

STYLE AND TEXT

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.12>

УДК 070:811.161.2:004.738.5(047)

Modified Phrases in Modern Media Headlines**Nadiya Figol**

*PhD. (philol. sci), Associate Professor
National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”
37 Victory Avenue, Kyiv, 030056 Ukraine*

Corresponding author’s e-mail address: figol_nadija@ukr.net

Tatyana Faychuk

*PhD. (philol. sci), Senior Research Fellow
Institute of Linguistics O.O. Potebni of the National Academy of Sciences of Ukraine,
4 Hrushevsky St. Kyiv, Ukraine*

Corresponding author’s e-mail address: tatyanafaichuk@gmail.com

ABSTRACT

The Ukrainian phraseology is constantly evolving; the obsolete and infrequent phraseologisms disappear, instead the new phraseologisms appear and the traditional ones are being updated, changed and evolved. At the same time, not only the component composition of phraseological richness of the Ukrainian language is being changed, but also the understanding of the concept “phraseologism”, which determines the relevance of our research and explains its objective - to ascertain which phraseologisms are used by the media in order to attract the reader’s attention and to find out the transformations that occur with traditional phraseologisms in the modern editions. Among the methods used to conduct the research, one can mention firstly the general scientific methods: descriptive method; analysis and synthesis; typologization.

Along with general scientific methods, a modern methodology was used to study effectiveness of use of modified phrasemes in the modern media: a discourse analysis, which included the study of interrelations of the text or its unit with other elements and texts, dependence of the text on speech, social and political situation. The study also used a content analysis method aimed at collecting quantitative data about the phenomenon which allowed drawing the objective conclusions about the spread and use of phrasemes in the headlines complex.

The article deals with phraseologisms as an actively used language trope in the modern print and online media. It has been found out that in the modern periodicals the phraseologisms become

an effective tool for attracting the reader's attention through emotionally-expressive component. The phraseme modification processes that contribute to the relevance of these language constructions are analyzed. The phraseme modification techniques are investigated: complete or partial modification of semantics, adding author's comment, spreading a phraseologism with the help of new components. It is determined that a large part of phraseme used in online media is formed as a result of transformation of traditional stable units through spreading their component composition, complete or partial modification of semantics.

KEYWORDS: phraseologism; modified phrase; semantics; contamination.

УДК 070:811.161.2:004.738.5(047)

Модифіковані фраземи в заголовках сучасних медіа

Фіголь Надія Миколаївна, Видавничо-поліграфічний інститут, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», кандидат філологічних наук, доцент

Файчук Тетяна Григорівна, Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України, кандидат філологічних наук, старший науковий співробітник

Резюме

Українська фразеологія постійно розвивається, зникають застарілі, рідковживані фразеологізми, з'являються нові, доповнюються та видозмінюються усталені. Водночас змінюється не лише компонентний склад фразеологічного багатства української мови, але й саме розуміння поняття «фразеологізм», що й зумовлює актуальність нашого дослідження та пояснює його мету – визначити, які фразеологізми використовують медіа для привернення уваги читача, з'ясувати трансформації, які відбуваються з традиційними фразеологізмами в сучасних виданнях.

Серед методів, використаних для проведення дослідження, можна навести насамперед загальнонаукові: описовий; аналіз та синтез; типологізації. Поряд із загальнонауковими методами було застосовано сучасну методологію вивчення ефективності застосування модифікованих фразем у сучасних медіа: дискурс-аналіз, що передбачав дослідження взаємозв'язків тексту або його одиниці з іншими елементами та текстами, залежність тексту від мовленнєвої, суспільно-політичної ситуації тощо. Застосовувався під час збору прикладів метод контент-аналізу, що має на меті отримання кількісних даних про досліджуване явище, що дало змогу зробити об'єктивні висновки щодо поширення та використання фразем у заголовному комплексі.

У статті розглянуто фразеологізми як активно вживаний мовний троп у сучасних друкованих та електронних медіа. З'ясовано, що в сучасних періодичних виданнях фразеологізми стають ефективним інструментом для привернення уваги читача завдяки емоційно-експресивному компоненту. Проаналізовано процеси модифікації фразем, що сприяють актуальності цих мовних зворотів. Досліджено прийоми модифікації фразем: повна або часткова видозміна семантики, додавання авторського коментаря, поширення фразеологізму за допомогою нових компонентів. Визначено, що значна частина використаних фразем в електронних медіа утворюється внаслідок трансформування традиційних стійких

одиниць способами поширення їхнього компонентного складу, повної або часткової видозміни семантики.

