

УДК 811.161.2: 378.147

## ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ТРАНСФОРМИ В НОВІТНЬОМУ МЕДІАТЕКСТІ У НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

**Наталія Скиба**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Інститут філології,  
кафедра української та російської мов як іноземних,  
бульв. Тараса Шевченка, 14, кімн. 61, 01601 Київ, Україна,  
тел. : 044 239 34 39  
ел. пошта: skyba7@yahoo.com*

Наголошено на важливій ролі медіаосвіти у вивченні української мови як іноземної. Розглянуто один з аспектів у галузі сучасної медіаосвіти – функціонування у медіатексті фразеологічних одиниць, зокрема оказіональної фразеології.

*Ключові слова:* методика викладання української мови як іноземної, медіаосвіта, медіатекст, трансформації фразеологічних одиниць, структурно-семантичні трансформації, оказіональна фразеологія.

На сучасному етапі розвитку суспільства спостерігаємо, як зростає роль засобів масової інформації та комунікації (телебачення, мультимедійні комп'ютерні системи, Інтернет, друковані ЗМІ, кіно), без використання яких ми вже не можемо уявити наше життя загалом і освіту зокрема. В умовах інформаційного суспільства, яке вимагає від фахівців-мовників не тільки високої кваліфікації, але й уміння критично і творчо мислити, вдосконалюватися й адаптуватися до швидкозмінних потреб соціуму, перед викладачем української мови як іноземної стоїть комплекс непростих завдань. Потрібно навчити студента орієнтуватися в інформаційному просторі України і світу: вміння знаходити і передавати важливу інформацію, аналізувати її, відокремлювати істину від фальші. Отже, актуальним компонентом сучасної освіти може стати медіаосвіта.

На думку провідного російського спеціаліста в галузі медіаосвіти О. В. Федорова, „медіаосвіта – це процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих і комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різноманітних форм самовираження за допомогою медіатехніки” [6: 25]. Під медіатекстом розуміється повідомлення, передане у будь-якому виді і жанрі медіа, в інтернет-енциклопедії Вікіпедія, інших інтернет-ресурсах, зокрема газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм тощо.

Засоби масової інформації, їхній зміст і способи передачі інформації є багатим джерелом для того, хто вивчає іноземну мову. Медіатексти – це автентичне джерело актуальної інформації лінгвістичного, соціокультурного, лінгвокраїнознавчого характеру. За допомогою медіатексту можна ознайомитися з новітніми лексико-стилістичними змінами мови, а також із сучасними тенденціями її розвитку. Крім цього, і це є дуже важливим для іноземного студента, через мовну структуру він дізнається багато цікавої та корисної імпліцитної інформації про суспільство, мову

якого він вивчає. Варто також звернути увагу на лексико-граматичні і стилістичні зміни мови новітнього українського медіатексту, на співвіднесеність мови мас-медіа з літературною нормою, а також культурологічний і політичний контекст, у якому створюють українські медіатексти. Саме цей суспільний і культурний контекст є важким для студентів-іноземців. Незнання культури, побуту України, зокрема її радянського періоду, епізодів з новітньої історії, нерозуміння прецедентних феноменів часто ускладнюють сприйняття й тлумачення змісту медіатексту. Особливо яскраво це виявляється в інтерпретації оперативної інформації, яка з'являється в лічені години, дні, вражає креативністю, епатує, і врешті – зникає.

Пропонуємо зупинитися на одному з найскладніших, на нашу думку, аспектів у навчанні мови ЗМІ – функціонуванні на сторінках мас-медіа фразеологічних одиниць. Це створює певні труднощі в адекватному й повноцінному розумінні текстів, під час опрацювання яких в іншомовній аудиторії спочатку треба з'ясувати семантику, сформулювати цілісне сприйняття тієї чи іншої фразеологічної одиниці, виявити стилістичну роль, яку відіграє ФО у тексті, та „вловити” прагматичну частину її семантики.

