

УДК 81'373.7

ПРИНЦИП СЕМАНТИЧНОЇ МАРКОВАНOSTІ В ІГРОВИХ МОДИФІКАЦІЯХ УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Свердан Тетяна

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,

Чернівці, Україна

У статті на прикладі українських усічених фразеологізмів описано механізми та стилістико-прагматичні функції мовної гри в газетних текстах. З'ясовано основні та факультативні передумови усічення структури фразеологічних одиниць як способу ігрових модифікацій. Встановлено, що такі модифікації можливі за умови збереження семантичної тотожності фразеологічних варіантів.

Ключові слова: ігрові модифікації фразеологізмів, усічений варіант фразеологізму, адресант, адресат, текст.

Мовознавчі студії останніх десятиліть вказують на інтенсивну активізацію уваги дослідників до проблеми мовних ігор, які є важливим складником періодики, художньої літератури (Н. Арутюнова, В. Маслова, Т. Грідіна, С. Ізюмська, В. Санніков). Такий інтерес цілком закономірний у контексті **актуальної** антропоцентричності сучасного мовознавства, яке наголошує на вагомості мовної особистості, мовленнєвої поведінки автора того чи іншого тексту. Поняття тексту є ключовим у цій парадигмі як одна з найбільш досконалих форм комунікації за напрямом *адресант – текст – адресат*, що дає змогу повноцінно вивчати людину в мові та функціонування мовних одиниць різних рівнів. Таким дослідженням присвячені праці Т. Брайніної, Г. Рахімулової, Т. Суботіної, В. Чалого та ін. При цьому поняття «мовної гри» здебільшого ототожнюють з поняттям «гра зі словами» і розглядають його на прикладі okazіоналізмів, вульгаризмів, сленгу, прецедентних текстів, авторських неологізмів.

Постановка проблеми. Нашу увагу привернув один з досить цікавих видів мовної гри – гра з фразеологізмами (**ігрові модифікації фразеологізмів** [10, с. 7]). У пропонованій статті розглянемо лише один зі способів такої гри, заснований на усіченні компонентного складу фразеологізму, зумовленому прагненням мовця до певного стилістико-прагматичного ефекту. Теоретичні та прикладні проблеми текстових особливостей фразеологізмів стали об'єктом багатьох студій (М. Алефіренко, Н. Бабич, О. Бойко, В. Мокієнко, О. Радутна, Л. Юдіна), утім не зауважуємо окремого дослідження про прийоми створення мовної гри на основі зазначеного вище способу модифікації фразеологічних одиниць (ФО), які, однак, є досить продуктивними, зокрема в українській періодиці. Найбільш поширений різновид періодичної преси – газета, мова якої є «яскравим відображенням тенденцій розвою «живої» мови на конкретному етапі <...>, а ілюстративний матеріал, вибраний з неї, – добрий помічник у дослідженні мовних еволюційних

процесів» [6, с. 266]. Таким чином, **метою** нашої студії є з'ясування механізмів та функцій мовної гри в газетних текстах на прикладі українських усічених фразеологізмів, а основними **завданнями** – встановлення рушіїв усічення структури ФО як способу ігрової модифікації та опис стилістико-прагматичних ресурсів усічених фразеологізмів в аналізованих текстах. Принагідно зауважимо: хоча мовну гру часто кваліфікують як стилістичний прийом [див.: 8, с. 657; 10, с. 1], на нашу думку, для опису мовних ігор будь-який *текст* як «комунікат («суперзнак»)» [15, с. 87] найефективніше досліджувати, поєднуючи стилістико-прагматичний аналіз, що цілком природно, оскільки «обидва аспекти містять детермінацію тексту прагматичними чинниками. Про стиль йдеться як про функціонально спричинений мовний варіант, вибраний творцем тексту <...> для вирішення певного комунікаційного завдання в певній комунікаційній ситуації...» [15, с. 89], тобто вибір конкретного варіанта (завдання стилістики) зумовлений чинниками прагматичними, а текст є одиницею і стилістики, і прагматики.