Ключові слова: фразеологізм; модифікована фразема; семантика; контамінація.

Фиголь Н. Н., Файчук Т. Г. Модифицированные фразеологизмы в заголовках современных медиа

Украинская фразеология постоянно развивается, исчезают устаревшие, редко употребляемые фразеологизмы, появляются новые, дополняются и видоизменяются устоявшиеся. В то же время меняется не только компонентный состав фразеологического богатства украинского языка, но и само понимание понятия «фразеологизм», что и обуславливает актуальность нашего исследования и объясняет его цель – проанализировать медиа на предмет использования фразеологизмов для привлечения внимания читателя и выяснить трансформации, которые происходят с традиционными фразеологизмами в современных изданиях.

Среди методов, использованных для проведения исследования, можно привести прежде всего общенаучные: описательный; анализ и синтез; типологизации. Наряду с общенаучными методами применена современная методология изучения эффективности модифицированных фразем в медиа: дискурс-анализ, который предусматривал исследование взаимосвязей текста или его единицы с другими элементами и текстами, зависимость текста от речевой, общественно-политической ситуации и тому подобное. Также в исследовании использован метод контент-анализа, который имеет целью получение количественных данных об изучаемом явлении (применялся во время сбора примеров), что позволило сделать объективные выводы относительно распространения и использования фразем в заглавном комплексе.

В статье рассмотрены фразеологизмы как активно используемый языковой троп в современных печатных и электронных СМИ. Установлено, что в современных периодических изданиях фразеологизмы становятся эффективным инструментом для привлечения внимания читателя благодаря эмоционально-экспрессивному компоненту. Проанализированы процессы модификации фразем, способствующие актуальности этих речевых оборотов. Исследованы приемы модификации фразем: полная или частичная модификация семантики, добавление авторского комментария, распространение фразеологизма с помощью новых компонентов. Определено, что значительная часть использованных фразем в электронных медиа образуется в результате трансформации традиционных устойчивых единиц способами распространения их компонентного состава, полного или частичного видоизменения семантики.

Ключевые слова: фразеологизм; модифицированная фразема; семантика; контаминация.

1. Вступ

Українська фразеологія невинно розвивається, змінюється не лише її компонентний склад, але й розуміння поняття «фразеологізм». Фразеологічні одиниці та їх модифікації активно використовуються у творах різних функціональних стилів, зокрема в публіцистиці. Процеси видозміни фразем зумовлюють актуальність нашого дослідження, *мета* якого – визначити, які фразеологізми використовують медіа для привернення уваги читача, з'ясувати трансформації, що відбуваються з традиційними фразеологізмами в сучасних виданнях.

Уживання фразеологізмів у заголовках статей медіа сьогодні є поширеним явищем, оскільки таким чином автор має можливість влучно та експресивно розкрити зміст мате-

ріалу, привернути увагу читача, спонукати його до прочитання усієї статті. Таким чином, фразеологізми-заголовки ефективно реалізують функції інформативності та атрактивності, є цікавим джерелом дослідження.

2. Теоретичне підґрунтя

Питання фразеології досліджували українські вчені: І. П. Юшук, М. А. Жовтобрюх та Б. М. Кулик, В. Д. Ужченко та Д. В. Ужченко, О. Д. Пономарів, Н. Г. Шкуратяна, С. В. Шевчук та багато інших. Проте сучасні реалії як суспільні, так і наукові надзвичайно швидко змінюються, що й вимагає перегляду наукових концепцій. Дослідження модифікацій фразем викликає постійний науковий інтерес, про що свідчать праці О. Важеніної, Л. Пац, Л. Скрипник, Д. Ужченка, М. Шанського та ін. Використання традиційних і модифікованих фразеологізмів в публіцистиці вивчають М. Ковальчук, І. Лакомська, Т. Файчук, Н. Фіголь.

