

Дніпропетровський національний університет залізничного
транспорту ім. академіка В. Лазаряна

**ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ЗАСОБИ КОМПРЕСІЇ
СТИСЛОГО МАС-МЕДІЙНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕКСТУ**

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВА КОМПРЕССИИ
СЖАТОГО МАС-МЕДИЙНОГО УКРАИНСКОГО ТЕКСТА**

**IDIOMS AS MEANS OF UKRAINIAN COMPRESSED
MASS MEDIA TEXTS**

У статті досліджується проблема конденсації інформації у стислому мас-медійному українському тексті, а саме: з'ясовується роль фразеологічних одиниць у компресії повідомлюваного. На матеріалі стислих текстів проаналізовано компресуючий потенціал фразеологізмів та здійснено спробу їх класифікації як засобів стиснення тексту. Доводиться, що не всі ідіоми мають високий потенціал для компресії мас-медійного повідомлення, а найвищим потенціалом володіють модифіковані фразеологізми.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, стислий текст, конденсація інформації, засоби стиснення тексту, фразеологізм.

В статье исследуется проблема конденсации информации в сжатом масс-медийном тексте, а именно: определяется роль фразеологических единиц в компрессии сообщаемого. На материале сжатых текстов анализируется компрессирующий потенциал фразеологизмов и предпринимается попытка классифицировать их как средства для сжатия текста. Доказывается, что не все идиомы имеют высокий потенциал для компрессии масс-медийного сообщения, а самый высокий потенциал присущ модифицированным фразеологизмам.

Ключевые слова: масс-медийный дискурс, сжатый текст, конденсация информации, средства сжатия текста, фразеологизм.

The problems of compressed text are very important for modern Ukrainian mass-media discourse. The issues of rational representation and pragmatic approach to information are relevant today because of information space overload in mass-media. The idioms play one of the important roles in text compression process. The problem of compression potential of idioms hasn't been investigated completely in Ukrainian mass-media discourse yet. The aim of this article is to enlighten the role and functioning of idioms as means of text condensation of Ukrainian mass-media compressed text.

This paper deals with some peculiarities of idioms and their functions in text condensation. The investigation of the compression potential of the idioms has shown that some idioms have higher potential than other ones. They have wider information content and semantic meaning under their formal structure. The modified idioms are the most effective means of condensation in compressed text because new elements give new meanings to idiom content. The research is attempted to classify the idioms according to compression potential.

Idioms as means of information condensation assist in reducing efforts, time, space for making up a text in mass-media. Further investigations should deal with analyses of other means of compressed text.

Key words: mass-media discourse, compressed text, information condensation, means of text compression, idioms.

Мас-медійний дискурс, який має незаперечний вплив на сучасне суспільство, представляє собою особливий інтерес для вчених-мовників. Серед лінгвістичних проблем новітнього дискурсу ЗМІ можемо сміливо виокремити явище стиснення тексту як найбільш розповсюджене і запитане як для філологів, так і для медійників. Стислий текст виникає у результаті цілеспрямованої творчої діяльності, у процесі якої застосовується ціла низка мовних (а в друкованому варіанті й графічних) засобів для компресії інформації задля різноманітних прагматичних цілей: конденсації інформації; надання тексту меншого об'єму; економії зусиль, затрачених на створення інформаційного повідомлення; збереження ефірного часу; зменшення площі, яку займає текст у друкованому виданні, та ін. Визначення стислого тексту наводить вітчизняний лінгвіст О. Панченко: «Стислий текст – це повідомлення, об'єктивоване подібно до будь-якого іншого тексту в письмовій формі, побудоване шляхом скорочення повного тексту або створене як первісно коротке, призначене за необхідності для подальшого розгортання у більш об'ємний текст» [3, с. 306]. Проблеми стислого тексту мало досліджені в вітчизняній лінгвістиці, хоча нагальна потреба у такому дослідженні є вимогою нашого часу.