Попри часткову розбіжність дослідників щодо поняттєвого апарату на позначення дефініції та сутності мовної гри, сам її феномен «трактують як навмисне відхилення від мовних норм та правил, руйнування стереотипів з метою маніпуляції, здійснення впливу на реципієнта» [4], тобто, одностайно визнають дві основні риси мовних ігор: *аномальність* та *адресність*. Оскільки кожен компонент ФО виконує в їх складі певну семантичну функцію, а основною, нормативною ознакою фразеологізмів є їхня семантична цілісність, то мовна гра з ними спрямована на часткове або повне усунення саме цієї ознаки. Порушення семантичної цілісності відбувається або внаслідок трансформації структури ФО, або ж унаслідок актуалізації первісного значення одного чи кількох її компонентів. «Класифікаційний принцип співвідношення структури і семантики, який дає змогу найбільш повно простежити вияви ігрових аномалій на рівні плану вираження і плану змісту <...>, називають **принципом семантичної маркованості**» [10, с. 8–9]. За цим принципом, усічення структури ФО вважаємо *структурно-семантичним* типом модифікацій фразеологізмів, оскільки вказана зміна спричинює не лише зміну кількості компонентів, а й появу додаткових відтінків та зміну значень, можливість двозначного прочитання і под., що, власне, і є метою мовних ігор із фразеологізмами.

Для того, щоб адресат адекватно сприймав інформацію, закладену в „аномальній” мовній одиниці, адресантові треба знати міру порушення стереотипу, за якою вдасться мовна гра або ж виникне комунікативне непорозуміння. Такою мірою є використання здатності ФО до варіювання – зміни, що не руйнує її *тотожності*. Під час опису варіантності фразеологізмів відкидання структурних особливостей їх неможливе, проте, незважаючи на складність семантичного критерію при розмежуванні різноманітних модифікацій ФО, врахування його обов'язкове, оскільки „само виникнення фразеологічних одиниць різної структури і живі процеси їх розвитку та перетворення визначаються передусім їх семантичною природою і в ній кореняться” [9, с. 41]. Тому ми в процесі варіювання фразеологізму основною визнаємо *семантичну тотожність*, але «не як абсолютний збіг усіх ознак..., а як перевагу подібностей над відмінностями» [12,

с. 62–63]. Звідси, *усіченими* називаємо варіанти, які, зберігаючи відносну тотожність фразеологічного значення й етимологічного образу з повними інваріантами, відрізняються меншою кількістю компонентів, що надає їм певних експресивних стилістико-прагматичних відтінків. Оскільки «норма відповідає не тому, що можна сказати, а тому, що традиційно говориться в зазначеному суспільстві» [7, с. 301], то усічені варіанти ФО можемо трактувати як відхилення від норми, яке відповідає тому, що «можна сказати» виразніше, точніше, коротше.

Отже, будь-яка семантична інформація, сфокусована в структурі значення фразеологізму, може бути актуалізована як комунікативно важлива і використана для вирішення певних завдань. При цьому в газетних текстах реалізуються не лише узуальні, а й okazіональні (потенційні) можливості ФО. Послідовність актуалізації семантики в процесі функціонування фразеологізмів така: спочатку актуалізується фразеологічне значення (образ) узуальної ФО, що необхідно для забезпечення тотожності одиниць мови і мовлення, згодом можлива додаткова актуалізація семантики ФО, у т. ч. способом усічення структури. Тобто, обігрування ФО у мові газетних текстів зумовлене двома основними чинниками: мовними властивостями самої одиниці та запрограмованою журналістом ситуацією. З одного боку, будь-яка ФО в газетних публікаціях уже створює їх експресивність, служить їх цільовим настановам і є яскравим вираженням авторського «я» в кореляції *адресант* – *адресат* та соціально-психологічних характеристик останніх. Адже фразеологізми можуть містити інформацію «не лише про позначувані ними елементи дійсності, а й про пристосованість семантичного типу їх значень до виконання тієї чи іншої комунікативної ролі, <...> а завдяки прагматичному пласту семантики вони <...> свідчать про <...> ставлення до позначуваної дійсності того, хто їх використовує» [13, с. 20–21]. З іншого боку, створення okazіональних варіантів посилює емоційну насиченість тексту завдяки усвідомленій невідповідності між цим варіантом та його узуальною формою, порушенням асоціативних зв'язків. Існують думки про те, що емоційність тексту в цьому випадку виникає саме внаслідок мовної аномалії: інтелектуальну інформацію передають за допомогою категорій мовної норми, а емоційну – «ненорми» (варіантності) [2, с. 116]. Художні можливості ненормативного, очевидно, найбільш ефективно реалізуються в поєднанні з нормативним, оскільки нормативно організований текст і є тим «контрастним тлом, на якому виразно вимальовуються стилістично мотивовані порушення норм і простежуються переміщення різноманітних інновацій з узуально-традиційної галузі в <...> емоційно-оцінну» [14, с. 29–30].

