

*Стадній А.С.  
(Вінниця)*

## **Роль фразеологізмів у створенні експресивності публіцистичних текстів**

Мова постійно поповнюється не лише інноваційними лексичними одиницями, а й фразеологічними одиницями з семантикою оцінки. Яскраво це явище прослідковується у газетно-публіцистичних текстах, адже відомо, що саме мова преси відображає тенденції розвитку загальнолітературних норм української мови.

Фразеологічні одиниці різноманітної структури є економним мовним засобом об'єктивації різноманітних проявів дійсності та вагомим засобом створення експресивності та оцінності в публіцистиці. Послугуючись фразеологізмами, автор не лише привертає увагу читача, а й досягає максимального впливу. На думку Ж. Колоїз, «виражальні особливості фразеологізмів спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність, що, у свою чергу, обумовлює широкі можливості їх використання у мові ЗМІ» [Колоїз, 2004: 34].

Отже, незважаючи на те, що okazіональні стійкі сполучення слів є високоефективними виражальними засобами у мові засобів масової інформації, дієслівні емоційно-оцінні фразеологізми ще не були предметом спеціального вивчення.

Фразеологізми у текстах засобів масової інформації з'явилися ще у кінці XIX – на початку XX століття. Спершу конотативні фразеологічні одиниці досліджували на матеріалі прози [1], пізніше трансформовані стійкі сполучення слів вивчали у художніх текстах В.Д. Ужченко, О.В. Бойко, А.Ю. Пономаренко, Т.В. Цимбалюк. Згодом фразеологічні одиниці у мові преси досліджували О. Д. Пономарів, А. І. Мамалига, О.А. Сербенська.

Мета цієї статті полягає в тому, щоб дослідити та проаналізувати конотативні дієслова у складі фразеологізмів у мові української преси та виявити можливості стійких сполук у створенні експресивності публіцистичних текстів.

У текстах періодичних видань фразеологічні одиниці не лише називають явища, предмети, дії, а й характеризують їх. Відповідно до характеристики, стійкі сполучення слів поділяють на ті, які дають позитивну або негативну оцінку діям і явищам, наприклад: *«Антипатики Михайла Поплавського можуть **потирати руки**: разом з пісенною кар'єрою він завершує й депутатську»* (УМ. – 2006. – 18 січня. – С. 4) - негативна; *А церковні ієрархи натомість залишилися ще й з **«носом»**...* (УМ. – 2005. – 30 липня. – С. 6) - негативна; *Насправді ж у кожній країні світу, від найбіднішої до найбагатшої, не бракує громадян, які точнісінько так само **«котять діжку»** на свою владу...*(УМ. – 2006. – 19 січня. – С. 16) – негативна; *Робота аж кипіла, й закони **вилітали ...з системи «Рада», як гарячі пиріжки з печі*** (УМ. – 2006. – 20 січня. – С. 5) – позитивна; *Але це було не їхнє свято – росіяни приїхали **«ковтнути свободи»**, про це заявив колишній топ-ведучий каналу НТВ Євген Кисельов* (УМ. – 2004. – 28 грудня. – С. 6) – позитивна. Отже, у мові преси на сучасному етапі функціонують фразеологізми з позитивною та негативною оцінкою.

Стилістично забарвлені стійкі сполучення слів полегшують сприйняття складної політичної інформації, відображають авторське розуміння проблеми, наприклад: *Навесні Віктор Ющенко намагався **кістками лягти** проти призначення Литвина спікером ВР...*(ПіК. – 2003. – №2. – С. 10); *Версій є кілька: Азаров вчасно **«вскочив у потяг»** і примазався до переможців* (УМ. – 2005. – 5 січня. – С. 5); *...Олександра Олексійовича відкрито називають «іудою» (щоправда, у «зраді» його звинувачують передусім прихильники Петра Порошенка, якого экс-держсекретар **«вивів на чисту воду»**)* (УМ. – 2006. – 19 січня. – С. 3); *У мене склалося враження, що спочатку в Донецьку справу*

*хотіли «спустити на гальмах», а коли надійшла вказівка злочин розкрити, то місцеві органи вирішили піти шляхом фальсифікації* (ПіК. – 2003. – №39. – С. 16); *Деякі політики спробували відставити уряд, зламали собі зуби* (УМ. – 2006. – 20 січня. – С.4-5).

В українській фразеології, яка зазнала змін внаслідок впливу розмовного мовлення, з'явився гумор, жарт, іронія, наприклад: *Не підривайте репутацію нової влади, все одно у вас нічого не вийде, народ у більшості – ненавидить вас. Ваш поїзд пішов!* (СВ. – 2005. – 14 липня. – С.2); *Правильно сказав Литвин, у якого, напевно, вуха пов'яли від взаємних нудистсько-есдеківських звинувачень...* (ПіК. – 2003. – №38. – С. 16); *А коли вже пішла така жара, то для балансу тендеру Нелле кілька разів зняв штани ...і показав голу дупу* (УМ. – 2005. – 3 грудня. – С. 3).

