
Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології
та соціальних комунікацій
Кафедра журналістики та філології

Ministry of Education of Ukraine
Sumy State University
Faculty of Foreign Philology
and Social Communications
Department of Journalism and Philology

XII

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: СВІТОВІ ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ

ДВАНАДЦЯТА МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ

JOURNALISM EDUCATION IN UKRINE: WORLD-PROFESSIONAL STANDARDS

THE XIIth INTERNATIONAL
SCIENTIFIC CONFERENCE

Суми, 8–9 червня 2016
Sumy, 8–9 June 2016

**СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
У ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ
(НА МАТЕРІАЛАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»)**

Наталія Прокопенко,

викладач, СумДУ

Богдана Шевченко,

студентка 1 курсу СумДУ, ЖТ-51

У статті досліджуються питання функціонування та актуальності використання фразеологізмів у публіцистиці, зокрема на прикладі сучасного друкованого видання – газети «День».

***Ключові слова:** експресивність, жанр, стиль, фразеологічні одиниці.*

**THE SPECIFICITY OF FUNCTIONING OF PHRASEOLOGISMS IN PRINTED MASS MEDIA
(ON THE MATERIALS OF NEWSPAPER «DEN»)**

Nataliya Prokopenko,

lecturer, Sumy state University

Bogdana Shevchenko,

1st year student, JT- 51

Such questions as functioning and relevance of using phraseologisms in fiction are explored in the article, in particular on the example of the modern printed edition – the newspaper “Day”.

***Keywords:** expressivity, genre, style, phraseological units.*

Специфіка мови газетних видань проявляється у використанні емоційних, експресивних мовних засобів, що роблять мовлення більш виразним, образним і переконливим. Серед них важливе місце займають фразеологізми.

Погляди лінгвістів на природу і функції, а також класифікацію фразеологічних одиниць надто різноманітні, а подекуди і протирічні. Їх вивченням займалися багато вітчизняних і закордонних мовознавців, серед яких: Л. Авксентьев, Б. Антоненко-Давидович, І. Білодід, Л. Булаховський, В. Виноградов, С. Гаврін, О. Демська, Н. Кірілкова, Ж. Колоїз, Ф. Медведєв, О. Потебня, Л. Супрун, В. Ужченко та ін.

Особливе місце у вітчизняному мовознавстві займає семантична класифікація В.В. Виноградова. Опрацьована на ґрунті синтаксичних ідей О.О. Шахматова з урахуванням результатів наукових досліджень швейцарського стиліста Ш. Баллі, ця класифікація започаткувала основи фразеології як лінгвістичної дисципліни. В.В. Виноградовим і було введено термін «фразеологічна одиниця», який означає, що це сполука, яка не утворюється у процесі мовлення, а відтворюється за традицією. [2, с. 10.]

С. Гаврін у своїх роботах наголошував, що «фразеологічна одиниця (фразеологізм) - це відтворювана, загальноповживана мовна одиниця, цілісна за своїм значенням і складена з двох і більше повнозначних слів». А Л. Скрипник стверджував, що фразеологізмами є «стійкі сполучення двох і більше слів, що створюють семантичну цілісність і відтворюються у процесі мовлення як готові словесні формули» [5].

Варто зауважити, що у лінгвістиці існує понад двадцять визначень фразеологічної одиниці, але жодне з них досі не є визнаним усіма науковцями; наразі недостатньо розкрита структура фразеологізмів, їх семантика, походження, функціонування у мові художніх творів.

Не існує єдиної думки і щодо класифікації фразеологізмів. Так І. Ющук пропонує розрізняти фразеологізми у вузькому розумінні (власне фразеологізми, чи фразеологізми) і в широкому розумінні (фразеологічні вирази). Д. Булаховський, наприклад, усі фразеологічні звороти поділяє на дві групи: ідіоми, чи ідіоматичні словосполучення, і фразеологізми, чи фразеологічні одиниці [3, с. 51]. Семантична класифікація Б.О. Ларіна спирається на етапи розвитку і перебудови первісних вихідних сполучень, відбиває історичний принцип становлення ідіом. У цій класифікації усі фразеологізми поділяються на 3 групи: перемінні словосполучення, стійкі метафоричні словосполучення, ідіоми [4].

Однак, як ми зазначали, загального визнання в науковій літературі набула семантична класифікація В.В. Виноградова, в основу якої покладено принцип нерозкладності семантики фразеологічних одиниць. Становлячи за значенням єдине ціле, не всі фразеологізми є однаковими з погляду з'єднаності компонентів і співвіднесеності семантики одного вислову із семантикою його окремих складників. На цій підставі лінгвіст розрізняє 3 типи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення [2].