Питання сталих висловів активно досліджується у науці про мову: учені аналізують походження фразеологічних одиниць, семантичні та структурні особливості, полісемію, їхні прагматичні та когнітивні

властивості, роль у структурно-смісловій організації тексту, емоційний вплив на читача та ін. Піонерами у дослідженні фразеологізмів вважають Ш. Баллі, Бодуена де Куртене, В. Виноградова, М. Покровського, О. Потебню, Л. Щербу, чії наукові розвідки активно продовжили М. Алефіренко, А. Альохіна, Я. Баран, Ф. Бершадська, В. Виноградов, А. Григораш, М. Демський, П. Єрченко, Р. Зорівчак, А. Івченко, А. Капелюшний, А. Кунін, А. Мамалига, І. Ощипко, О. Пономарів, О. Сербенська, Л. Скрипник, В. Телія, В. Ужченко, Н. Шадрін, Н. Шанський та інші. Особливості функціонування ідіом у мас-медійному дискурсі досліджували Л. Баркова, Х. Дацишин, Л. Жукова, З. Камбарова, О. Кисельов, В. Костомаров, Н. Мариноха, І. Серебрянська, Г. Солганік, І. Тараба, Л. Шевченко та інші вчені.

Досліджуючи багатий лінгвістичний інструментарій, застосований для конденсації інформації в українському мас-медійному дискурсі, ми виокремили проблему функціонування фразеологізмів як засобу стиснення повідомлення, яка ще не була достатньо обґрунтована і, з нашої точки зору, є актуальною для аналізу дискурсу вітчизняних ЗМІ. Тому мета нашої статті – дослідити компресуючий потенціал фразеологічних одиниць у стислих текстах українських мас-медіа.

Сучасні вчені-лінгвісти серед різноманітних лексико-граматичних засобів створення стислого тексту (на морфологічному рівні – використання морфем та різних частин мови для створення скорочених форм; на лексичному – використання різних способів словоскладання: універбації, телескопії, зрощень, абрєвіації, субстантивації, – запозичень, кальок, просторіч та ін.) називають і фразеологізми, які активно використовуються у текстах українських ЗМІ. Висока частотність вживання фразеологічних одиниць у мас-медійних текстах пояснюється багатьма чинниками: за їх допомогою яскраво репрезентується зміст або ідея інформаційного повідомлення, привертається увага до конкретної події, здійснюється ефективний вплив на свідомість реципієнта твору, створюється запланований

фон для сприйняття, передається потрібна емоційність висловлювання тощо: 1) *Не хлібом єдиним* («Україна молода» від 25.11.2015, с. 11); 2) *Наука на голодному пайку* («Голос України» від 24.12.2013, с. 6); 3) *Гра м'язами* («Україна молода» від 25.11.2015, с. 2); 4) *Хіба ревуть воли, як ясла повні?* («Голос України» від 25.12.2013, с. 5); 5) *ЄС забракло духу для санкцій – реакція світової преси* («ПіК» від 3.07.2014);

У низці функцій фразеологічних одиниць (ФО) у вітчизняних мас-медійних текстах ми розглядаємо їхній потенціал для конденсації інформації, результатом якої є стислий текст.

Вживання фразеологізмів як засобу компресії інформації пов'язане з їх структурно-семантичними особливостями: дефініції багатьох ФО містять більше мовних компонентів, ніж сам фразеологізм. Значення фразеологічної одиниці не співпадає зі значенням її елементів, поєднання яких створює новий смисл, що завдяки традиції закріпився в усній та писемній мові.

В українських мас-медійних текстах активно вживається все різноманіття зі скарбниці фразеологізмів: власне фразеологізми, прислів'я, приказки, крилаті вислови, просторіччя, сленгові ідіоми, а також їхні трансформації: 1) *Бюджет-2014: Кабмін пише «з коліс»* («УНІАН» від 11.09.2013); 2) *Нарешті знайшлася людина, яка розставила крапки над «і»* («ПіК» від 18.07.2013); 3) *Колісниченко непомітно підклав Януковичу свиню* («ПіК» від 27.07.2013); 4) *Український веб-простір: від «розділяй і володарюй» до «об'єднуй і спрямовуй»* («День», від 8.10.2013); 5) *Нащо і клад, коли в сім'ї лад* («Україна молода» №191 від 25.12.2013, с.8). Семантичні та структурні модифікації фразеологізмів і крилатих висловів свідчать про їхній експресивний та прагматичний потенціал, дають можливість уникнути стандартних висловів і демократизувати сучасну комунікацію: 1) *Привид бродив Придніпров'ям* («Зоря область» №74 від 25.09.2013); 2) *ЗАЗ-ювіляр має «наполеонівські плани» і ... скорочує робочий тиждень* («Україна молода», 25.10.2013); 3) *Хіба ревуть воли, як ясла повні?* («Україна молода», №190 25.12.2013, с.5); 4) *Закордон йому допоможе?*

(«Україна молода», 25.10.2013); 5) *Гучна відставка голови ДАІ Єршова: хто винний і що робити* (tsn.ua від 20.05.15).

