

УДК 811.112.2'373.7

DOI 10.31.65/2520-6966-2020-14f-98-257-262

**В. В. Красавіна**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови і літератури  
Національного університету "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка

## **Фразеологізми-трансформери в заголовках електронних ЗМІ (на матеріалі інтернет-видання "Український тиждень")**

*Зміни, які відбуваються в суспільно-політичному, економічному, науковому, культурному житті держави, оперативно відображаються в мові електронних засобів масової комунікації. Заголовок – перше й основне джерело інформації для читачів, які проглядають головну сторінку сайту. Він виконує щонайменше три головні завдання – максимально стисло передає суть змісту публікації, привертає увагу читача до матеріалу та формує емоційно-оцінне ставлення до тексту.*

*Значний емоційно-експресивний заряд мають заголовки, до яких введені трансформовані фразеологічні одиниці (ФО). Обстеживши заголовкові комплекси інтернет-видання "Український тиждень", відзначаємо як узуальні, так і модифіковані ФО, які виконують виразну стилістично-прагматичну функцію. Найширше представлена структурно-семантична трансформація, що пов'язано із низкою комунікативно-стилістичних ефектів. Авторська субституція спрямована на те, щоб оновлену ФО органічно вписати в контекст публікації, прив'язавши до конкретних суспільно-політичних подій, постатей, реалій сучасного життя тощо. Для уточнення й конкретизації ситуації, місця дії, деталізації характеристики особи медійники розширюють компонентний склад. Спостерігаємо й скорочення компонентного складу – редукцію окремих складників. Для досягнення мовної економії, лаконізму, інтелектуалізації, евфемізації заголовка активно використовують фразеологічний натяк, який полягає в розкладанні усталених висловів на окремі складники. Продуктивним прийомом семантичної модифікації є подвійна актуалізація ФО – поєднання в ній лексичного й фразеологічного значень одночасно.*

*Констатуємо, що фразеологічні трансформери експресивізують заголовки, актуалізують додаткове конотативне значення, передають авторське ставлення до інформації та слугують дієвим засобом впливу на сприйняття тексту реципієнтом, водночас вони є маркерами мовних засобів публіцистики конкретної історичної доби.*

**Ключові слова:** засоби масової інформації, заголовок, фразеологічна одиниця, фразеологічний трансформер, субституція, редукція, семантика.

Зміни, які відбуваються в суспільно-політичному, економічному, науковому, культурному житті держави, оперативно відображаються

в мові електронних засобів масової комунікації. Першим й основним джерелом інформації для читачів, які проглядають головну сторінку сайту, є заголовок. Та як зауважує М. Коулз, найкращі заголовки друкованих масмедіа виявляються неефективними в інтернеті. Відповідно електронний формат ЗМІ висуває нові вимоги до заголовків текстів, які мають зацікавити, заінтригувати, утримати увагу читачів – і врешті-решт змусити прочитати публікацію.

За даними соціодосліджень, 60–80 % користувачів узагалі не читають тексту новин чи статей, а отримують необхідну інформацію лише із заголовків. Читачі зосереджують увагу на перших та останніх трьох словах заголовка, за висновками Я. Нільсена. Сьогодні "найважливішою, визначальною рисою мови ЗМІ є постійний пошук і використання нових засобів експресії на тлі раціонального стандарту і штампів", як зазначає О. Стишов [1, с. 22].

Отже, заголовок виконує щонайменше три головні завдання – максимально стисло передає суть змісту публікації, привертає увагу читача до матеріалу та формує емоційно-оцінне ставлення до тексту. Поєднуючи інформативну та емоційно-експресивну функції, заголовок посилює прагматичну функцію мови як одну із найважливіших для масмедіа [2, с. 215].

Сучасні електронні ЗМІ використовують різні типи заголовків, але найбільш впливовими є образні, в яких експресивна функція висувається на перший план, оскільки втілює авторські емоційні інтенції й моделює ймовірні емоції адресата, пов'язані зі сприйняттям та інтерпретацією повідомлення.

