

УДК 81'373.7"652":070" 312"

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНТИЧНОСТІ В МОВІ СУЧАСНОЇ ПРЕСИ

Серебрянская І. М., Мариноха Н. М.

Сумський державний університет, м. Суми, Україна

У статті розглядаються особливості функціонування фразеологізмів античності в мові сучасних ЗМІ на матеріалі текстів газети «День». Основна увага приділяється їхнім стилістичним функціям, етимології та сучасним трансформаціям в контексті повідомлення.

Ключові слова: *фразеологізм, номінація, асоціація, трансформація, мова ЗМІ.*

Вивчення фразеології української преси є важливим аспектом сучасного мовознавства, адже засоби масової інформації – активний мовотворчий фактор суспільства. Проблема функціонування фразеологізмів античного походження в журналістських текстах та доцільність їх використання є актуальною на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства, оскільки ЗМІ є потужним джерелом поширення інформації та формування громадської думки. Специфіка мови друкованих ЗМІ полягає в тому, що в газеті є особливі мовленнєві утворення – заголовки, підзаголовки, рубрики, ЛІДи. Заголовком може ставати як одне слово, так і словосполучення, речення, кілька речень і, звичайно, фразеологізми. Крім того, актуальність дослідження зумовлена важливим місцем античності у світовій культурі.

Різні аспекти функціонування фразеології в засобах масової інформації досліджували Л. Баркова, Л. Жукова, З. Камбарова, О. Кисельов, В. Костомаров, Н. Кохтєв, Г. Солганік, І. Тараба, А. Хмелевський, Л. Шевченко та інші науковці. Проблему рецепції античної фразеології розглядали Б. Бетц, В. Данілов, А. Кунін, В. Лазарович, А. Матвеєв, В. Мокієнко, Е. Солодухо, О. Толстова, М. Шанський.

Незважаючи на те, що лінгвісти активно вивчають функціонування фразеологічних одиниць у мові ЗМІ, фразеологізми античності в мові української преси ще не ставали об'єктом комплексного дослідження.

Мета нашої роботи – проаналізувати фразеологічні звороти античного походження на основі текстових матеріалів газети «День». Вибір видання обґрунтовуємо його приналежністю до якісної преси, високим ступенем професіоналізму журналістів, що підтверджений аналітикою, об'єктивністю та обґрунтованістю тем і гіпотез у матеріалах.

Ми ставимо перед собою такі *завдання*: виявити фразеологізми античного походження в мові української преси; визначити їх основні групи та стилістичні функції; з'ясувати первинні значення та можливі трансформації, семантичні зміни в контексті повідомлення відповідно до нових соціальних умов.

Під *фразеологізмом* розуміємо нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов'язаний фраземотворчій взаємодії одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичних рівнів [6, с. 770]. Поняття «античний світ» (слово «античний» у перекладі з латинської означає «давній») поєднує Стародавню Грецію й Рим, які стали основоположниками красномовства, мистецтва, мудрості.

Фразеологізми античності в текстах друкованих засобів масової інформації є найбільш поширеними й найбільш яскравими. Вони характеризуються своєю метафоричністю, актуальністю. До того ж, незважаючи на своє походження, такі мовні одиниці є етнічно маркованими, у відповідному контексті вони несуть у собі відбиток культури й світосприйняття українського народу.

За джерелами витоків античної фразеології в мові ЗМІ можна виділити такі її категорії: 1) міфологія; 2) історичні пам'ятки; 3) вислови відомих людей. Наприклад, міфологічне походження мають такі вирази: *дамоклів меч*, *прокрустове ложе*, *нитка Аріадни*, *ахіллесова п'ята*, *муки Тантала*, які зараховуємо до першої групи. До категорії «історичні пам'ятки» відносимо вирази типу: *висячі сади Семіраміди*, *Олександрійський маяк* і подібні. Серед висловів відомих людей у пресі трапляються такі: *гроші не пахнуть*, *золота середина* тощо. Окреме місце посідають ті фразеологізми, в яких використано імена самих діячів, мислителів епохи Античності, бо стиль життя чи оригінальність мислення відомої особистості характеризують певне суспільне явище. Вони стали його віддзеркаленням, перетворившись у фразеологічний зворот. Прикладом таких виразів є: *езопова мова*, *бочка Діогена*.

Використання журналістами в газетних матеріалах усіх зазначених типів фразеологізмів античності засвідчує їхню актуальність не лише декілька століть тому, але й сьогодні, у XXI столітті. Однак деякі з них втрачають свій первинний зміст, трансформуються в контексті нового часу й теми журналістського матеріалу. Таким чином, вони набувають своєрідних значень, виконують нові функції.