Питання ролі та місця фразеології у лінгводидактиці було і є предметом багатьох наукових досліджень [3; 4; 7 та ін]. Передусім лінгвісти акцентують увагу на важливості вивчення фразеології, дають поради щодо етапу та способу введення фразеологічного матеріалу, пропонують низку завдань на поглиблення мовленнєвої компетенції. Лінгводидактичне значення фразеології полягає також у тому, що висловлювання з використанням фразеологізмів стає не лише яскравішим, виразнішим, експресивнішим (оскільки конотативний аспект фразеологічної семантики виражає оцінно-емоційне ставлення мовця до описуваної ситуації), а й значно інформативнішим (денотативний аспект значення фразеологізму несе більш детальну та різнобічну інформацію про названий фрагмент позамовної дійсності). Коли іноземець, який вивчає мову, починає розуміти та використовувати у своїх висловлюваннях фразеологізми чужої мови, він перебуває у просторі цієї мови „як риба у воді”.

Засвоєння фразеологізмів іншої мови в контексті їхньої культурної значущості передбачає виявлення в їхній природі різних типів екстралінгвістичних зумовлень, які співвідносять фразеологізми з предметною сферою культури, – з одного боку, а з іншого – опанування цілого комплексу навичок сприйняття, декодування і трансляції невербальної інформації (так званих „фонових знань”), носіями якої є фразеологізми. Це треба реалізовувати поетапно на різних рівнях складності вивчення мови.

Зупинімося на стилістичних особливостях фразеологізмів та їх вивченні в іноземній аудиторії на поглибленому етапі. Матеріалом дослідження є фразеологічні одиниці, дібрані з текстів популярних українських періодичних видань „Україна молода”, „Вечірній Київ”, „Країна”, інтернет-порталів „Українська правда”, „Кореспондент”.

Для посилення волонтактивної функції у мові мас-медіа фразеологізми часто підлягають „оновленню”, що приводить до формування оказіональної фразеології, яку іноземцеві складно проаналізувати та пояснити. З іншого боку, мова ЗМІ є демонстрацією мобільності фразеологічного матеріалу [2: 10]. Процес трансформування ФО (процес авторського варіювання ФО, „модернізації”, „оновлення” ФО, оказіоналізації) відбувається внаслідок індивідуальної мовотворчої практики, художньо-естетичного новаторства.

Використовуючи модель узуальної ФО, автор органічно вводить оказіоналізм у контекст з певною стилістичною, експресивною метою, з метою уникнення одно-

манітності та прагненням зробити вислів більш містким, образним. Якщо виразова сила мовного елемента збільшується у мовленні за допомогою різноманітних способів і прийомів (модифікація узуальної форми, градація, подвійна актуалізація, субституція, контамінація), то, відповідним чином, і виникає „мовленнєва комбінована експресивність” (В. А. Чабаненко) або „подвійна експресивність” (В. М. Мокієнко). Йдеться насамперед про фразеологізми, які в медіа „обрастають” особистим баченням комунікатора, зазнаючи структурно-семантичних модифікацій, або умовно назвемо їх фразеологізмами-трансформами.

У медійних текстах спостерігаємо такі трансформації:

1) семантичні трансформації ФО:

а) власне семантичні трансформації;

б) подвійна актуалізація ФО (буквалізація);

2) структурно-семантичні трансформації ФО:

а) якісні зміни, або лексична субституція компонентів ФО;

б) кількісні зміни, пов'язані з розширенням (нарошення / поширення фразеологізму) та звуженням (усічення, або еліпсис, та фразеологічний натяк або компресія ФО) традиційних меж ФО;

в) комбіновані зміни або контамінація фразеологізмів.

Іноді можна говорити про „контекстуальну трансформацію”, коли фразеологізм або відомий крилатий вислів у певному контексті набуває нових значень без зміни форми за рахунок створення нових асоціацій, наприклад: *Казахстан: приборкання норавливого; Грузія: зигзаг удачі; Україна: я не здамся без бою! Євромайдан: світло в кінці тунелю; Три богатирі* (Кличко, Тягнибок, Яценюк) тощо.