Проте в сучасній лінгвістичній науці все більш помітними стають недоліки цієї класифікації. Так В.Л. Архангельський зазначав: «Багатство різноманітних типів стійких словосполучень, ідіоматичних виразів не вмщується і не може вміститися в схему трьох основних фразеологічних понять» [1, с. 69]. А мовознавець М.М. Шанський, спираючись на праці В.В. Виноградова, виділив ще четвертий тип фразеологічних одиниць – фразеологічні вирази (до них входять прислів'я, приказки, відомі цитати видатних людей). Утім деякі дослідники вважають, що фразеологічні зрощення і фразеологічні єдності не мають між собою чіткого розмежування, тому пропонують об'єднати ці два типи в один. М.М. Шанський не заперечує варіант такого об'єднання: «Фразеологічні зрощення і фразеологічні єдності, як еквіваленти слів, нерідко об'єднують в одну групу. В таких випадках їх називають звичайно ідіомами, або ідіоматичними висловами» [6, с. 82].

Враховуючи спільні погляди сучасних науковців на природу фразеологізмів, можна узагальнити, що головними їх ознаками є відтворюваність, виразність і влучність. Отже, фразеологізми – це стійкі словосполучення, які сприймаються як єдине ціле і живляться носіями мови в усталеному оформленні. Ці мовні одиниці зручні у відтворенні, тому є тими джерелами, які здатні жити будь-який стиль мовлення, тобто мають чітко виражене стильове призначення.

У нашій статті ми будемо використовувати класифікацію фразеологічних одиниць, запропоновану М.М. Шанським (з урахуванням того, що фразеологічні зрощення і фразеологічні єдності будуть віднесені до одного класу і називатимуться ідіомами).

Мета нашого дослідження – з'ясувати функціональне призначення та специфіку використання фразеологізмів у публіцистиці, зокрема у друкованих засобах масової інформації.

Для цього нам необхідно розв'язати такі *завдання*, а саме: з'ясувати, які види фразеологізмів, у яких рубриках зустрічаються найчастіше; дослідити, в яких жанрах журналістики фразеологізмів більше і хто з журналістів газети «День» часто використовує ці виражальні засоби; виявити, які фразеологізми (ідіоми, фразеологічні вирази чи фразеологічні сполучення) допомагають медійникам яскраво і влучно сформулювати думку.

Для досягнення поставленої мети нами проаналізовано випуски газети «День» (онлайн-версія) за період з 13.01.15 р. по 01.04.2016 р.

Це видання презентує українську якісну пресу і спеціалізується здебільшого на матеріалах, які можна віднести до інформаційних та аналітичних жанрів, що

передбачає використання авторами усталених мовних зворотів, які допомагають впорядкувати думку, великої кількості фактичного матеріалу, який подається найчастіше з використанням канонічних лексем. Тому фразеологізми на шпальтах досліджуваної газети зустрічаються нечасто. На нашу думку, насамперед слід з'ясувати специфіку розташування фразеологізмів у рубриках, їх функціонування у різних жанрах і дослідити, мовленню яких журналістів найбільш властиве використання фразеологічних одиниць.

У ході аналізу визначено, що найчастіше сталі вирази зустрічаються у роботах Валентина Торби – (16,2%), Інни Лиховод (8,1%), Дмитра Кривуна (8,1%), Ігоря Лосєва (8,1%) та Дмитра Десятерика (5,4%). Інші 45,9% фразеологізмів належать журналістам, які поодинокі, несистематично використовують їх у своїх творах. Найактивніше у своєму мовленні вживають фразеологізми журналісти, які працюють у інформаційних і аналітичних жанрах, здебільшого це автори оглядів, рецензій і статей, адже саме ці жанри дають можливість дописувачам інтенсифікувати власні висловлювання і матеріали коментарів з метою їх експресивізації.

Серед інформаційних жанрів, яким притаманне часте вживання фразеологічних виразів, можна виділити інтерв'ю (5,4%), замітку (16,2%), репортаж (5,4%); серед аналітичних – кореспонденцію (13,5%), статтю (27,1%), огляд (18,9%), рецензію (8,1%). Найрідше фразеологізми вживаються у художньо-публіцистичних творах (нарис – 5,4%). Отже, дані, отримані в ході дослідження, спростовують традиційну думку про те, що матеріалам інформаційних та аналітичних жанрів притаманна шаблонність, штампованість та трафаретність, адже присутність фразеологізмів у них – це беззаперечна ознака експресивності, емоційності мовлення.

Щодо рубрик, в яких найчастіше розміщуються журналістські матеріали зі сталими зворотами, виділимо такі: «Подробиці» – 27,1%, «Культура» – 13,5, «Медіа» – 13,5, «День України» – 10,8%, «Суспільство» – 10,8%, «Економіка» – 5,4%. Інші 18,9% майже порівну розподілено між рубриками «Світові дискусії», «День планети», «Історія і я», «Тайм-аут», «Тор-net» і «Українці – читайте!».