Значний емоційно-експресивний заряд мають заголовкові комплекси, до яких введені трансформовані фразеологічні одиниці (ФО). Як вважає Л. Пашинська, "вжитий у заголовку модифікований фразеологізм не тільки виконує функцію встановлення контакту або привернення уваги до змісту інформації, але семантично і структурно підпорядковує собі весь текст статті чи повідомлення" [3, с. 136].

Медіадискурс, будучи динамічним і багатовимірним, постійно перебуває в полі зору науковців. Мовному оформленню заголовків присвячено розвідки І. Завальнюк, В. Здоровеги, А. Євграфової, В. Іванова, В. Ільченка, Л. Каніболоцької, Т. Ковалевської, Г. Конторчук, І. Кочан, Н. Кутузи, І. Михайлина, Л. Солодкої, Г. Шаповалової, В. Шевченко, Е. Шестакової, В. Садівничого та ін. Питання трансформації й варіювання стійких сполучень слів активно вивчають зарубіжні й вітчизняні науковці. Значний внесок у досліджувану проблему зробили: Л. Авксентьєв, М. Алефіренко, В. Білоноженко, О. Важеніна, І. Глуховцева, І. Гнатюк, С. Гурбанська, Л. Давиденко,

Ж. Колоїз, В. Мокієнко, А. Мелерович, О. Пономарів, І. Третьякова, В. Ужченко, Д. Ужченко Л. Чабаненко М. Шанський та ін. Видозміни фразеологічних одиниць у сфері публіцистики опрацьовували Н. Бойченко, Л. Давиденко, А. Григораш, В. Каленич, Н. Кочукова, Л. Марчук, Л. Пашинська, Н. Скиба та ін.

Мета нашого дослідження – проаналізувати трансформовані фразеологічні одиниці (надалі ФО) у заголовкових комплексах суспільно-політичного електронного видання "Український тиждень", визначити їх найпродуктивніші типи, з'ясувати функційно-стилістичні особливості та комунікативно-прагматичний потенціал.

Обстеживши заголовки часопису "Український тиждень", помічаємо узуальні ФО (стійкі вирази різних типів: фразеологізми, паремії, крилаті вирази, ремінісценції, мовні кліше, гасла та ін.), наприклад: *камінь спотикання; перша ластівка; театр одного актора; лакмусовий папірець* тощо), та передусім впадає у вічі активне осучаснення стійких сполук. Показовим є використання фразеологізмів-трансформерів, як наприклад: *універсальний цап-відбувайло; Содом і гангерена; за трьома зайцями; слуги скандалу; усі дороги ведуть додому* тощо, які виконують виразну стилістично-прагматичну функцію. Мовознавець Л. Марчук так визначає поняття фразеологічний трансформер: "Фразеологізм, що зазнав структурно-семантичних чи граматичних модифікацій" [4, с. 192].

У заголовках часопису найширше представлена структурно-семантична трансформація, що пов'язано із низкою комунікативно-стилістичних ефектів.

Показова з погляду стилістичної виразності та знакова щодо впливу на семантику ФО цілеспрямована заміна одного чи кількох лексичних компонентів фразеологізму. Авторська субституція спрямована на те, щоб оновлену ФО органічно вписати в контекст публікації, прив'язавши до конкретних суспільно-політичних подій, подій, реалій сучасного життя тощо. Цей прийом особливо дієвий, якщо слово-замінник не перебуває в синонімічних відношеннях із узвичаєною у складі фразеологізму номінацією, а належить до іншої лексико-семантичної групи. Таке перетворення дозволяє авторові без розлогих описів і пояснень, замінивши лише один складник ФО, окреслити ситуацію, схарактеризувати особу, висловити своє ставлення до зображуваного тощо. Вибір компонентів-замінників залежить від їх семантики, контексту й стилістичних інтенцій журналіста. Наприклад: *Справа Гандзюк: слідство уповільненої дії* (пор.: бомба уповільненої дії); *Режими на глиняних ногах* (пор.: колос на глиняних ногах); *Поганому танцюристові заважає Порошенко* (пор.: поганому

танцюристу ноги заважають); *Курс на манівці* (пор.: курс на індустріалізацію); *Вирватися з ведмежого кута* (пор.: з глухого кута) тощо.