3. Методи дослідження

Серед методів, використаних для проведення дослідження, можна навести такі: описовий – застосовано для аналізу та опису проблематики вдалого заголовного комплексу із застосуванням фразеологічної одиниці; аналіз та синтез було використано для виділення переваг емоційно забарвлених заголовків із фразеологізмами, характеристики їхньої ефективності, формулювання на цій основі вимог до них; типологізації – дозволив виділити переваги застосування фразеологізмів у заголовку, визначити їхні характеристики.

В останні десятиліття активно розвивають два напрями дискурсивного підходу – контент-аналіз та критичний дискурс-аналіз, яким ми активно послуговувались у роботі. При дискурсивному підході, застосованому в дослідженні, в центрі уваги дослідника перебувають взаємозв'язки тексту або його одиниці з іншими елементами та текстами, залежність тексту від мовленнєвої, суспільно-політичної ситуації тощо.

Також у дослідженні було застосовано метод контент-аналізу, що має на меті отримання кількісних даних про досліджуване явище чи процес, які містяться в документах. Цей метод застосовувався під час проведення та оброблення анкетування серед читачів медіа, що дало змогу зробити об'єктивні висновки щодо поширення та використання фразем у заголовному комплексі. Використовуючи кількісний контент-аналіз, досліджували частоту появи фразеологізмів у заголовному комплексі; а якісний контент-аналіз застосовували, коли цікавив сам факт наявності чи відсутності модифікованих фразем.

4. Результати і обговорення

Тлумачення фразеологізму як мовного явища різняться. Так, автори радянських часів сприймали фразеологізм як стійку, постійну за своїм компонентним складом, відтворювану одиницю мови, що має єдине цілісне значення [1, с. 124]. Сучасні автори Н. Г. Шкуратяна та С. В. Шевчук «фразеологізмом» називають лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка має цілісне значення та відтворюється у мовленні автоматично, за традицією [2, с. 165]. Дослідник Я. А. Баран визначає фразеологізм як віртуальний знак мови, оформлений у вигляді словосполучення або речення, з повним або частковим переосмисленням компонентів, призначенням якого є вираження номінативно-експресивної функції [3, с. 77]. У нашому дослідженні вихідними вважаємо такі положення: фраземи не є перманентними за складом, можуть видозмінюватися; деякі фразеологізми є полісемічними, що спростовує думку про «єдине» значення; на сучасному етапі фразеологія є явищем, яке врівноважують два процеси: відносна усталеність компонентів фразеологізму та

трансформації, що зумовлюють структурно-семантичні відозміни стійких словосполучень.

О. Пономарів розрізняє трансформацію як видозміну фразеологічних одиниць, виокремлюючи такі її способи: повна видозміна семантики; часткова видозміна семантики; контамінація; додавання авторського коментаря як другої частини вислову; синонімічна заміна компонентів; антонімічна заміна компонентів; поширення фразеологізму за допомогою нових компонентів [4, с. 128–130].

А. Григораш видозмінені фразеологізми умовно об'єднує у дві великі групи: фразеологічні одиниці, які зазнали різноманітних смислових змін (внутрішня форма їх залишається недоторканою, а переосмислення стійких сполук відбувається в певному контексті), фразеологічні одиниці, оказіональні зміни яких пов'язані з видозміною їх складу [5, с. 198].

Концептуальною для нашого дослідження вважаємо позицію В. Ужченка, який поділяє трансформації фразеологізмів на такі групи: 1) прийоми, пов'язані зі зміною форми компонентів або компонентного складу фразеологічної одиниці; 2) прийоми, пов'язані з контекстним обігруванням фразеологічної одиниці чи її окремих компонентів; 3) прийоми, пов'язані з використанням загального образу фразеологічної одиниці [6, с. 184].

Фразеологічні одиниці в сучасних періодичних виданнях активно використовуються, виконують різноманітні стилістичні функції. Здебільшого трансформація допомагає зробити висловлення яскравішим, оригінальнішим і водночас таким, що сприймається читачем як традиційна мовна одиниця. Надзвичайно часто це явище можна побачити в заголовках сучасних періодичних видань. Такий авторський прийом може мати на меті: максимально швидко зацікавлення читача змістом статті, досягнення іронічного ефекту, відображення думки автора щодо події, яка висвітлюється тощо.