Фокусуючись на компресуючому потенціалі ФО, ми проаналізували різні види цих лексичних одиниць та їхніх модифікацій, якими так часто послуговується мас-медійний текст. Компресія тексту, в результаті якої виникає стислий текст, базується на вилученні надлишкових елементів формальної структури повідомлення та подачі інформації за допомогою найбільш економних морфологічних, лексичних, синтаксичних та інших засобів. Опираючись на це визначення, ми можемо стверджувати, що маємо підстави класифікувати ФО за їх здатністю економно і стисло виражати думку, коли за малим об'ємом сприймається більший зміст. Дослідивши структурний та семантичний склад фразеологізмів, ми встановили, що одні фразеологізми володіють високим потенціалом для стиснення формальної структури тексту, а інші – низьким. За кожною ФО у мові закріплене усталене традицією значення, чітко окреслений когнітивний фон, певний асоціативний ряд, яскраво виражене емоційне забарвлення, що супроводжують висловлювання, в якому звучить ФО. Врахування цих характеристик допомагає схематично змалювати фразеологізм як багатопланову одиницю мовлення, у якій за формально-структурною частиною (якоюсь кількістю граматично та синтаксично узгоджених твірних елементів-слів) стоїть смислове поле, що включає в себе семантичне значення ФО, його інтертекстуальні зв'язки, пов'язані з ним асоціації, емоційний фон. Чим ширше смислове поле фразеологізму, тим, відповідно, вищий і ефективніший його компресуючий потенціал. За певними ФО ми бачимо широке смислове поле, наприклад, модифікація крилатого вислову «І ти, Бруте?» у виданні «Політика і культура»: *І ти, Данилич? Екс-президенту «ліплять» справу Щербаня* («ПіК» від 29.03.2013). У короткій за кількісним складом модифікації закладений набагато довший за семантичним вираженням смисл: К. Л. Кучму підозрюють у справі, до якої, як здавалося, він не мав би бути причетним. У смисловому полі реципієнт повідомлення

сприймає наступні значення: «нечесна, підла справа», «зрада», «причетність до зради», «ненадійність», «підступність», «безвихідь», «розпач». Модифіковані фразеологізми під'єднують у своє поле знання та асоціації, пов'язані з новим компонентом. Так, наприклад, у смисловому полі ФО «*А віз і нині там*» відчуваємо такі складові: «нерозпочата запланована справа», «бездіяльність», «відсутність одностайності у роботі», «недбальство», «пуста балаканина замість справи», «безвідповідальність». Модифікація цього крилатого вислову на основі гри слів *віз - віза*, використана у заголовку «*А віза й нині там*» («Україна молода», №143 від 6-7.11.15, с.4), розширює це поле прихованими компонентами «євроінтеграція», «безвізовий режим із ЄС», «ухвалення законопроектів у Верховній Раді, що стосуються безвізового режиму з ЄС». За приклади таких ФО можемо навести: 1) *На Східному «фронті» без змін* (Україна молода, №135 від 16.09.14); 2) *Фортуна усміхається завзятим* («Голос України», №250 від 31.12.2013, с.13); 3) *Всі дороги ведуть до храму* («Україна молода», №191 від 25.12.2013, с.5); 4) *ТАСС уповноважений заявити: палала хата* («ПіК» від 22.02.14); 5) *Сепаратисти вже на Київщині – попереджені та небезпечні* («ПіК» від 11.06.2014).