Останні політичні події в Україні засвідчують надзвичайно потужну мовотворчість авторську (цитати політиків і громадських діячів) і народну. З'являється велика кількість лексем-новотворів: *Євромайдан, Автомайдан, Антимайдан, майданівці, тітушки, беркутята* тощо. Нова фразеологія поповнюється влучними висловами або „цитатами дня” та називанням новостворених понять, що можна іноді визначити за використанням лапок: „в'язні Банкової”, „в'язні Грушевського”, „українське питання”, „спущений згори”, *коридор ганьби для „Беркута”, „майданівська Січ”, „закони про диктатуру”* (від 16 січня); „розвод котят” (вислів М. Чечетова); „якщо куля в лоб, то куля в лоб” (вислів А. Яценюка) тощо.

Спостерігаємо й актуалізацію фразеології радянського періоду або інших періодів у новому асоціативному ряді: *холодна війна, гаряча точка, коктейль Молотова, нічна / денна варта*.

Найпродуктивнішим видом трансформацій, за нашими спостереженнями, є структурно-семантичні трансформації, які приводять до зміни денотативно-сигніфікативного та стилістичного аспекту значення ФО, що відбувається одночасно зі зміною зовнішньої форми фразеологізмів. Поява оказіональної одиниці розрахована на адекватне сприйняття її реципієнтом і завжди асоціюється з традиційним (узуальним) фразеологізмом. Оскільки іноземець позбавлений таких асоціацій, треба віднайти первинний фразеологізм, пояснити його значення, мотивувати трансформації. Такі одиниці, хоча й мають індивідуально-суб'єктивний характер, зумовлені системою мови та обмежені можливостями їх матеріального оформлення. У викладанні української мови в іншомовній аудиторії потрібно це враховувати й наголошувати на „одноразовості” цього стилістичного прийому. Особливо актуальними є подібні знання для поглибленого вивчення студентами-філологами в розділу „Стилістика”.

Найтипівішим способом структурно-семантичних трансформацій ФО є лексична субституція – заміна компонента. Загальне значення фразеологічної одиниці при цьому залишається незмінним, але вона набуває додаткової експресивності, образності другого ступеня внаслідок зміни внутрішньої форми.

Субститууються здебільшого синонімічні одиниці або одиниці одного порядку; відбувається заміна одного, двох або всіх компонентів ФО (у цьому разі можна говорити про актуалізацію фразеологічної моделі), наприклад: *Справа складна: захищати підозрюваного, чи, навпаки, навісити на нього усіх слонів*, пор.: *навісити усіх собак* – „звинувачувати”.

У подібних контекстуальних фразеологічних одиницях іронічність та посилена експресивність вислову досягається зміною інтенсивності – слон є більшим за собаку. Подібна трансформація відбувається з ФО *з'їсти собаку*: *Станіслав Речинський з'їв цілу зграю собак на правоохоронній тематиці. Лишається тупцювати біля її підніжжя і гризти з досади лікті* (пор.: *кусати лікті*).

Надзвичайно продуктивним щодо трансформацій у медійних текстах є фразеологізм (*пролетіти*) як *фанера над Парижем* „не реалізувати своїх задумів, невдало щось зробити”, „азнати невдачі”, який припав до смаку журналістам своєю підвищеною експресивністю: *Пролетів, немов фанера над Каннами; ...один із кандидатів у мери Запоріжжя, дізнавшись, що пролетів на виборах, як згряг напильників...*

Інший біблійний фразеологізм *повернення блудного сина* актуалізується у різних контекстах: *Повернення блудного депутата; Повернення блудної опозиції*.

Наведені приклади свідчать про яскраве стилістичне забарвлення субституційованих ФО: субституція надає фразеологізмові більшої конкретності у зв'язку із зображуваною ситуацією; увиразнює, посилює традиційне значення ФО, вносить у семантику фразеологізмів контекстуальний колорит та створює гумористичний ефект. Вибір більш емоційно забарвленої лексичної одиниці в оказіональній ФО порівняно з узуальним фразеологізмом дає змогу стверджувати про зміну інтенсивності та більшу експресивність усього вислову, наприклад: *А борг і нині там* (пор.: *а віз і нині там*); *Без права на колону* (пор.: *без права на помилку*); *Другий - більше не зайвий? Китайським сім'ям дозволять мати більше однієї дитини; Третя не зайва. Україна опинилася в центрі уваги саміту ЄС – Росія, який через ситуацію в нашій державі суттєво скоротили* (пор.: *третій зайвий*).