Нами було досліджено 179 електронних медіа, проаналізовано 925 заголовків на предмет наявності фразеологізмів та типів їхньої видозміни. З дослідженого матеріалу можемо констатувати, що найбільш уживаним засобом трансформації фразеологізмів є повна або часткова видозміна семантики за рахунок зміни їхнього компонентного складу, що дозволяє зробити сучаснішим контекст, при цьому зберігаючи емоційно-експресивний компонент, притаманний певному фразеологізму.

Класичний фразеологізм «*Баба з возу – коням легше*» послідовно використовується в заголовках *Баба з возу – коням легше – Ляшко про вихід Мосійчука*³⁷. Засвідчені також трансформовані варіанти з повною зміною компонентного складу: 1. «*Анна з шиї – Британії легше*»³⁸; 2. «*Президент з країни – опозиції легше?*»³⁹.

У медіа в заголовковій частині виявлено як усталений фразеологізм «*Що в тверезого на умі, те в п'яного на язиці*»⁴⁰, так і трансформовані варіанти: «*Що у Путіна «на умі», те у Жириновського на язиці*»⁴¹; «*Що на умі у влади – на язиці у Рєви*»: *Тимошенко вимагає відставки міністра соціалітики*⁴².

³⁷ FrontNews International. 25.05.2019. URL : <http://frontnews.eu/news/ua/50479/> (дата звернення: 22.09.2019)

³⁸ Україна молода. 15.07.10 № 128, URL : <https://www.umoloda.kiev.ua/number/1695/186/59889> (дата звернення: 22.09.2019)

³⁹ Україна молода. 07.06.11 № 96. URL : <https://www.umoloda.kiev.ua/number/1892/186/67268> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴⁰ Українська правда. Блоги. 05.04.11. URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/medvedev/4d9ad6376329c> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴¹ Україна молода. 25.03.14. № 43. URL : <https://www.umoloda.kiev.ua/number/2435/158/86591> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴² ІА Інфосист. 30.04.2019. URL : <https://infosist.org.ua/shho-na-umi-u-vladi-na-yaziczi-u-revi-timoshenko-vimaga-vidstavki-ministra-soczipolitiki> (дата звернення: 22.09.2019)

Фразеологізм *сізіфова праця* «надзвичайні зусилля, спрямовані на досягнення чогось неможливого, які не дають бажаних результатів»⁴³ у заголовку перетворено на «*Сізіфове експертне коло: перемога і випробування рейтингу “книжки року” у 2012-2014 роках*», що влучно відтворює важкість, нескінченність роботи⁴⁴.

Філософський вислів Геракліта «*Не можна двічі ввійти в одну і ту саму річку*» використовується в заголовках у різних варіантах «*В одну воду двічі ввійти не можна... Лише облягаєшся*»⁴⁵; «*Не можна двічі увійти в одну й ту саму річку, або пізнавальний процес у розпалі*»⁴⁶. Семантика фразеологізму не змінюється, додається авторський коментар. Водночас засвідчуємо трансформацію «*Двічі увійшов у ту саму воду*», що змінює загальний зміст фразеологічної одиниці із заперечення на ствердження.

Вираз «*Мій дім – моя фортеця*» послідовно використовується в електронних медіа, є частиною заголовка з додаванням авторського коментаря «*Мій дім – моя фортеця! Це ще як сказати...*»⁴⁷. Частковою видозміною семантики вважаємо зміну риторичного заголовка з окличної на питальну «*Мій дім – моя фортеця?*»⁴⁸. В іншій засвідченій назві маємо і повну зміну семантики за рахунок зміни компонента, і додатковий авторський коментар «*Мій дім – чужа фортеця: право власності в умовах збройного конфлікту на сході України*»⁴⁹.

Фразеологізм «*ні живий, ні мертвий*» у своїх значеннях «1. наляканий; 2. схвилюваний; 3. сповнений горя»⁵⁰ у заголовках здебільшого втрачає своє переносне значення, семантика окремих слів розуміється буквально «*Ні живим, ні мертвим*»⁵¹; «*Спокій*» – *ні мертвим, ні живим: кияни потерпають від сусідства з приватним моргом*⁵².

