

СПЕЦИФІКА ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ЗВОРОТІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПРЕСІ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ "ДЕСНЯНСЬКА ПРАВДА")

Національно-культурна семантика мови найбільш повно та яскраво виявляється в таких одиницях мови, як фразеологізми та мовні афоризми, що містять прислів'я, приказки та крилаті вислови. Саме цей пласт мови безпосередньо образно відображає дійсність, називає предмети та життєві явища, фіксує зміст, який стосується життя народу – носія мови, є дзеркалом національної культури.

Звичайно, фразеологія відіграє значну змістову роль у будь-якому функціональному стилі, виконуючи низку важливих завдань. Але найбільш "охочим" до цих одиниць є стиль преси. Пріоритетним у дослідженні мовлення періодичного видання є функціонально-стилістичний підхід, який розкриває загальні перспективи мови газети на сучасному етапі.

Одним із аспектів функціонально-стилістичного підходу є вивчення місця й ролі фразеологічних одиниць у газетних текстах – одного з найважливіших засобів експресивного вираження думки, оновлення та збагачення образних ресурсів газети, що відкривають широкі можливості творчого використання описових зворотів мови.

Дослідження використання фразеологічних одиниць у мовленні газети "Деснянська правда", що виходить у Чернігові, дозволило встановити, що журналісти видання активно послуговуються фразеологічними зворотами для втілення емоційно-оцінних контекстів мовлення. Серед цих досліджуваних одиниць виявлено факт функціонування двох типів фразеологічних одиниць: 1) узуальні сполуки, де елементи та структура ФО не змінюються: *"Свого часу вони разом до школи ходили..., жили, як-то кажуть, душа в душу і горя не знали"*; *"Адже в селі – мов на долоні, все видно"* [1]; *"І коли між вами чорна кішка пробігла?"* [1]; *"Вона працювала в собі в горді і ні сном ні духом не відчула, що має стати цаном-відбувайлом у справі про спалювання сміття"* [2].

Найчастіше узуальні фразеологічні сполуки автори застосовують у заголовках (підзаголовках) газетних статей: *"Гора породила мишу"*, *"Ахіллесова п'ята"*, *"Перша ластівка"* тощо. Використання фразеологізмів у заголовках допомагає від початку справити враження на читача та завдяки закодованій у фразеологізмі інформації повідомити тему подальшої розповіді, здебільшого це характерні для публіцистичного стилю теми політичного, економічного, культурного життя суспільства.

Уживання узуальних фразеологізмів як виражально-зображувальних засобів ґрунтується на абсолютних виражальних можливостях ФО. Вони створюють додаткову динаміку в сприйнятті будь-якого факту, загострюють увагу, посилюють ступінь вияву ознаки або інтенсивність протікання дії. Узуальні фразеологізми, забезпечуючи експресивність, допомагають журналістам уникнути мовних штамів, стандартів.

2) okazionalni – individualni, suho kontekstualni, yakі v publitsychnomu tekstі realizuyutsya za dopomogoyu vlastyivogo liشه для publitsychnykh sposobu – transformatsiyi: *"Було з нього користі, як з козла "Мілки вей"* [3]; *"Дай, Боже, ірисці "Рошен" з'їсти"* [3] (заміна окремих компонентів ФО); *"... відки риба гниє"* [3] (усічення складу ФО); *"Галас щодо останніх подій... підняли інші зацікавлені політики через свої підконтрольні ЗМІ. Тобто, зі звичайнісінької "мухи" зробили величезного слона"* [4] (уведення до

складу ФО уточнювальних членів речення); *"Втім, тоді ми ще горшків не побили"* [5]; *"Влада "не клює", ба, не відгукується на Слово. Тому й маємо – насіння падає на кам'янистий ґрунт у Державі"* [6] (зміна змісту на протилежний).

Видозмінений фразеологізм завжди зберігає співвіднесеність зі своїм номінативним вихідним джерелом, але надає експресивно-образного навантаження вислову.

Із боку відображення соціокультурних знань в образній основі фразеологізмів можна виокремити такі дві групи: національні фразеологізми та міжкультурні фразеологізми, що прийшли з різних мов різних культур. Джерелом запозичення фразеологізмів преси стали Біблія, міфи, казки, різні сфери життя та діяльності людей.

Також у зв'язку з розвитком технічних засобів, зміни соціально-політичних умов виникає потреба номінації та образної оцінки явищ дійсності, характерних для нової епохи. Це зумовлює появу власне нових ФО. Тому в газетних статтях подибуємо "спілкування через світову павутину". Це зразок власне нової ФО, що характеризує сучасні джерела інформації. Отож процес появи нових ФО не припиняється. Кількісне зростання ФО не рідко супроводжується пристосуванням старих фразеологізмів до подій сучасності шляхом оновлення їхньої образної основи: *"Нам до Європи – як до Брюсселя рачки"* [7].

Отже, у мові сучасної публіцистики функціонують загальномовні, трансформовані фразеологізми та фразеологізми-новотвори. Фразеологія органічно входить до системи експресивно-стилістичних засобів живого мовлення і є невичерпним джерелом стилістичного збагачення літературної мови. "Подальше вивчення фразеологізмів – проблема майже "вічна" і повсякчас актуальна для лінгвістів-лексикологів, бо поява й використання фразеологізмів на нашій планеті не обмежена ні просторовими, ні часовими рамками" [8].

Література

1. Деснянська правда. – 2015. – №10. – С.5.
2. Деснянська правда. – 2015. – №38. – С. 4.
3. Деснянська правда. – 2015. – №1. – С. 4.
4. Деснянська правда. – 2015. – № 10. – С. 4.
5. Деснянська правда. – 2015. – №10. – С. 5.
7. Деснянська правда. – 2015. – №34. – С. 4.
8. Деснянська правда. – 2014. – №23. – С. 3.
9. Теклюк В. Фразеологізми й народна мудрість / Теклюк В. // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. – Вип. 11. – Серія: Філологія. – Вінниця, 2009. – С. 86-89.
10. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови / Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. – К. : Знання, 2007. – 494 с.