Модифікуючи фразеологізм, автор знову повертається до того вільного словосполучення, на основі переосмислення якого утворився фразеологізм. Перенесення фразеологізму з одного семантичного плану в інший є необхідною умовою будь-якої субституції. В. М. Мокієнко вводить поняття структурної моделі – каркасу ФО, який забезпечує її стійкість і відтворюваність, регулює її семантичну тотожність. Треба відзначити й роль внутрішньої форми ФО при трансформаційних процесах, суть якої полягає в тому, що образ ситуації, який лежить в основі фразеологізму, має властивість асоціюватися з іншими ситуаціями як основою для метафоричного переосмислення, тобто детермінує появу нових фразеологізмів, на чому й ґрунтуються стилістичні прийоми: *У страйку очі великі; Час – нафта, Газ – усьому голова*.

У новітньому медіатексті відбувається зниження мовних засобів, створюється нова норма публічної мовленнєвої поведінки, яку можна назвати авторською іронією – авторським кепкуванням та суб'єктивною оцінкою, самоіронією. О. О. Тараненко називає подібне явище „несерйозною цитацією” [5: 37–38], коли цілком серйозні речі

подають в абсолютно несерйозному стилістичному ключі, коли висловлюють іронічне ставлення до канонів, включаючи й найсакраментальніші їхні моменти.

Активними в засобах масової інформації є цитата або квазіцитата та алюзійне цитування, які є атрибутом мовної гри адресата-адресанта тексту, про що свідчить аналіз заголовків та рубрик статей. Особливо поширеним є перетворення висловів, гасел, закликів, цитат та назв ідеологічних творів епохи соціалізму, які набувають іронічного звучання, наприклад: *Перед Черкасами замерехтів привид нових виборів; Привид Мадріда над Європою* (пор. з висловом „Привид бродить по Європі, привид комунізму” з „Маніфесту комуністичної партії”). Такі цитати подають переважно без лапок, вони наче „вмонтовуються” в авторський текст. Передусім спираються на широковідомі цитати класиків літератури, міфологію, крилаті вислови, рядки популярних пісень, кінофільмів, наприклад: *Чому кіпріот німцеві не товариш; Ніхто не побитий, ніщо не побито; Нестерпна важкість посередності; Ще не змерзла Україна; Ну що б, здавалося, кіно...; Не стріляйте в журналіста; Лупайте сей паркан! В бій ідуть самі школярі; Мовчання президентів; Горіла шина, палала! Наша корупція – одна з „найкрайчих” у світі; Покажи мені свій диплом, і я скажу, хто ти; Хто навпростець прямує – у травматології ночує; Банкірів на „переправі” не міняють; ...про небажання „регіоналів” бути відповідальними за початок громадянської війни, козири Путіна та „азарові” стайні нового Прем’єра; ...доведеться вигрібати такі „азарові” стайні, що й Геракл засмутився б; Гроші у довгій шухляді. Українцям дозволили подавати до суду, якщо банкіри невчасно повертають їм депозитні вклади; Факт прибуття „гори до Магомета” (та ще й о дев’ятій вечора) є річчю безпрецедентною.*

Іншим боком „зниження мовних засобів” є залучення субстандартної фразеології, зокрема жаргонізованої, суржикової: *Ще б пак – у людей же свята, олів’є під „Советское шампанское” й „голубіє огонькі”, не псувати ж народу свято! Вона „підрізала” на дорозі автомобіль* тощо.

Надзвичайно продуктивними є кількісні зміни, пов’язані з розширенням фразеологізму (нарощення / поширення фразеологізму). Узуальна ФО набуває у контексті додаткових компонентів та нової образності, наприклад: *Трилер із багатьма політичними невідомими* (тут комбінований прийом субституції і нарощення: *злочин з багатьма невідомими*); Сильна слабка стаття. *Уряд Німеччини втретє очолить Ангела Меркель; Триста євроспартанців; ...конституційний процес, здається, пішов; У сім’ї Євромайдану – не без виродка; Як затягують податковий пасок мільйонам трударів України; Фінанси співають виборам романси; З ким у парламенті поведешся, того й наберешия; Американська коса на іракський камінь; Америка підкладає Європі свиню; Ой не дивися, Грицю, телевечорниці...; Українській владі, яка ще якихось три місяці тому мала величезний кредит довіри Заходу, тепер не довіряють уже й за межами держави.*

Надзвичайно цікавим є прийом контамінації, поєднання двох фразеологізмів, що дає змогу створити новий експресивний образ: *Учітєся „брати мої”, „та не з москалями”;* *Соломинка чи рятівний круг нації; Світло у кінці глухого кута; Чорна пляма на білих халатах; Ховай „залізного коня” від „червоного півня”* тощо.

