. дис. канд. філол. наук. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України / Л. М. Пашинська. – К., 2011. – 23 с.
7. Пономарів О. Д. Стилiстика сучасної української мови : [пiдручник] / Олександр Данилович Пономарiв. – К. : Либiдь, 1993. – 248 с.
8. Ужченко В. Д, Ужченко Д. В. Фразеологiя сучасної української мови : [навч. посiбник] / Вiктор Дмитрович Ужченко, Дмитро Вiкторович Ужченко. – К. : Знання, 2007. – 494 с.

**Джерела ілюстративного матеріалу**

Д – газета “День”, УіСС – газета “Україна і світ сьогодні”, УМ – газета “Україна молода”.