Серед стилістичних функцій фразеологізмів можна виділити такі основні: оцінну, емоційно-експресивну, функцію створення сатири й гумору [5, с. 251]. У журналістських творах усі вони взаємопов'язані, хоча в цілому переважає оцінна функція, адже журналіст перш за все інформує, оцінює явище, ситуацію, подію, а вже потім, залежно від досвіду й рівня професіоналізму, додає власний суб'єктивний коментар, підкреслює свою небайдужість до проблеми, досягає експресії та емоційної насиченості висловлюваного. Що ж до функції створення сатири й гумору, то, напевно, вона більш притаманна тим фразеологізмам, які використовуються в художніх творах, відповідно до авторського задуму й ідеї твору.

Багатство грецької міфології породило великий колорит фразеологізмів, у яких завдяки сконденсованому сюжету влучно вербалізується те чи інше абстрактне поняття, явище, характеризується стан конкретної людини й суспільства в цілому. Так, у багатьох журналістських матеріалах зафіксовано фразеологізм *прокрустове ложе*. За міфологією, прокрустове ложе – це ліжко розбійника Прокруста, який заманював подорожніх і клав їх на своє ліжко. Коли люди були коротші за ліжко, Прокруст видовжував їх, а коли довші, відрубав їм ноги [2, с. 174]. У переносному

значенні цей вираз означає мірку, під яку штучно підганяють факти та явища, наприклад: *Оригінальні освітні феномени втискують у прокрустове ложе недосконалого закону* (№230, 14.12. 2010 р.); *Бюджетні мільярди на підтримку великих банків і прокрустове ложе для бідних – стратегія уряду щодо виходу з банкрутства* (№200, 3.11. 2010 р.). Застосовуючи відомий вираз, автори сконденсують сюжет своєї статті, передають напружену ситуацію, що склалася в суспільстві (у сфері закону – у першому випадку, у сфері економіки – у другому), отже, реалізують його оцінну функцію.

Емоційно-експресивну функцію згаданий фразеологізм виконує в матеріалі про пенсійні реформи в державі: *На це прокрустове ложе можуть потрапити не лише жінки, а й чоловіки* (№229, 14.12. 2010 р.). Таким чином, номінація *прокрустове ложе* в контексті асоціюється з таким соціально-економічним явищем, як пенсійні реформи. Привертає увагу й заголовок цього матеріалу – *«Пенсії розбрату»*, що являє собою трансформацію ще одного фразеологізму – *яблуко розбрату (яблуко незгоди, яблуко чвар)*. Цей відомий вислів пов'язаний із міфом про яблуко, яке богиня чвар Еріда підкинула гостям на весіллі Пелея та Фетіди, через що розпочалася десятилітня Троянська війна. Переносне значення – предмет суперечок, причина ворогування. За рахунок зміни компонентного складу фразеологізм набуває нового семантичного відтінку: він підкреслює, що вище згадані реформи є небезпечними для суспільства, оскільки можуть спричинити жахливі наслідки, як у міфологічному варіанті розвитку подій.

Місце заголовка в газеті, на думку багатьох дослідників, – це сильна, акцентована позиція, оскільки саме на заголовок у першу чергу звертає увагу читач. Так незвичайний заголовок *«Репортаж із бочки Діогена»* [2, №29-30, 2011 р.] у контексті реалізує значення «репортаж із Інституту філософії ім. Г.С. Сковороди з нагоди вручення премій видатним українським філософам». Саме такою, довгою й заплутаною, могла б бути назва цієї публікації, якби не влучний фразеологізм. Трансформований фразеологічний заголовок полегшує сприйняття тексту, який містить багато складної інформації. Сучасні філософи порівнюються з мудрим Діогеном (який уславився як відомий філософ античності, який жив посеред базару в бочці, відкидаючи всі матеріальні блага життя), отже, отримують позитивну оцінку: на думку автора, вони досягли рівня видатного мислителя.

У матеріалі *«Революція, яку нам ще належить зробити»* оцінну й емоційно-експресивні функції синтезує фразеологізм *дамоклів меч*: *Тому сьогодні над Польщею не висить «братський» «дамоклів меч»* (стаття підкреслює наявність свободи слова й творчості журналістів у Польщі – на відміну від статусу українських колег). Автор не тільки намагається об'єктивно оцінити ситуацію, що склалася в країні, але й при цьому виражає свої емоції, надає виразу певної стилістичної гостроти. Адже, незважаючи на те, що фразеологізм сполучається з позитивно забарвленим прикметником *братський*, у контексті він має виразно негативне забарвлення, що пов'язано з його етимологією [див. 6, с. 87].