Т. Г. Винокур називає це явище „комунікативним співавторством” [1: 84], у якому провідну роль відіграє мовна гра – розгадування, згадування. Однак іноземець позбавлений такого „співавторства”. Асоціативний простір побутування модифікованих ФО пов’язаний із рівнем їхнього розуміння / нерозуміння, що зумовлює адекватність сприйняття: *Собор у вогні. Учора горів освітлений у знаменитому романі*

*Олеся Гончара храм у Новомосковську* (пор.: „Україна в огні” О. Довженка); *Дякуємо, що живий. Ігоря Луценка знайдено* (пор.: російський бібліографічний фільм про В. Висоцького); *Карта й бита. Народне повстання в регіонах...* (пор.: *карта бита* „хтось зазнав поразки у якійсь справі”).

Подібні ФО та їхні авторські інтерпретації потребують певних фонових знань з боку реципієнта залежать від рівня освіченості та нагромаджених людиною знань. В іншомовній аудиторії – усе залежить від умінь викладача донести цю інформацію до студента.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1993. – 171 с.
2. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи / В. Г. Костомаров. – СПб. : Златоуст, 1999. – 319 с.
3. Кузь Г. Фразеологія у формуванні мовної компетенції студентів у процесі викладання української мови як іноземної / Г. Кузь // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2009. – Вип. 4. – С. 172–179.
4. Сагата Ю. Анімалістична фразеологія у вивченні мови як іноземної / Ю. Сагата // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2009. – Вип. 4. – С. 157–171.
5. Тараненко О. О. Колоквіалізація, субстандартизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови (з кін. 1980 рр.) / О. О. Тараненко // Мовознавство. – 2002. – № 4/5. – С. 37–38.
6. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
7. Ядловська Н. Фразеологічний матеріал української мови в чужомовній аудиторії / Н. Ядловська // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2007. – Вип. 2. – С. 122–126.

*Стаття надійшла до редакції 05.02.2014  
доопрацьована 10.02.2014  
прийнята до друку 12.02.2014*

#### **TRANSFORMED PHRASEOLOGICAL UNITS IN CURRENT MEDIA TEXTS IN STUDYING UKRAINIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

**Natalia Skyba**

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
Institute of Philology,  
Department of Ukrainian and Russian Languages as Foreign,  
14 Taras Shevchenko Ave., room 61, 01601 Kyiv, Ukraine  
phone: 044 239 34 39  
e-mail: skyba7@yahoo.com*

This article analyses possibilities of using transformed phraseological units in current Ukrainian media texts in the process of studying Ukrainian as a foreign language. It considers changes in the phraseological structure as an author's stylistic device.

*Key words:* methodology of teaching Ukrainian as a foreign language, media education, media text, phraseological transformations, structural semantic transformation.

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМЫ В НОВЕЙШЕМ  
МЕДИАТЕКСТЕ В ОБУЧЕНИИ УКРАИНСКОГО ЯЗЫКА КАК  
ИНОСТРАННОГО**

**Наталья Скиба**

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,  
Институт филологии,  
кафедра украинского и русского языков как иностранных,  
бульв. Тараса Шевченко, 14, комн. 61, 01601 Киев, Украина,  
тел. : 044 239 34 39  
эл. почта: skyba7@yahoo.com*

Подчеркивается важная роль медиаобразования при обучении украинскому языку как иностранному. Рассматривается один из аспектов в отрасли современного медиаобразования: функционирование в медиатексте фразеологических единиц, в частности окказиональной фразеологии.

*Ключевые слова:* методика преподавания украинского языка как иностранного, медиаобразование, медиатекст, трансформация фразеологических единиц, структурно-семантические трансформации, окказиональная фразеология.