З метою проведення ґрунтовного статистичного аналізу нами досліджено, які види фразеологізмів (ідіоми, фразеологічні вирази чи фразеологічні сполучення) найчастіше зустрічаються на шпальтах газети «День», як вони впливають на подання матеріалу і яку функцію виконують.

Найрідше у проаналізованих журналістських матеріалах зустрічаються фразеологічні вирази (прислів'я, приказки, цитати відомих людей) – їх лише 14,6%. Однак, роль, яку вони виконують у формуванні тексту, не можна недооцінити. Фразеологічні вирази зустрічаються не тільки у самих матеріалах, а й у заголовках, тому, безсумнівно, привертають увагу читача, адже є варіантами прецедентного тексту, який активізує мислення, пам'ять і викликає зацікавленість, примушує читача більш детально ознайомитися із порушеною автором проблемою. У газеті «День» фразеологічні вирази представлені уривками із творів відомих українських класиків: з *журбою радість обнялась* – рядки вірша Олександра Олеся (№110, 25.06.2016); висловами біблійного походження: *око за око, зуб за зуб* (№52-53, 25.03.2016); частково модифікованими народними приказками: *могила не виправить...* (№57-58, 01.04.2016), що походить від загальновідомої приказки горбатого могила виправить; різноманітними прислів'ями: *Скупий платить двічі* (№89, 26.06.2015), *Один у полі не воїн* (№143, 12.08.2015); приказками: *Всі шляхи ведуть у Рим* (№91, 28.05.2015). Саме модифіковані фразеологізми допомагають автору якнайшвидше встановити контакт зі своїм читачем; такі повні або часткові зміни у сталих сполучках надають тексту нового смислового відтінку, експресивності та оцінності.

Відсоток, який займають ідіоми на сторінках газети, досить значний – 39,1%. Це можна пояснити тим, що вони допомагають автору більш яскраво і влучно

висловити своє ставлення до переданої інформації, сформулювати конкретні оціночні судження. Ідіоми допомагають створити необхідну стилістичну тональність тексту, роблять його мову урочистою, піднесеною або ж, навпаки, зневажливою, іронічною, навіть саркастичною. Наприклад, у статті Олександра Прилипка «Віриш – не віриш» зустрічаємо дві ідіоми в одному реченні, які підсилюють його обурення, незадоволення тією брехнею, яка поширюється в сучасній Україні: «... Як, за які гроші, наскільки безсовісно. Вуха, призначені для *навішування локшини, випали з поля зору*. І це сумно...» (№72, 24.04.2015). Дмитро Десятерик у своїй рецензії до чергового фільму «Жахливе повчання» також використовує ідіому, щоб привернути увагу читача, наголосити на головних подіях кінострічки: «...І перші два вбивства відчутно *б'ють по нервах* завдяки вчасно проявленому вмінню Габріадзе більше приховати, ніж показати...» (№129, 23.01.2015). Влучно, на наш погляд, лише однією ідіомою вдається авторові охарактеризувати ситуацію, що склалася наразі в Україні, в огляді «Забутий конфлікт»: «Демократичне майбутнє України *висить на волоску* (№156, 01.09.2015). Ігор Лосєв у огляді «Заяви і спростування», використовуючи ідіому, влучно описує політику владної верхівки нашої держави, що додає рядкам тексту помітного іронічного характеру: «...Так, це *сидіння нашої влади на двох стільцях* вже принесло багато горя Україні й ще принесе. Не можна, реально воюючи, вдавати, що війни немає...» (№57-58, 01.04.2016). Нетрадиційне застосування ідіоми у репортажі Марії Прокопенко «Сартана. Нова реальність» допомагає передати страшну реальність життя людей у невеликому містечку Донецької області: «Тут *кипить робота*: люди латають вікна, стіни, паркани, машини. “*Зализуємо рани*, – зітхає місцевий, що чистить розбиту кабіну вантажівки. – Я – вожу зерно і не можу працювати без машини...».