Але разом із тим, фразеологізми іншої групи не мають такого широкого смислового поля і, складаючись із кількох структурних компонентів, тяжіють у своєму значенні до одного слова, що не сприяє завданням економії мовних засобів та створенню стислого тексту, а часто, навпаки, збільшує формальну частину повідомлення. Фразеологізм-заголовок *Пустий номер* («Голос України» № 243 від 21.12.13, с. 16) має смислове поле «безрезультатна справа», яке мало відрізняється за своїм структурно-формальним складом від самого фразеологізму, але певне завдання виконує його емоційний план, додаючи відчуття безнадійності та деякої згрублості висловлюванню. У реченні *Пшениця на вагу золота* («Україна молода», №27 від 21-22.12.2014, с.7) фразеологізм *на вагу золота* має смислове поле «дорогий» «дорогий, як золото», яке не надто поширене, тому можемо говорити про невисокий

компресуючий потенціал цієї ФО. Таке ж явище спостерігаємо в наступних прикладах: 1) *Сноуден: місію виконано* («Голос України» № 245 від 25.12.13, с. 5) – фразеологізм *місію виконано* має семантичне значення «завдання виконане», «важливе завдання»; 2) *Цукор б'є по кишені* («Голос України» № 241 від 19.12.13, с. 14) – ФО *б'є по кишені* має смислове поле «дорогий»; 3) *«Зелений коридор» – для людей і товарів* («Україна молода», №186 від 18.12.2013, с.1) – ФО *зелений коридор* зі смисловим полем «сприяння»; 4) *Буквально на п'яти Пінк наступає Брюс Спрінгстін із 147,6 «лимона»* («Україна молода», №186 від 18.12.2013, с.12) – ФО *на п'яти наступати* зі смисловим полем «наздоганяти». Можна підкреслити, що фразеологізми з мало поширеним смисловим полем мають невисокий компресуючий потенціал і тому не можуть розглядатися як ефективні засоби конденсації інформації та стиснення тексту. Вони виконують інші функції у мас-медійному тексті, властиві всім ФО: дають оцінку повідомлюваному, підсилюють образність, виразність та емоційність висловлювання.

На жаль, в українських стислих мас-медійних текстах не так широко використовуються фразеологізми порівняно з іншими лексичними засобами конденсації інформації (абревіатурами, іншомовними словами, професіоналізмами, кальками, просторіччями та ін.), що збіднює мовний план повідомлення; найчастіше зустрічаємо фразеологізми у заголовках.

Отже, можемо зробити висновок, що однією з важливих функцій фразеологізмів у мас-медійних текстах є їх здатність конденсувати інформацію та сприяти стисненню друкованого або озвученого тексту, тим самим вирішуючи нагальну потребу сьогодення – передавати максимум інформації з мінімальною затратою мовних зусиль, часу на сприймання повідомлюваного, місця у друкованому виданні чи ефірі. Увесь багатий фразеологічний корпус української мови можна класифікувати на ФО з високим компресуючим потенціалом та низьким, що слід враховувати укладачам мас-медійних текстів. Особливо високий компресуючий потенціал мають модифікації ФО, тому що нові компоненти розширюють смислове

поле фразеологізму, вводячи нові семантичні значення, асоціації, інтертекстуальні зв'язки. Подальшу перспективу досліджень стислих текстів у мас-медіа України ми вбачаємо в аналізі морфологічних, синтасичних, семантичних засобів конденсації інформації.

Список використаних джерел:

- 1) Дацишин Х. П. Фразеологізми в заголовках друкованих видань: проблема мовно-культурної ідентифікації/Х. П. Дацишин // Теле- та радіожурнілістика: Зб. Наук.-метод. Праць. – 2010. Т. 2. – Вип. 9. – С. 200-204.
- 2) Молчкова Л. В. Идиоматизация как способ компрессии информации / Л. В. Молчкова // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Серия 2 «Языкознание». 2012. – № 2 (16) – С. 124–128.
- 3) Панченко Е. И. Лингвистика сжатого текста (на материале современного русского языка) : дис...д-ра филол. наук: 10.02.02 / Е. И. Панченко. – Днепропетровск : ДГУ, 1998. – 380 с.
- 4) Серебрянська І. М. Фразеологізми античності в мові сучасної преси / І. М. Серебрянська, Н. М. Мариноха.//Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 24 (63). – 2011 г. – № 4. Часть 1. – С. 182-187.
- 5) Українська мова: енциклопедія. – 2-ге вид., випр. і доповнене. – К.: Вид. «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. – 884 с.
- 6) Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови: Навч. посіб. / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко.– К.: Знання, 2007. – 494 с.
- 7) Щерба Л. В. О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании. / Л. В. Щерба // Звегинцев В. А. История языкознания XIX-XX веков в очерках и извлечениях. – М., 1965. Ч. 2. – 496 с.