Фіксуємо активну заміну субститута антонімом, який сприяє експресивізації заголовка, наприклад: *Старе вино у старі міхи* (пор.: влити нове вино у старі міхи); *На холодну голову* (пор.: на гарячу голову); *Скляна завіса* (пор.: залізна завіса); *Моральний кодекс руйнівника комунізму* (пор.: моральний кодекс будівника комунізму); *Розбудова "договорняка"* (пор.: розбудова держави) тощо. В останніх спостерігаємо заміну нормативного компонента стійкої сполуки стилістично зниженим, що увиразнює іронічне звучання заголовка. Субституція ефективно поєднується з морфолого-словотвірними змінами: введенням чи, навпаки, виведенням зі складу фразеологізму частки "не" або прийменника "без", наприклад: *Як тебе полюбити, Києве мій?* (пор.: як тебе не любити, Києве мій?); *Хліба без видовищ!* (пор.: Хліба і видовищ!). Особливо образними є фразеологічні синкретиви, які утворилися шляхом заміни усіх компонентів ФО, але при цьому структурна модель та цілісне фразеологічне значення збереглися. Наприклад: *Між гідністю та гаманцем* (пор.: між Сциллою та Харибдою); *Карати чи рятувати?* (пор.: бути чи не бути? В. Шекспіра) тощо.

Лексична заміна компонентів є одним із найпродуктивніших способів трансформації ФО в заголовках часопису.

Найчастіше для уточнення й конкретизації ситуації, місця дії, деталізації характеристики особи медійники розширюють компонентний склад. Наприклад: *Універсальний цап-відбувайло*; *Гра на різну публіку*; *Золоте яйце Гонконгу*; *Крик душі в Давосі*; *Білорусь на голці Москви*; *Ключ від європейського серця*; *Троянський кінь мажоритарки*; *Квітучий край руйнації* (про Донбас) тощо. Розширення компонентного складу слугує оновленню та конкретизації семантики ФО, заголовок в результаті стає більш точний, влучний, відзначається певною оцінністю.

Натрапляємо й на скорочення компонентного складу, що передбачає звуження ФО шляхом редукції окремих складників. Усікатися може будь-який компонент, окрім лексеми, яка є семантичним центром фразеологізму. Як зазначає Н. Ковальова, редукція привносить "мовну грайливість" у текст. Усічення зазнають добре відомі й широко вживані ФО. Такий заголовок має більшу виразність, посилює експресію авторської думки. Наприклад: *Пацієнт радше живий*. (Як українське кіно долає сучасні виклики) (пор.: пацієнт радше живий, аніж мертвий); *Порятунок потопаючого*. (Що перешкоджає залученню інвестицій в Україну) (пор.: порятунок потопаючих – справа рук самих потопаючих); *Бий своїх!* (пор.: бий своїх, щоб чужі боялися); *Тіні забутих* (пор.: "Тіні забутих предків" М. Коцюбинського).

Для досягнення мовної економії, лаконізму, інтелектуалізації, евфемізації заголовка активно використовують фразеологічний на-так, який полягає в розкладанні усталених висловів на окремі складники. Завжди обирають ФО з високим натяжковим потенціалом або образ-алюзію загальновідомого літературного твору, фільму тощо. Ідентифікаторами постають семантично опорні компоненти ФО, наприклад: *Закон про реінтеграцію. Марш по граблях; Французькі граблі у діалозі з Москвою* (пор.: наступати на ті самі граблі); *Звинування Яни Дугарь: білими нитками* (пор.: білими нитками шито); *Сцілла і Харібда Зеленського* (пор.: між Сциллою і Харібдою); *Де взяти клин, щоб вибити російську пропаганду?* (пор.: клин клином вибивають) тощо.

Одним із найпродуктивніших прийомів семантичної модифікації є подвійна актуалізація фразеологічної одиниці – поєднання в ній лексичного й фразеологічного значень одночасно, тобто вільного і зв'язаного. Наприклад: *Почім фунт лиха* (переносне значення: зазнати горя, біди, неприємностей і т. ін.; пряме значення: занепад британської валюти як резервної). Лексема "фунт" у цьому контексті зберігає й пряме значення, оскільки у статті йдеться про знецінення англійських грошей. Таке мовне обігрування створює виражальний ефект особливого впливу.