Латинський вислів *Veni, vidi, vici* «*Прийшов, побачив, переміг*» вживається в переносному значенні, коли йдеться про швидке вирішення якоїсь справи, у заголовках медіа змінює семантику за рахунок часткової зміни компонентного складу «*Приїхав, поговорив, переміг*»⁵³; «*Прийшов, побачив...наслідив*»⁵⁴.

Прислів'я «*Я не я, кобила не моя*» стає складовою частиною заголовка до статті: «*Я не я, кобила не моя: Між кентриджівським «носом» та українським авангардом*»⁵⁵. Вод-

⁴³ Фразеологічний словник української мови: В 2 кн. Київ : Наукова думка, 1993. Кн. 2. С. 688

⁴⁴ Україна молода. 01.04.2019. № 3. С. 21

⁴⁵ Голос України. 13.02.2003. URL : <http://www.golos.com.ua/article/246733> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴⁶ Кодимська районна державна адміністрація. URL : <http://kodima-rda.odessa.gov.ua/novini/ne-mozhna-dvch-uvjti-v-odnu-i-tu-samu-rchku-abo-pznavalnij-proces-u-rozpal> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴⁷ Голос України. 11.09.2014. URL : <http://www.golos.com.ua/article/12700> (дата звернення: 22.09.2019)

⁴⁸ Дзеркало тижня. 11.11.2005. URL : https://dt.ua/LAW/miy_dim_moya_fortetsya.html (дата звернення: 22.09.2019)

⁴⁹ Українська Гельсінкська спілка з прав людини. URL : <https://helsinki.org.ua/publications/mij-dim-chuzha-fortetsya-pravo-vlasnosti-v-umovah-zbrojnoho-konfliktu-na-shodi-ukrajiny> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵⁰ Фразеологічний словник української мови: В 2 кн. Київ : Наукова думка, 1993. Кн. 1. С. 292.

⁵¹ Ліга. Блоги. 05.03.2018. URL : <https://blog.liga.net/user/apavlovskiy/article/29692> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵² Стопкор. 29.01.2019. URL : <https://stopcor.org/spokiy-ni-mertvim-ni-zhivim-kiyani-poterpayut-vid-susidstva-z-privatnim-morgom> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵³ Україна молода. 17.03.2016. С. 12. URL : <https://www.umoloda.kiev.ua/number/1385/186/48846> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵⁴ Голос України. 19.04.12 № 71(5321). С. 3. URL : <http://www.golos.com.ua/article/83771> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵⁵ ArtUkraine. 17.09.2015. URL : <http://artukraine.com.ua/a/ya-ne-ya-kobila-ne-moya--mizh-kentridzhivskim-nosom-ta-ukrainskim-vangardom/#.XYtsX9Izbc> (дата звернення: 22.09.2019)

ночас спостерігаємо часткову зміну семантики за рахунок зміни компонентного складу фрази: «*І я — не я, і гречка не моя*»⁵⁶.

Фразеологізмом *Один розум добре, а два ще краще!* у варіанті «*Розум добре, а два краще*» послуговуються для називання статті про двомовність як явище⁵⁷. Риторика вислову кардинально змінюється завдяки компонентній зміні складників «*Один голова добре, а розумний — краще*»⁵⁸.

Традиційний фразеологізм *і вовки ситі, і кози цілі* «ніхто не зазнав шкоди, збитків»⁵⁹ активно використовується в заголовках сучасних електронних видань з додатковими авторськими уточненнями його розуміння в контексті тієї чи іншої суспільної ситуації: *Щоб вовки ситі, а кози — цілі: що написали в проєкті Українського правопису*⁶⁰; *Податковий компроміс: і вовки ситі, і кози цілі*⁶¹; *Квартплатний компроміс: і вовки ситі, і кози цілі?*⁶². Фіксуємо також вирази із розширенням та частковою зміною компонентного складу: «*Вовки — ситі, вівці — цілі, цап — відбувайло: як фіскали «повертають» кошти до бюджету*»⁶³; «*І вовки ситі, і ягнята — цілі...*»⁶⁴, а також із повною зміною семантики «*Шахрайки з Уолл-Стріт*»: *Дами — ситі, глядачі — цілі*⁶⁵, «*І діти ситі, і нерви цілі*»⁶⁶.