Так, okazіонально використаний журналістом варіант ФО *не хлібом єдиним буде жити людина* в контексті: «*тут тобі літня енергетична криза, війна олігархів, а вони каплицю освячують. Але не хлібом єдиним... Тим паче, невідь-скільки атомних станцій довелося б спорудити, щоби освітити душі тільки українських християн, дати їм життєву енергію...*» підкреслює його переконання в тому, що людина не може обмежитися задоволенням лише матеріальних потреб: духовні запити не менш важливі для неї. Ефективність такого прийому, його ілюкутивна сила безсумнівні: читач миттєво погоджується з автором і усвідомлює необхідність духовного поступу, тобто, одночасно з офіційною інформацією отримує певний

емоційний заряд. Кардинально змінює семантику ця ж ФО, використана іншим автором у такому висловленні: *«Та й жити, судячи зі статистичних даних, ми почали «не хлібом єдиним», а ще й м'ясом, овочами, фруктами...»*, де журналістка не лише сухо передає статистичні дані, а й прозора натякає на низький рівень життя пересічного українця, якого політики годують «духовною» їжею – закликами до єдності, виявів громадянської свідомості, патріотизму тощо. Загалом біблійним *не хлібом єдиним*, наповнений індивідуально-авторськими конотемами, журналісти досить часто використовують і безпосередньо в текстах, і в ролі заголовків, наприклад: *Не клубом єдиним* – назва рубрики про футбол (усічення та заміна компонента (*хлібом* – *клубом*) – фразеологічна конвергенція).

Об'єктивно-інформативну мовну основу поєднують з експресивно-оцінними елементами і в таких жанрах, як статті-коментарі та статті-репліки. При цьому мовленнєва експресія може бути як узуальною, так і okazіональною з досить широким діапазоном варіацій. Наприклад: *«...виходить вкотре держава стимулює нечесність і злочинство: бідний, бо дурний. А багаті – вони розумні, тому-то й не платять»* – повний варіант чого *бідний, бо дурний, чого дурний, бо бідний* – яскрава експресія цього okazіонального варіанта (втім, як і інших okazіоналізмів) полягає, з одного боку, у збереженні його семантикою інформації про змістовний аспект експресивності інваріанта і, з іншого, у нашаруванні на мовну експресію ще й мовленнєвої; *«Можна також помітити, що поверховою мотивацією руху людських масивів є так званий «риб'ячий інстинкт» – ...людина шукає, де краще»* – сполучення «риб'ячий інстинкт» створює виразну негативну оцінку русифікації, підкреслену усіченим варіантом виразу *риба шукає (шука, глядить, іскає), де глибше, а людина (чоловік) – де краще (лучче)*. Як бачимо, інформативна директивність коментарів і реплік виражена не у формі закликів, як у передових статтях, а є системою аналітичних висновків та оцінно-модальних категорій.

У газетах поруч з інформативною функцією тяжіє (приховано чи відкрито) і функція пропагандистська, яка зумовлює органічне поєднання в такому жанрі, як фейлетон, публіцистичності, художності та сатиричності [3]. Тон комунікативної ситуації, у якій відбувається актуалізація одиниць фейлетону, створюють такі позамовні чинники, як: 1) комунікативно-психологічна настанова на оцінно-інтерпретаційний виклад фактів, подій; 2) полеміко-критичний спосіб викладу [11]; 3) настанова на формування суспільної думки. Саме тому автори фейлетонів часто прагнуть за основу ситуативної побудови тексту використати якомога експресивнішу ФО й обіграти її в діапазоні власних компонентів та семантичної структури тексту. Покажемо у цьому плані є фейлетон Л. Чередарик *«Казав пан: тепло дам...»* про проблеми опалення. Уже заголовок, який є усіченою формою інваріанта *казав пан: кожух дам, та й слово його тепле* із субституційною заміною компонента *кожух* на лексему *тепло*, призначений для того, щоб різко оцінити погану роботу комунальних служб і тепломереж та невідповідно високу платню за «тепло». Така експресивна характеристика – вихідний пункт загострення уваги читача: автор стимулює емоційне сприйняття тексту для досягнення бажаної мети, якою є не стільки інформація, скільки формування суспільної думки. Далі впродовж усього тексту зауважуємо варіювання зазначеної ФО, засноване на її усіченні та

