

Людмила Пашинська

ТРАНСФОРМОВАНІ СТІЙКІ СПОЛУЧЕННЯ СЛІВ У ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНИХ ЗМІ

У мові сучасних українських масмедіа в останнє десятиліття помітно активізувалася тенденція до оновлення компонентного складу стійких сполучень слів і висловів, яка досягається трансформаціями, обігруванням, пародіюванням фразеологічних одиниць тощо (І. С. Гнатюк, О. І. Андрейченко, А. М. Григораш, Л. Б. Давиденко, О. О. Калякіна, К. І. Мізін, О. Г. Важенина, М. М. Гавриш, Н. І. Кочукова, А. І. Мамалига, Т. П. Свердан та ін.). Дослідники виявляють постійну динаміку зміни значення й структури фразеологізмів, покликану прагненням до виразності. Авторська трансформація стійких одиниць завжди зумовлена певними стилістичними настановами й завданнями.

Механізми трансформації стійких сполучень слів і висловлювань привертають увагу мовознавців, однак єдиного погляду на природу цього явища немає. Існує кілька основних визначень трансформації (модифікації) фразем: 1) трансформація фразем — це релевантні зміни в лексичному складі, синтаксичній структурі, семантиці, при яких узуальна форма фразеологічної одиниці протиставляється її оказіональній формі; 2) трансформації стійких одиниць — це зміни, викликані їх актуалізацією в особливих контекстуальних умовах, що увиразнюють повідомлення, експресивно передаючи інформацію; 3) фразеологічна трансформація — це видозміна фразеологічних одиниць із певною стилістичною настановою; 4) фразеологічні трансформації — це зміни, які уможливають сполучення фразеологізму зі словами такого лексичного ряду, з якими він як мовна одиниця у межах норми сполучатися не може.

Сама природа фразеологізмів, насичених яскравою образністю, стильовим забарвленням, створює передумови для їх використання в експресивному, насамперед художньому і публіцистичному, тексті. Талант автора масмедійного дискурсу полягає в умінні відібрати потрібний матеріал, творчо опрацювати й використати експресію з готового національного джерела і

ввести його в текст. Унаслідок цього з'являються нові художні образи, жартівливі вислови, каламбури: *Слово — не горобець, вилетіло — розплачуйся*; «*Гуртом і батька легше бити*». *Та не «побили», бо «батька» не було*; *Наомі вважає, що виросла з коротких подіумних штанців, а тому хоче податися у кіно-актриси (УМ)*; *Отже, собака заритий куди глибше* — на рівні залягання водопровідних та каналізаційних труб, які давно потребують ремонту, а часто — й заміни (УіСС). Результатом фразеологічного новаторства публіцистів є оригінальні словесні образи, в основі яких обіграно стійкі вирази. Творча перебудова фразеологізмів надає їм нових експресивних відтінків, посилює виразність. Найчастіше автори текстів перетворюють фраземи, які мають високий ступінь стійкості лексичного складу й виконують в мові експресивну функцію. Модифіковані фразеологізми при цьому зберігають художні цінності загальноновживаних — образність, афористичність, ритміко-мелодійну впорядкованість.

Типовою позицією для усталених одиниць у ЗМІ є абсолютний початок тексту — заголовок, який допомагає проєктивно задати оцінку статті чи нарису, зацікавити читача, спрямувати його увагу, чому сприяють виразові якості стійких одиниць: конденсація думки, афористичність, образність, експресія. Заголовок як сигналізатор змісту певного матеріалу загострює увагу читача на змісті, стисло повідомляє про сам зміст, концентровано відображає головну думку автора, спонукає до прочитання надрукованого, підвищує ефективність засвоєння прочитаного, експлікує культурні константи, фонові знання адресата (Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови. — К., 2007. — С. 260). Специфікою заголовків-фразеологізмів є те, що вони здебільшого дають образну характеристику й оцінку всього тексту, не розкриваючи його змісту. Навпаки, сам масмедійний текст має розкрити зміст образного заголовка, підтвердити влучність оцінки, наприклад: *Гроші не пахнуть. Але щоб настільки?! Вітчизняні урядовці заради політичної та економічної допомоги Росії лобіюють кабальні для держави рішення; Побачити Париж і вижити...! Завдяки віртуальному супермаркету «гарячих» путівок їздити за кордон стане дешевше; Українська крапля в морі*

кіно у Венеції/ Фільм, співпродюсером якого виступив українець, відібрали в конкурсну програму Венеціанського кінофестивалю; Кредит гривню збереже/ Долар падатиме до кінця літа, а євро наприкінці липня має подорожчати; Приїхав, поговорив, переміг/ Перше європейське турне Обама стало тріумфом (УМ).