Фразеологічні вислови з числівниками (*Два б'ється — третій не мішайся, Два дурні б'ються, а третій дивиться*) фіксуються у різних лексичних варіаціях заголовків: «*Двоє б'ються, третій не заважай...*»⁶⁷, «*Двоє б'ються, третій хай не лізе*»⁶⁸. Водночас зі зміною компонентного складу зазнають трансформацій: «*Мером буде Олекса Гудима. Де двоє б'ються, там третій перемагає*»⁶⁹; «*Гол по-єврейськи: двоє б'ються, третій б'є і забиває*»⁷⁰.

Фразеологізми «*Ситий голодному не товариш*», «*Пиший кінному не товариш*» уживаються як заголовки і самостійно «*Ситий голодному не товариш*»⁷¹, і з додаванням ав-

⁵⁶ Україна молода. 19.01.2011. № 008. URL : <https://www.umoloda.kiev.ua/number/1819/159/64570> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵⁷ gu-gu.info. URL : <http://gu-gu.info/rozum-dobre-a-dva-krasche> (дата звернення: 22.09.2019)

⁵⁸ Вінницька газета. 09.03.2015 № 12. С. 7.

⁵⁹ Фразеологічний словник української мови: В 2 кн. Київ : Наукова думка, 1993. Кн. 1. С. 139.

⁶⁰ INSIDER. 19.08.2018. URL : <http://www.theinsider.ua/art/5b794b602526b> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶¹ Бухгалтерський тиждень. січень. № 4. 2015. URL : <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2015/january/issue-4/article-5104.html> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶² Рівне вечірне. 15.12.2005. URL : <https://rivnepost.rv.ua/news/kvartplatniy-kompromis-i-vovki-siti-i-kozi-tsili> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶³ СТОПКОР. 06.09.2019. URL : <https://stopcor.org/vovki-siti-vivtsi-tsili-tsap-vidbuvaylo-yak-fiskali-povertayut-koshti-byudzhetu> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁴ Високий замок. 18.12.2013. URL : <https://wz.lviv.ua/article/125070-i-vovky-syti-i-iahniata-tsili> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁵ LvivNEWS. URL : <https://news.lviv-company.in.ua/shaxrajki-z-uoll-strit-dami-siti-glyadachi-cili.html> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁶ URL : <http://sebat.org.ua/i-diti-siti-i-nervi-tsili> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁷ Finance.ua. 10.05.2007. URL : <https://news.finance.ua/ua/news/-/98362/dvoye-byutsya-tretij-ne-zavazhaj> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁸ Gorod.cn.ua. 03.03.2015. URL : <https://www.gorod.cn.ua/news/gorod-i-region/62480-dvoe-byutsja-tretii-hai-nelize.html> (дата звернення: 22.09.2019)

⁶⁹ Zik.ua. 13.11.2005. URL : https://zik.ua/news/2005/11/13/yuriy_kostenko_merom_bude_oleksa_gudyma_de_dvoie_byutsya_tam_tretiy_24392 (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁰ Галичина спортивна. 14.05.2019. URL : <http://galsports.com/video/hol-po-yevreysky-dvoye-byutsya-tretiy-bye-i-zabuvaye/12809.aspx> (дата звернення: 22.09.2019)

⁷¹ ВолиньPost. 03.11.2016. URL : <http://www.volynpost.com/blogs/1941-sytyj-golodnomu-ne-tovarysh> (дата звернення: 22.09.2019)

торського коментаря «Ситий голодному не товариш: Чи зробили висновки організатори скандального обіду для незрячих у Коростені?»⁷², «Ситий голодному не товариш, або Маємо те, чого хотіли?»⁷³, «А чи правду говорять, що піший кінному не товариш?»⁷⁴. Спостерігаємо також повну зміну семантики цієї фразеологічної одиниці за рахунок заміни компонентів: «Наркотик студенту не товариш»⁷⁵, «Черчіль Помпиду не товариш»⁷⁶.