Найчастіше на сторінках газети «День» зустрічаємо фразеологічні сполучення, кількість яких у журналістських матеріалах сягає 46,3%. Їх часте вживання можна пояснити доступністю, вони зрозумілі навіть іноземному читачу, адже, на відміну від ідіом, це одинці, значення яких мотивовано семантикою їх складових компонентів, один з яких має зв'язане значення, що полегшує процес перекладу і розуміння. Фразеологічні сполучення використовуються журналістами з метою посилити наочність і образність тексту, підкреслити чи виділити найважливіші думки, урізноманітнити і надати більшій яскравості мові матеріалу. Фразеологічні сполучення наявні у статтях Валентина Торби «Дві сторони закону Савченко» («... Вони перебувають в стані підозрюваних, а *на їхню долю випадають* випробування справжніх в'язнів...» (№37, 2.03.2016), «Будуть усі свої?» («...А після Іловайська *пішов в тінь* і більше року там відсиджувався...» (12.01.2016), «Димова завіса» для правосуддя («...в даному разі лише підігривають небезпечність ситуації й *розв'язують руки* цій ж владі для рішучих дій...» (№174, 25.09.2015), «Війна фур» («...Влада, яка бачила, що процес виходить з-під контролю і дає привід для спекуляцій, *розводила руками*, замість того, щоб *поставити питання руба* – ми воюємо чи торгуємо?..» (№27, 17.02.2016); Юліани Лавриш «Про «пасивних» віруючих» («... Тому кожен медіа-продукт цієї тематики потребує ретельної підготовки і усвідомлення процесу делікатного *проникнення в душу* реципієнта...» (№82, 15.05.2015); Дмитра Шушаріна «Гібридний мир» («Скажу одразу, щоб *не ходити навкруги*...» (№103, 16.06.2015); Романа Гривінського «Вийти за межі постмодерну» («...Коли тобі вдається *вийти за рамки* однієї з них, раптом виявляється, що ти опинився в полоні іншої, більш широкої...» (№16, 03.02.2015); Дмитра Кривцуна «Тяжкі наслідки безпринципності» («...варто не стільки аналізувати аргументи Януковича, скільки *приводити до тями* українську владу...» (№191, 22.10.2015); Сергія Грабовського «Суспільна довіра, її лідери та аутсайтери» («...І якщо ближчим часом

обидві ці державні інституції *не візьмуться за розум*, то ставлення з боку громадян до них усе погіршуватиметься...» (№139, 06.08.2015) та в багатьох інших.

Висновки. На основі здійсненого аналізу можна стверджувати, що образність, емоційність, виразність, експресивність, оціночний характер журналістських творів найбільш суттєво проявляються завдяки використанню фразеологічних одиниць, що найяскравіше втілюють перелічені ознаки. Фразами становлять особливий пласт мовних одиниць, що об'єднуються специфічною функцією і призначенням – викликають образне уявлення про об'єктивні фрагменти національної картини світу, дають їм емоційно-експресивну характеристику.

Фразеологізми використовуються журналістами у творах різних жанрів, проте найчастіше їх вживання помічено в аналітичних та інформаційних їх різновидах.

Використання фразеологізмів у друкованих виданнях стандартизує газетні вислови, що є важливою особливістю мови ЗМІ. Одночасно, вони надають мовленню індивідуальності, допомагають авторам влучно і однозначно висловити думку.

Оскільки стилістичне вживання фразеологізмів є творчим явищем, часто зустрічаємо модифіковані їх варіанти з похідним (вторинним) смисловим значенням, новими експресивно-стилістичними якостями, оновленою структурою.

Використання фразеологічних одиниць у мові друкованих ЗМІ є поширеним явищем і визначає індивідуально-авторську манеру письма.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Архангельский В.Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии / В.Л. Архангельский. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1964. – 315 с.
2. Авксентьев Л.Г. Сучасна українська мова. Фразеологія: Навч. посібник для студ. філолог. фак-тів / Л.Г. Авксентьев. – Харків: Вища школа, 1988. – 137 с.
3. Бодик О.П. Сучасна українська літературна мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія. Навч. посіб. / О.П. Бодик, Т.М. Рудакова. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 416 с.
4. Ларин Б.А. История русского языка и общее языкознание (Избранные работы) / Б.А.Ларин. – М., 1977. – 224 с.
5. Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – К. : Знання, 2007. – 494 с. [Електронний ресурс: <http://0lib.com/zbook/suspil/mova/10/frazeologiya-suchasnoi-ukrainskoi-movi-ujchenko.html>].
6. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – Москва: Просвещение, 1972. – 192 с.
7. Газета «День»: №8, 12, 16, 24, 37, 44, 58, 72, 82, 89, 91, 103, 110, 129, 139, 143, 156, 163, 174, 181, 191, 199, 204, 215, 221, 2015; №1, 12, 16, 27, 31, 37, 43, 52, 53, 56, 57, 58, 2016.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ КОНЦЕПТУ 'ЛЮБОВ' У ХУДОЖНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ІРЕН РОЗДОБУДЬКО

Ольга Садовнікова,

к. пед. н., доцент СумДУ

Олександра Завіткова,

студентка 1 курсу СумДУ, МДм-51

Запропоновано модель номінативного поля 'любов' в українській мовній картині світу, визначено способи його лексичної репрезентації в індивідуально-авторській картині світу Ірен Роздобудько.

Ключові слова: *концепт, ключове слово, концептуальний аналіз, номінативне поле.*