контекстуальній семантизації окремих компонентів: *пан* – керівники служб, *кожух* – тепло, обіцянки. Таке варіювання відбувається на тлі узуального варіанта, який теж є в тексті, що сприяє створенню стилістичного контрасту й актуалізації фонових знань читача. Заключним акордом є останнє речення-висновок «*Але ж казав пан...*», у якому на виразну мовну експресію нашаровується ще виразніша мовленнєва.

Оскільки газета – це набір різноманітних за жанрами й тематикою матеріалів, які можуть «читатися» / «не читатися», журналіст покликаний ефектно подавати їх для стимуляції прочитання. Вагоме значення тут має оформлення заголовку, який у прагматичному аспекті найбільш цікавий, адже саме він привертає увагу читача і на загальному тлі оцінює подану інформацію. Тут необхідне точне мовне «влучення», адже науковці експериментально встановили, що автор може втратити від 30 до 50% аудиторії, «якщо заголовком є стандартна мовленнєва формула, яка втратила як інформативність, так і привабливість, оскільки вже давно перетворилась на штамп у свідомості» [5, с. 185]. У теорії мовленнєвих актів неточне використання мовних засобів позначають «ілокутивним самогубством», оскільки «комунікація не здійснюється через розривання на другій ланці ланцюжка «автор – текст – читач» [1, с. 110]. Усічені фразеологізми як одиниці сильної експресії здатні „іrrадіювати” свою оцінність сусіднім елементам і разом з ними або ж окремішно формувати стилістико-прагматичний контекст. Тому їх досить часто використовують як «рекламно-вербувальні» (за термінологією В. Костомарова) заголовки окремих статей або рубрик. Свідченням системності цього явища є в такій ролі варіанти ФО з *миру по нитці* – *голому сорочка* в усіченій формі або ж із симетричною / несиметричною заміною компонентів: *Зі світу по нотці* – рубрика про музичні новини; *З миру по нитці – Гаррі Поттер у свитці* – стаття-репліка про книжки Дж. К. Ролінг та поганий стан українського книговидавництва для дітей; *З миру по нитці – голодному на обід* – стаття про організацію будинків-притулків для літніх і хворих; *З миру по нитці – інвалідам на харчі* – стаття про погане забезпечення реабілітаційних центрів. У ролі заголовків знаходимо й усічені ФО, органічно вплетені в речення: *Опинився їздець «під конем»*; *Глухі спортсмени у «глухому куті»*; *Обіцянка – коби не цяцянка; Не родися красна... а стань такою*.

Висновки. Отже, збереження внутрішньої форми сприяє тому, що усічені ФО, як і повні, в акті комунікації є різними за прагматичними інтенціями й виконують роль переконливих аргументів, смислових центрів, що по-різному вплетені в загальну канву повідомлення. У газетних текстах – це максимально інформативні ігрові засоби, що розширюють межі висловлювання і виконують такі функції: 1) номінативну, 2) привертання уваги, 3) активізації фонових знань, 4) текстотвірну, 5) оцінну, 6) підсумку. Усічення ФО завдяки семантичній тотожності дає можливість журналістам використовувати одну й ту ж одиницю кілька разів, зберігаючи при цьому загальну фразеологічну ідею та експресивно-емоційне забарвлення, і повертати ФО «іншим боком», поновлюючи її художній спектр. У цьому випадку вони покладаються на мовну компетенцію читача і прагнуть, щоб той зрозумів психологічний, морально-етичний чи естетичний підтекст незвично сформульованої думки. Таке розуміння уможливило *контекст* і дотримання

виправданих відхилень від норми, які є показниками суперечностей між інформативною та експресивною функціями мови, між мовою, що прагне уніфікації, і мовленням з тенденцією до творчості, зрештою – між розчленованою структурою та цілісним змістом ФО.