Помітну роль при зміні значення фразеологізмів відіграють заперечні частки. Показово є фразеологічна одиниця «Слово – не горобець, вилетить – не впіймаєш», яку засвідчуємо як частину заголовка з авторським коментарем: «Слово – не горобець, вилетить – не впіймаєш: З причини говорити доброзичливо»⁷⁷. Натомість у заголовку «Слово – не горобець: як вилетить, так і впіймаєш»⁷⁸ завдяки втраті заперечної частки *не* в другій частині фразеологічний вислів змінює семантику на протилежну. Інший приклад трансформації демонструє позиційну зміну компонентів фразеологічної одиниці, що приводить до повної зміни семантики: «Слово не горобець: не впіймаєш – вилетіши!»⁷⁹.

Фразема «тримати за сімома замками» у значенні «щось старанно берегти, не виявляти»⁸⁰ досить часто засвідчується як заголовок у своєму усталеному вигляді, але з обов'язковим авторським коментарем-роз'ясненням: «За сімома замками: які таємниці приховує фармкомпанія «Індар»?»⁸¹, «За сімома замками: працівники АРМА сховались від журналістів»⁸². Якщо в першому прикладі у змісті назви чітко простежується переносне значення фраземи, то в другому – ключовим є буквальне значення слова *замок*. У зазначених прикладах саме авторський коментар є визначальним для розуміння семантики фразем. В окремих заголовках фразеологічна одиниця набуває своєрідного авторського уточнення «Президентський обід за сімома замками. Як Порошенко витрачає понад мільярд гривень, що закладений у бюджеті на його утримання»⁸³; «Справи за сімома замками»⁸⁴.

Український варіант англійської приказки *skeleton in the cupboard/closet скелет у шафі* означає щось приховане, якщо воно розкриється, погубить репутацію тому, кого стосується. Зазначена фразема засвідчена в різноманітних варіаціях назв-заголовків. Зокрема,

⁷² News.dks.ua. 18.12.2017. URL: <http://www.news.dks.ua/index.php/news/zhitomir/22593> (дата звернення: 22.09.2019)

⁷³ Вісті Ковельщини. 30.03.2017. URL: http://vk.volyn.ua/news_30_8964 (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁴ Zachepravda.com. 16.05.2019. URL: <https://www.zachepravda.com/news/a-chi-pravdu-govoryat-shcho-pishij-kinnomu-ne-tovarish> (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁵ Україна молода. 05.08.2004. URL: <https://www.umoloda.kiev.ua/number/237/113/8439/> (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁶ Zik.ua. 02.03.2010. URL: https://zik.ua/news/2010/03/02/cherchil_pompidu_ne_tovarysh_219160 (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁷ Klepkainfo.com. URL: <https://klepkainfo.com/stosunki/szo-varto-znati-szob-dobre-voloditi-navichkami-komunikativnosti> (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁸ Zn.ua. 20.04.2001. URL: https://dt.ua/SOCIETY/slovo__ne_gorobets_yak_viletit_tak_i_vpiymaesh.html (дата звернення: 22.09.2019)

⁷⁹ Zn.ua. 28.12.2015. URL: https://dt.ua/history/slovo-ne-gorobec-ne-vpiymayesh-viletish-_html (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁰ Фразеологічний словник української мови: В 2 кн. Київ: Наукова думка, 1993. Кн. 2. С. 896.

⁸¹ Стопкор. 20.06.2019. URL: <https://stopcor.org/za-simoma-zamkami-yaki-tayemitsi-prihovuye-farmkompaniya-indar> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸² Стопкор. 20.06.2019. URL: <https://stopcor.org/za-simoma-zamkami-pratsivniki-arma-shovalis-vid-zhurnalistiv> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸³ Репортер. 18.08.2015. URL: <http://report.if.ua/polityka/prezydentskyj-obid-za-simoma-zamkami-yak-poroshenko-vutrachaye-ponad-milyard-gryven-shcho-zakladenyj-u-byudzheti-na-jogo-utrymannya> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁴ Закон&Бізнес. № 12 (999). URL: https://zib.com.ua/ua/1741-spravi_za_simoma_zamkami.html (дата звернення: 22.09.2019)

конкретизує особу, якої стосуються приховані таємниці: «Скелети в шафі» Голови Вищої кваліфікаційної комісії суддів України Сергія Козьякова⁸⁵, Запорізька персона: які скелети в шафі приховує нардеп Сергій Штена?⁸⁶, Скелети у шафі: Ющенко підозрюють у масштабній розтраті майна⁸⁷. Може містити вказівку щодо належності або місцезнаходження шафи, а також інші додаткові характеристики: Давні скелети з шафи історії, або Коли війна стає буденністю⁸⁸, Приховані скелети у шафі Міністерства юстиції⁸⁹.