В одних випадках заголовний стійкий зворот обігрується в тексті, підвищуючи експресивну функцію інформаційного повідомлення, в інших — заголовок не співвідноситься з конкретною одиницею в тексті: *Не будуймо «хати скраю»/ «Моя хата скраю, я нічого не знаю». Саме за таким принципом зараз намагаються жити люди у нашій державі, і, треба сказати, це у них добре виходить: ніхто нічого ні про кого і ні про що не знає і знати не хоче, доки це не загрожує його спокою чи безпеці; Від шуму до буму — один крок. Або два/ Новопризначений голова Держбуду України Валерій Череп під час представлення апарату комітету пообіцяв, що у країні буде будівельний бум (Д); Готуй «більшість» влітку/ 18 червня має відбутися у Києві Форум демократичних сил. Та ж майбутня парламентська більшість, якої вкрай бракує Україні, має формуватися в суспільстві вже сьогодні (УіСС); Сам пішов/ Томенко подав у відставку за кілька годин до того, як його «пішли» (УМ).*

Заголовки з фразеологічним компонентом часто виявляють самодостатність у реалізації прагматичної інформації. Важливу, актуально значущу інформацію, яка підтримується особистісним ставленням автора до ситуації, факту, події, особи, змісту, подано, наприклад, у таких заголовках-трансформах: *Стефаник — хоч куди козак/ Предки знаменитого новеліста переселилися на Галичину після зруйнування Запорозької Січі (УМ), пор.: Еней був парубок моторний. І хлопець хоть куди козак («Енеїда» І. Котляревського); Його «Тринадцята» минула/ Зірка телесеріалу «Доктор Хаус» Олівія Уайльд тепер стала ще й жінкою вільною. Актриса, відома за роллю інтерна Ремі на прізвисько «Тринадцять», розлучилася з чоловіком (УМ), пор. назву поезії Т. Шевченка «Мені тринадцятий минало»; Дві сторони однієї десятки/ Дві сотні киян вишикувалися в живий ланцюг, відстоюючи вулицю Івана Мазепи (УМ), пор. фразеологізм *дві сторони однієї медалі*.*

Модальність заголовка, його функціональна номінативність, здатність актуалізувати думку підтримують такі засоби в його структурі, як інтонація, звертання, порівняння, експресивні частки, вигуки, вставні слова тощо: *Ух, ух, солом'яний дух/ У Музеї-квартирі Павла Тичини триває виставка дідухів та виробів із соломи «Радуйся, земле»;* **Затишишя. Перед чим?/ Найважчий для опозиції день — коли нема роботи;** **Кличко, як і Бог, любить трійцю!** *У родині українського боксера Віталія Кличка народилася третя дитина* (УМ).

Особливостями фразеологізованих заголовків-трансформ є й можливість їх використання в різних типах комунікативних висловлювань, які містять:

- запитання: *Біжимо попереду чи стрибаємо в «останній вагон»? (Д); Сміття в хаті?; Що СОТ прийдешній нам готує?; Газ — усьому голова?; Час розбирати каміння?; Світло в кінці глухого кута?; Тихо їдуть. Далі будуть?* (УМ);

- заклик, наказ, прохання, побажання тощо, які у тексті представлені з окличними реченнями: *Боржники, гроші — на бочку!; Слава Україні! Героям — суд; Щоб кожен жив на таку стипендію!; Хто не з нами, той Пинзеник!* (УМ);

- констатацію: *Під «лежачий» велосипед дорога тече; Поганому мерові намети заважають; Багаті теж худнуть; Америка підкладає Європі свиню. І не одну; Із українців по нитці — уряду реформа; Хтось там бреше, а караван іде* (УМ).