Зустрічаються у мові преси узуальні (інгерентні) стійкі словосполуки, яким притаманна традиційна форма та значення, наприклад: *Щоб утерти носа есдекам на попередніх виборах, Олександрові Омельченку довелося навіть робити стійку на руках* (УМ. – 2006. – 6 січня. – С.4); *Лише після відвідин нашого , українського, павільйону я збагнула, який бальзам на душу пролив мені цей невідомий росіянин...* (УМ. – 2005. – 30 липня. – С. 5); *Не виключено, що це буде вулиця 600-річчя Вінниці, бо і дата, що дала їй назву, нині втратила легітимність, і саме число застаріло, та й зловживання «ювілейними» назвами вулиць у попередні роки надто муляє око як городянам, так і гостям* (УМ. – 2004. – 7 грудня. – С.8); *Найсвіжішу кашу лідер партії «Нова демократія» заварив, після голосування у краснокутському районі, в ході якого виборці Кушнарєва переважною більшістю голосів відкликали його з депутатства* (УМ. – 2005. – 30 липня. – С.4).

Як зазначає Ж Колоїз, «узуальні фразеологізми створюють додаткову динаміку в сприйнятті будь-якого факту, загострюють увагу. Мають здатність посилювати чи послаблювати ступінь вияву ознаки або інтенсивності протікання дії» [Колоїз, 2004: 35].

У пошуках мовленнєвої експресії мовці утворюють okazіональні сполучення слів, які набувають okazіонального переносно-образного характеру та з часом стають фразеологічними одиницями: **косити (рубати) капусту, розвести на бабки** – у значенні «отримати гроші будь-яким шляхом», **жаба душить** – «заздрити», **кидати гроші на вітер** – «недоцільно витратити кошти», наприклад: *Згадайте, як проводив свої «останні» концерти Кобзон. А гастролює і досі «косить капусту»...* (УМ. – 2005. – 11 травня. – С. 12); *..то побачимо, що у нас досить багато ще таких товариств, основна мета яких «зрубати капусту» із простакуватих іноземців ...* (ПіК. – 2003. – №42. – С. 23); *Віктор Бовсуновський і Олександр Гайдук – чини небезпечної «кримінальної шістки». Вони мали намір когось «розвести на бабки»* (ПіК. – 2003. – №2. – С. 40); *Кого жаба душить* (УМ. – 2006. – 6 січня. – С.5); *Щойно здобуті гроші тут же кидаються на вітер* (УМ. – 2005. – 6 липня. – С. 9).

Серед емоційно-оцінних ідіом виділяються фразеологізовані розщеплення конотативного слова **базар** (розмова) – **фільтрувати базар** («очистити» мовлення від нецензурних, лайливих слів) – **відповідати за базар** (відповідати за те, що сказав), наприклад: *Задля забезпечення високого авторитету треба «фільтрувати базар»...*(ПіК. – 2003. – №11. – С. 19); *Нагадаємо, що ця ситуація виникла напередодні президентських виборів, тож один із кандидатів, який і обіцяв підвищені премії, вважав за потрібне «відповісти за базар» і знайти гроші будь-якою ціною* (УМ. – 2005. – 14 липня. – С. 15).

Яскравіший ступінь експресивності, емоційності містять фразеологізми з грубими стилістичними конотаціями, наприклад: *Ось уже декілька днів кияни спостерігають за навалою бігбордів, які, на відміну від решти рекламних щитів, і рекламними важко назвати: вони не запрошують курця затягтися солодким сигаретним димом, не пропонують підліткам «зловити кайф» разом із пляшечкою якоїсь слабоалкогольної хімії...*(УМ. – 2005. – 16 липня. – С. 2);

*Ні, старий не збожеволів, не біситься з жиру і не втік із дурдому* (УМ. – 2005. – 4 серпня. – С. 16); *Порожняк не гонить? Борис Колесников довів свою законослухняність: приїхав до слідчого з лікарні й нікуди не втік, хоча підписку про невиїзд з нього взяти...забули* (УМ. – 2005. – 4 серпня. – С. 1); *«Дахи їдуть» від людської недбалості* (УМ. – 2006. – 1 лютого. – С.3).

Досить поширеним явищем у текстах сучасних періодичних видань є семантичні зміни фразеологізмів, тобто трансформація. До таких семантичних і структурних змін журналісти вдаються з метою створення певного стилістичного ефекту, емоційності та переконання.