Отже, у заголовкових комплексах часопису спостерігаємо структурно-семантичні процеси, пов'язані з пошуками мовних засобів, які увиразнюють експресію, виконують прагматично-оцінну функцію, створюють смислову багатозначність висловлення, яке має привернути увагу читача. Фразеологічні трансформери, семантичними компонентами яких є оцінність, емоційність, образність, експресивізують заголовки, актуалізують додаткове конотативне значення, передають авторське ставлення до інформації та слугують дієвим засобом впливу на сприйняття тексту реципієнтом, водночас вони є маркерами мовних засобів публіцистики конкретної історичної доби.

### Література

1. Стишов О. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови ЗМІ): монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.
2. Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. Вип. 86. С. 214–221.
3. Пашинська Л. Трансформовані стійкі сполучення у заголовках сучасних ЗМІ. *Культура слова*. 2011. Вип. 74. С. 131–136.
4. Марчук Л. Трансформація фразеологізмів: оцінний аспект. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка. Філологічні науки*. 2019. Вип. 48. С. 189–193. URL: <https://tyzhden.ua/>

## References

1. Styshov, O. (2003). *Ukrainska leksyka kintsia XX stolittia (na materialy movy ZMI)* [Ukrainian vocabulary of the end of the XX century (a study of mass media language)]. Kyiv. 388 p. [in Ukraine].
2. Krasavina, V. (2017) *Zaholovky-ekspresyvy v suchasnykh internet-vydanniakh* [Expressive headlines in modern Internet periodicals]. *Kultura slova – Word Culture*. (86). 214–221.
3. Pashynska, L. (2011) *Transformovani stiiki spoluchennia v zaholovkakh suchasnykh ZMI* [Transformed set expressions in the headlines of modern media]. *Kultura slova – Word Culture*. (74). P. 131–136.
4. Marchuk, L. (2019) *Transformatsiia frazeolohizmiv: otsinnnyi aspekt* [Transformation of phraseologisms: evaluative aspect]. *Scientific papers of I. Ohienko Kamianets-Podilskii National University – Philological sciences*. Issue (48). 189–193. <https://tyzhden.ua/>

---

## V. V. Krasavina

PhD in Philology, Associate Professor, Department of Ukrainian Language and Literature, T. H. Shevchenko National University "Chernihiv Colehium"

### Phraseologisms-transformers in the headlines of electronic mass media (based on the articles of "Ukrainskyi tyzhden" Internet periodical)

*Changes going on in the social and political, economic, scientific, cultural life of the state are promptly reflected in the language of electronic mass media. The headline is the first and basic source of information for the readers skimming the homepage of the site. The headline performs at least three important tasks – it conveys the subject matter of the article as concisely as possible, attracts reader's attention to the article and forms an emotional and evaluative attitude to the text.*

*A considerable emotional and expressive charge is available in the headlines containing transformed phraseological units. In the headlines of the periodical we can observe transformed and customary phraseological units, performing a pragmatic and stylistic function of expressiveness. Structural and semantic transformation is prevalent, due to a number of communicative and stylistic effects. Occasional substitution is aimed at the convenient insertion of the renewed phraseological unit into the article, linking it to certain social and political events, public figures, actualities of the modern life, etc.*

*Journalists extend the componential composition of a phraseological unit with the purpose of specification and concretization of the situation and provision of a detailed description of a person. Also we come across the reduction of the componential composition – reduction of its particular components. In order to make the headline sound concise, intellectual and euphemistic, a phraseological hint consisting in the decomposition of set expressions into separate components is broadly used. One of the most productive ways of semantic modification is double actualization of the phraseological unit – a simultaneous combination of lexical and phraseological, free and bound meanings in it.*

*We, therefore, assume that phraseological transformers make headlines expressive, actualize additional connotations in them, convey author's attitude to the situation and are an effective means of influencing the way text is perceived by a recipient, and at the same time they are markers of language means of social and political journalism of a certain historical period.*

**Key words:** mass media, headline, phraseological unit, phraseological transformer, substitution, reduction, semantics.