Небезпеку, що панує в суспільстві [4, с. 87], цей фразеологізм передає в такому контексті: *Завдяки теперішньому варіанту кодексу на ввезення давальницької сировини, ... над Західною Україною завис дамоклів меч* (№204, 9.11. 2010 р.). Варто

зазначити, що наведена вище фразеологічна одиниця в газетних текстах розширює компонентний склад за рахунок нових іменників-додатків – *депортація, режим, помаранчева революція: дамоклів меч депортації* [2, №174, 2010 р.]; *дамоклів меч режиму* [2, №212-213, 2010 р.]; *дамоклів меч помаранчевої революції* [2, №77, 2010 р.]; *дамоклів меч звинувачень у націоналізмі* (№105, 18.06.2010 р.). У контексті вони репрезентують ту загрозу, що, на думку автора, стоїть перед людством у цілому й перед громадянами нашої країни зокрема. Тобто відбувається процес семантичного оновлення фразеологізму, наповнення його сучасними інноваційними сегментами. А в наступному уривкові: *Плоди перемоги та чинник часу... Дамоклів меч дострокових виборів* (№205, 10. 11. 2010 р.) – автор не тільки описує гостру ситуацію, але й з експресією наголошує на нестабільності в державі, де так часто відбуваються виборчі кампанії, які небезпідставно асоціюються з дамокловим мечем.

Отже, наші спостереження доводять правомірність висновків, що зробив датський мовознавець Отто Есперсен, який назвав фразеологію «вередливою й невловимою річчю», оскільки практично кожне слово у складі фразеологізму в тій чи іншій мірі змінює свою семантику. А зміни в першу чергу залежать від того, наскільки тісно слова «притерті» одне до одного, тобто від ступеня спаяності компонентів [3, с. 44].

У сучасній українській мові фразеологізм *гордій вузол* означає складне переплетіння обставин; заплутані питання; *розрубати гордій вузол* – розв'язати складне питання, знайти вихід зі скрутного становища, вихід, який здавався неможливим [4, с. 78]. Гордій – міфологічний цар Фрігії. Ставши на престол, Гордій поставив воза, якому завдячував своїм звеличенням, у храмі Зевса і обв'язав ярмо дуже заплутаним вузлом. Той, хто зуміє розплутати вузол, мав стати володарем Азії. За міфом, О. Македонський розрубав вузол мечем [2, с. 75]. В одному з газетних текстів вираз *гордій вузол* використовується на позначення любовного трикутника: *І після важкої розмови з ним поетеса розрубє гордій вузол любовного трикутника – жінка вибирає сім'ю* (№185, 13.10. 2010 р.). Отже, сьогодні одне із значень фразеологізму *розрубати гордій вузол* – «зробити нелегкий вибір». Подібні вирази виконують емоційно-експресивну функцію, мовлення журналіста стає більш яскравим, багатим, виразним.

Фразеологізм *ахіллесова п'ята*, що традиційно означає «слабке місце людини; вразливість, про яку не знають інші» [2, с. 49-50] (Ахіллес (Ахілл) – герой Троянської війни. Прагнучи загартувати сина, мати Фетіда купала його у водах Стіксу, тримаючи за п'яту, яка була його єдиним вразливим місцем), у газеті «День» допомагає дати об'єктивну оцінку ситуації в державі. Ця номінація асоціюється з комунальним господарством, підкреслюючи важливість проблеми: *Ахіллесова п'ята кожного населеного пункту України – комунальне господарство* (№38, 4.03.2010 р.). Адже мова йде про ту ланку державного функціонування, яка дійсно має працювати бездоганно.

Фразеологізм *сади Семіраміди* має переносне значення «прекрасні, незвичайні місця» (відомо, що сади Семіраміди – одне із семи чудес світу, історія створення яких сягає давніх часів – правління вавилонського царя Навуходоносора II – 605-562 р. до н. е.).

Але в аналізованих матеріалах він сприймається по-новому – асоціюється із журналісткою. На відміну від лексикографічного значення, коли вираз має позитивну конотацію, у сучасній пресі його оцінна характеристика розвивається у протилежному напрямку – ця номінація використовується на позначення чогось негативного, того, що не має підґрунтя: *Лише тоді українська журналістика віднайде свою базу під ногами, тому що поки що ми такі **висячі сади Семіраміди** (№29-30, 11.02.2011 р.)*. За допомогою цього фразеологізму автор передає невизначеність, що панує в українській журналістиці, вказує на її слабкі місця. Таким чином, у контексті реалізовано не тільки оцінну функцію фразеологізму, він певною мірою стає ще й засобом створення сатири.