5. Висновки

Отже, фразеологічне багатство української мови широко використовують у сучасній періодиці. Засвідчені в заголовках фразеологізми є різними за семантикою, стилістикою і структурою.

Значна частина засвідчених фразем утворюється внаслідок трансформування традиційних стійких одиниць способами зміни або поширення їхнього компонентного складу, повної або часткової видозміни семантики. Такі одиниці трапляються найчастіше в заголовках, підзаголовках і врізах до статей. З'ясовано, що фразеологізми-заголовки виконують переважно функцію привернення уваги (атракції), мають на меті зацікавлення читача змістом статті. Для реалізації цієї функції заголовки може мати такі характеристики: бути інтригуючим, дотепним, сенсаційним, іронічним, експресивним. Натомість інформативну функцію забезпечують додаткові авторські коментарі-роз'яснення, які можуть уточнювати або розкривати загальну ідею тексту, передавати думки автора щодо події, яка висвітлюється тощо. Відзначено, що інструментами при модифікації фразем може бути зміна риторички фраземи з окличної на питальну, втрата або поява заперечної частки. Встановлено, що особливо поширеною видозміною фразеологізмів у сучасних медіа є додавання авторського коментаря, оскільки саме авторська оцінка демонструє непересічну особистість автора чи експерта, допомагає вплинути на громадську думку, акцентує на певних нюансах та контекстах.

References

1. Skrypnyk, L. H. (1973), *Phraseology of Ukrainian Language*, Naukova dumka, Kyiv, pp. 98–100.
2. Shkuratyan, N. H. & Shevchuk, S. V. (2000), *Contemporary Ukrainian Literary Language: a Textbook*, Litera, Kyiv, pp. 165–172.
3. Baran, Ya. A. (1997), *Phraseology in the Language System*, Lileya-NV, Ivano-Frankivsk, pp. 115–121.
4. Ponomariv, O. D. (2000), *Stylistics of Modern Ukrainian Language: a Textbook*, Navchalna knyha – Bogdan, Ternopil, pp. 120–128.
5. Hryhorash, A.M. (1999), “Systematization of techniques of author’s interpretation of phraseological units”, *Systema i Struktura Skhidnoslovianskykh Mov: Mizhkafedralnyi Zbirnyk Naukovykh Prats [The System and Structure of Eastern Slavic Languages: An Interdepartmental Collection of Scientific Works]*, UDPU im. M.P.Drahomanova, Kyiv, pp. 194–199.
6. Uzhchenko, V. D. & Uzhchenko D. V. (2005), *Phraseology of modern Ukrainian*, Lugansk, 400 p.

Submitted 09.01.2020

⁸⁵ Антикор. 22.09.2016. URL : <https://antikor.com.ua/articles/125428> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁶ Факти Запоріжжя. 13.09.2019. URL : <https://zp-fakty.net.ua/politics> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁷ Собкор.net. 06.06.2019. URL : <https://sobkor.net/politika/24492> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁸ m.day.kyiv.ua. URL : <http://m.day.kyiv.ua/uk/blog/politika/davni-skeleti-z-shafi-istoriyi> (дата звернення: 22.09.2019)

⁸⁹ 24tv.ua. 30.10.2017. URL : https://24tv.ua/prihovani_skeleti_u_shafi_ministerstva_yustitsiyi_n883262 (дата звернення: 22.09.2019)

Список літератури

1. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ : Наукова думка, 1973. С. 98–100.
2. Шкурятяна Н. Г., Шевчук С. В. Сучасна українська літературна мова : навч. посіб. Київ : Літера, 2000. С. 165–172.
3. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. С. 115–121.
4. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: підруч. 3-тє вид., перероб. і допов. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. С. 120–128.
5. Григораш А.М. Систематизация приемов авторской интерпретации фразеологических единиц // Система і структура східнослов'янських мов: Міжкафедральний зб. наук. пр. – Київ : УДПУ ім. М. П. Драгоманова, 1999. С. 194–199.
6. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: навч. посіб. Луганськ, 2005. 400 с.

Надійшла до редколегії 09.01.2020