Ми не претендуємо на вичерпність аналізу, натомість **перспективність** обраного напряму вбачаємо у висвітленні в аспекті досліджуваної теми таких проблем сучасного мовознавства, як відношення мови і мовлення, семантики і структури, у поглибленні відомостей про тенденції функціонування сучасної української мови (у т. ч. фразеології).

Список літератури

1. Болгова Л. А. Фразеологизмы как средство решения коммуникативно-прагматических задач газетного сообщения / Л. А. Болгова // Лексико-фразеологическая система немецкого языка и коммуникация: Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. – М.: Изд-во МГПИИЯ им. М.Тореза, 1988. – С. 103–111.
2. Болотов В. И. Эмоциональность текста в аспектах языковой и неязыковой вариативности. Основы эмотивной стилистики текста / В. И. Болотов. – Ташкент: ФАН, 1981. – 116 с.
3. Вакуров Н. В., Кохтев Н. Н., Солганик Г. Я. Стилистика газетных жанров / Н. В. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик. – М., 1978. – 183 с.
4. Васіна О. В. Теорія мовних ігор Л. Вітгенштейна у контексті текстуальності новітніх ЗМК / О. В. Васіна // http://bdpu.org/scientific_published/conf_zhurn_2009/vasina
5. Дородных А. И. Варьирование глагольных фразеологизмов в английском языке / А. И. Дородных – Харків: Вища шк., 1988. – 176 с.
6. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси. Кінець XIX – початок XX ст. / М. А. Жовтобрюх– К.: Наук. думка, 1970. – 304 с.
7. Каспранский Р. Р. К понятиям системы, нормы и стиля / Р. Р. Каспранский // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи: Тезисы докл. к II (III) Респ. науч. конф. (июнь 1968). – Горький, 1968. – С. 299–303.
8. Кожина М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М. Н. Кожина. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 696 с.
9. Павловська Г. В. Трансформація і варіація фразеологічних одиниць / Г. В. Павловська // Питання фразеології східнослов'янських мов. – К.: Наук. думка, 1972. – С. 40–42.
10. Полевщикова А. С. Языковая игра в романе А. Мушга „Der Rote Ritter” (1993): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Анна Сергеевна Полевщикова. – М., 2011. – 21 с.
11. Супрун А. Е. Антропонимы в политическом фейлетоне / А. Е. Супрун // Лексические категории. – Калинин, 1984. – С. 117–122.
12. Телия В. Н. Вариантность идиом и принципы идентификации вариантов / В. Н. Телия // Проблемы устойчивости и вариантности фразеологических единиц: Материалы межвуз. симпозиума (1968). – Тула, 1972. – С. 303–69.
13. Телия В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке / В. Н. Телия. – М.: Наука, 1981. – 269 с.
14. Чабаненко В. А. Речевая экспрессия и актуальные вопросы украинской лингвистилистики: автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филол. наук: спец. 10.02.01 «Украинский язык» / Виктор Антонович Чабаненко. – К., 1984. – 40 с.
15. Machová S., Shvehlová M. Semantika @ Pragmatika jako lingvistické disciplíny / S. Machová, M. Shvehlová. – Praha, 1996. – 179 s.

Свердан Татьяна. Принцип семантической маркированности в игровых модификациях украинских фразеологизмов / Татьяна Свердан // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. – 2012. – Т. 25 (64), №2 (1). – С. 225–231.

В статье на примере украинских усеченных фразеологизмов указаны механизмы и стилистико-прагматические функции языковой игры в газетных текстах. Установлено, что игровые модификации фразеологизмов возможны при условии сохранения семантического тождества фразеологических вариантов.

Ключевые слова: игровые модификации фразеологизмов, усеченный вариант фразеологизма, адресант, адресат, текст.

Sverdnan Tatiana. The Principle of Semantic Marking of Playful Modifications of Ukrainian Idioms / Tatiana Sverdnan // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. – Series: Philology. Social Communications. – 2012. – V. 25 (64), №2 (1). – P. 225–231.

In this article describes the mechanisms, stylistic and pragmatic functions of language games in newspaper texts. It is established that the playful modifications of idioms are possible while maintaining of semantic identity of phraseological variants.

Key words: playful modifications, truncated variant of idioms, sender, recipient, text.

Стаття надійшла до редакції 27 березня 2012 року