Такі заголовки не тільки розкривають тему висловлювання, його смислову важливість, актуальність, але й показують конкретні емоції — осуд, зневагу, сумнів, іронію, хвилювання, надію, згоду чи незгоду автора з ситуацією тощо.

Фразеологізми у заголовках часто зазнають модифікацій, що тісніше пов'язує їх із текстом, авторським задумом, надає певного стилістичного ефекту, привертає увагу читача. Серед таких прийомів найпоширенішими є:

1) заміна одного або кількох компонентів, коли нововведені лексеми проектуються на пропущені елементи, з якими не пов'язані за смислом: *Кордон до Києва довів* (УМ), пор. *язик до Києва доведе; Хто платить гроші, той і аркузамовляє* (УМ), пор. *хто платить гроші, той і музику замовляє; Дефолт у кінці тунелю* (УМ), пор. *бачити світло в кінці тунелю; Час — нафта* (Д),

пор. *час* — *гроші*. У результаті заміна одного компонента сталого вислову другим часто приводить до зміни його смислу;

2) розширення складу фразеологічної одиниці за рахунок введення додаткових компонентів: *Фінанси співають виборам романси*; *З ким у парламенті поведешся, того й наберешся*; *Хлопчик для биття. І дівчинка*; *Союз як корова язиком злизала*; *Американська коса на іракський камінь* (УМ). Такий тип трансформації фразем підсилює інформативну функцію заголовків;

3) усічення компонентного складу фразеологічних одиниць створює ефект підсиленого очікування: *Гуртом добре бити/ У білоруській екстралізі «Сокіл» розтроцив «Керамін», показавши неймовірну реалізацію більшості* (УМ), пор. *гуртом добре й батька бити*; *Двічі в одну річку/ Екс-«губернатор» Євген Кушнар'єв передумав іти з обласного депутатства* (УМ). Дієвим засобом трансформації є усічення заголовка-сталого виразу, в якому замінено один чи кілька компонентів: *Одна голова — добре...*; *«Камінь» за пазухою*; *Посада — не вовк*; *Разом їх багато...*; *Не відкладай на після виборів* (УМ). Уживання в заголовках масмедійних текстів фразеологічних зворотів у трансформованому вигляді свідчить про авторські пошуки експресії. Зміни структури стійких одиниць дозволяють авторам уникати штампів і створювати нові експресивні засоби для підсилення інформативної функції. Двоплановість значення фраземи-заголовка найчастіше можна виявити лише при ознайомленні з широким контекстом.

Заголовний модифікований стійкий зворот може обігруватися й у кінці статті, що надає стрункості усьому матеріалу, робить його композицію завершеною. Оцінна ж функція, закладена в такому заголовку, налаштовує читача на певне сприйняття матеріалу, що посилюється повторюваною кінцівкою тексту: *«Ілліч-баба» і 40 наймитів/ .. в Іллічівському районі Маріуполя .. 29-річна жінка «причарувала» не одного молодого чоловіка, а цілий гурт лобурів. Намагаючись догодити своїй пані, молодики готували їй їжу, прали, наводили порядок у будинку. І все це лише за певну порцію наркотичного зілля, на яке у парубків не вистачало коштів. Ті, хто не мав грошей, потрапляли у повне розпорядження «Ілліч-баби» і чвалали до неї виконувати всю роботу по господарству* (УМ) — тут зі стилістичною метою

використано індивідуально-авторську трансформацію назви арабської казки «Алі-Баба і 40 розбійників». Фінальне оказіональне утворення дає оцінку тій інформації, яка закладена в тексті.

Уведення трансформованих стійких сполучень слів у заголовки масмедійних текстів стає важливим засобом мовної експресії, яка посилює ефективність дискурсу. Вжитий у заголовку модифікований фразеологізм не тільки виконує функцію встановлення контакту або привернення уваги до змісту інформації, але й семантично і структурно підпорядковує собі весь текст статті чи повідомлення. Заголовний трансформований стійкий зворот у кінці статті підсумовує сказане вище й конденсує прагматичну мету його автора.

Скорочення назв газет

Д	— «День»
УіСС	— «Україна і світ сьогодні»
УМ	— «Україна молода»