Автори матеріалів газети «День» часто використовують вираз ***езопова мова***, адже й самі частенько вдаються до такого образного прийому. Езоп – байкар, мислитель часів античності, який залишився в історії відомий як майстер художнього прийому алегорії. *Езопова мова (езопівська мова) – замаскований спосіб висловлення думок з натяками і недомовками [3, с. 547]*. Про явища, які мають алегоричний зміст, журналісти пишуть так: *Теледокументалістика децю спрощена, важко говорити про її мистецькі якості – картина і слово мають відповідати одне одному, а от **езопова мова**, лейтмотив відходять на останній план (№172-173, 24.09. 2010 р.)*; *Михайлина Коцюбинська: моральний імператив і виклик часу... Від неприкритого офіціозу до **езопової мови** (№1, 11.01.2011 р.)*. А в реченні: *Його вірші ліричні, й патріотичні – багато з них **езоповою мовою**, адже жив у часи тоталітарного режиму (№ 196, 28.10.2010 р.)* – фразеологізм передає певну шифрованість думок у контексті радянської ідеології. Коли письменникові, поетові, або й просто пересічній людині не можна було висловлюватися прямо, тоді у пригоді ставав художній прийом «езопової мови».

Висновки. Отже, у мові сучасних ЗМІ фразеологізми античності посідають особливе місце, вони зберігають свою актуальність і змістовність, реалізуючи як традиційні, так і нові значення. Доречно використаний фразеологічний зворот заміняє багатослів'я, служить вдалою формулою для вираження думки, заощаджує сприйняттєві зусилля читача, адже є своєрідним штампом. Тож нерідко фразеологічний зворот журналісти виносять у заголовок, який є лейтмотивом матеріалу й відіграє для реципієнта роль перцептивного гачка. Трансформовані фразеологізми античності в журналістських текстах стають засобом підсилення виразності й емоційності зображуваного, вони асоціюються з новими явищами в суспільстві, переважно негативними (що пов'язано із загальною тенденцією в ЗМІ – висвітленню негативних подій чи вчинків сьогодні приділяється більше уваги, ніж позитивних).

Фразеологізми роблять зміст газетного тексту більш глибоким, дають змогу авторові краще проявити свої інтелектуальні можливості й мовленнєві навички, вміння сконденсовувати власну думку та надати текстові певного стилістичного колориту.

Список літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і ред. В. Бусел]. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.

2. День: щоденна всеукраїнська газета, 2010-2011 рр.
3. Кривенко Б.В. Фразеология и газетная речь / Б.В. Кривенко // Русская речь. – 1993. – № 3. – С. 44.
4. Словник античної міфології / [уклад. І. Козовик, О. Пономарів; ред. А. Білецький]. – 2-ге вид. – К.: Наукова думка, 1989. – 240 с.
5. Словник фразеологізмів української мови / [уклад. В. Білоноженко, І. Гнатюк]. – К.: Наукова думка, 2003. – 1096 с.
6. Удовиченко Г. М. Словник українських ідіом / [уклад. Г. Удовиченко]. – К.: Рад. письменник, 1968. – 461 с.
7. Ужченко В.Д. Фразеологія сучасної української мови: [навч. посіб.] / В. Ужченко. – К.: Знання, 2007. – 497 с.
8. Українська мова: енциклопедія. – 2-ге вид., випр. і доповнене. – К.: Вид. «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. – 884 с.

Serebryanskaya I. N., Marynoha N. N. Фразеологизмы античности в языке современной прессы // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.182-187.

В статье рассматриваются особенности функционирования фразеологизмов античности в языке современных СМИ на материале текстов газеты «День». Основное внимание уделяется их стилистическим функциям, этимологии и современным трансформациям в контексте сообщения.

***Ключевые слова:** фразеологизм, номинация, ассоциация, трансформация, язык СМИ.*

Serebryanska I. M., Marynoha N. M. Antique phraseological unites in the language of modern press // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.182-187.

The article deals with functioning of antique phraseological unites in the language of modern mass media. It is based on the texts of the newspaper The Day. The article focuses on stylistic features, etymology and modern transformation of idioms in the new context.

***Key words:** phraseological unites, nomination, association, transformation, mass media language.*

Поступила до редакції 18.07.2011 р.