Підвищують ефект впливу на емоції і почуття, розширюючи чи звужуючи фразеологізми шляхом уведення чи усунення певних компонентів, наприклад: *...місцева пропаганда на недавніх президентських виборах вішала всіх собак на головного конкурента Віктора Януковича* (УМ. – 2005. – 19 липня. – С.6), пор. традиційне, **вішати собак** – говорити на когось щось неправдиве; *Полетить кілька голів, одного-двох, найодіозніших, на передвиборні місяці можуть і «закрити» у в'язницю...* (ПіК. – 2004. – №22. – С. 10), пор. відоме **голови летять** – звільнити когось з посади; *Тут, як кажуть, Черномирдін відпочиває. Але навіть після цього місцеві жителі не вгамувалися й наступали на «улюблений мозоль» Кучми* (УМ. – 2004. – 8 квітня. – С.3), пор. традиційне **наступити на мозоль** – діяти проти когось для досягнення бажаних наслідків; *Однак те, що відбулося увечері позавчора, в тих, хто прагне вставити свої п'ять копійок в оцінку домовленостей, викликає ще більше скепсису* (УМ. – 2006. – 4 лютого. – С.1), пор. відоме **вставити п'ять копійок** – недоречно говорити, включаючи слова в чуже мовлення. Такий прийом підвищує ступінь інтенсивності оказіонального фразеологізму. Суть нових компонентів у тому, що вони конкретизують інформацію, адаптують до певної мовленнєвої ситуації.

Іноді журналісти поєднують стійкі звороти на основі їхньої семантичної близькості, наприклад, у реченні *Мовляв, коли свого часу Президент Кучма лаяв «диких парламентаріїв», які «наче щойно з пальми злізли», той же*

*Литвин позачергових зібрань не скликав...*(УМ. – 2005. – 15 липня. – С. 4) вжито дієслівний фразеологізм з **пальми злізли**, який утворився від фразеологізма «з **дуба впасти**».

Зустрічаються і фразеологічні варіанти, які не порушують семантичну структуру стійкої сполуки, наприклад: **мізки (ламати, сушити, пудрити), отримувати (дістати) на горіхи**. *Це ж як треба сценаристам ламати мізки, аби прикувати увагу телеглядачів до екранів на цілих 13 років!* (УМ. – 2005. – 1 квітня. – С. 16); *Думати ж можна про все, що заманеться – хоч про конституційну реформу мізки сушити, хоч анекдоти задувати...*(ПіК. – 2003. – №18. – С. 14); *«Це наші громадяни, і ми їх образити нікому не дамо, і мізки пудрити ви їм теж не будете», - проскреготав білоруський президент* (УМ. – 2005. – 28 липня. – С. 6); *І навіть коли наш шеф-редактор потрапив у команду Віктора Януковича, наше видання не отримало донецької прописки, і Януковичу так само діставалося, як отримувала на горіхи адміністрація президента, коли взялася проводити референдум...*(ПіК. – 2004. – №19. – С. 2); *Окрім керівництва МВС, дісталось на горіхи і кримінальному світу* (УМ. – 2005. – 19 липня. – С. 4).

Отже, фразеологізми – один із найпродуктивніших засобів посилення емоційності та експресивності публіцистичного мовлення. Конотативні стійкі словосполуки використовують у мові сучасних періодичних видань як стилістичні експресивні одиниці, які полегшують сприйняття інформації, містять оцінку та відображають авторське розуміння проблеми.

### Резюме

У статті досліджено емоційно-оцінні фразеологізми у мові української періодики XXI століття. Встановлено, що використання стійких словосполук як емоційно-експресивних, оцінних засобів посилює аргументацію та переконання публіцистичного мовлення.

## Summary

The emotional-estimating phraseological units of the Ukrainian periodicals language of the beginning of the 21-st century have been researched in the article.

It has been determined that use of set expressions as emotional – expressive means strengthens the argument and persuasiveness of publicistic speech.

## Література

1. Гнатюк І.С. Деякі питання використання фразеологізмів у мові сучасної прози// УМЛШ.- 1981.-№9.- С. 62-64.
2. Демський М.Т. Особливості функціонування українських дієслівних фразеологічних одиниць // Мовознавство.- 1972.- №3.- С. 12-16.
3. Колоїз Ж. Порухення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові засобів масової інформації // Мандрівець.- 2004.- №2.- С. 34-39.
4. Кочукова Н.І. Трансформовані словосполуки в мові української преси.- К.: Пульсари, 2005.-164с.
5. Чуріна В. Мовна картина світу українців (на матеріалі фразеологізмів) // Українська мова та література.- 2004.-лютий (№8).- С.3-8.

### Загальні відомості про автора статті

Стадній Алла Сергіївна, аспірант кафедри української мови та загального мовознавства Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, вчитель української мови та літератури СЗОШ № 16 м. Вінниці.

Домашня адреса: вул. Келецька, буд.101, кв. 52,

м. Вінниця

21030

тел. 46-73-80