ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНИХ ЗМІ

Винарчик М.-К.
Національний університет «Львівська політехніка»
Інститут права та психології
Кафедра журналістики та засобів масової комунікації
butterfly.vmk@gmail.com
Науковий керівник –***Голубінка Н. І.***, старший викладач кафедри української мови Національного університету «Львівська політехніка»

Фразеологізми – це стійкі сполучення слів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення, які характеризуються семантичною злитістю компонентів, цілісністю значення й автоматичним відтворенням у мові [2, с.78]. Через яскраве емоційне забарвлення, образність, стислість фразеологізми часто використовують у журналістських текстах, а особливо в заголовках, покликаних зацікавити, привернути увагу читача. Однак, на відміну від мови художньої літератури, де фразеологізми вживають у вигляді, зафіксованому у словнику, у мові ЗМІ ці стійкі сполучення часто трансформуються, тобто видозмінюються, щоб досягати комунікативно-інформаційної мети.

Аналіз публікацій «Українського тижня», щотижневого українськомовного часопису, дає підстави стверджувати, що такі трансформовані фраземи вирізняються особливою виразністю, додатковою експресивною значущістю. Створюючи такі заголовки, автори найчастіше вдаються до таких структурно-семантичних трансформацій [1, с. 68]:

– лексична заміна компонентів фразеологічної одиниці: *Бідний платить двічі* (змінено компонент «скупий» на «бідний»); *Рідкість нашого часу* (змінено компонент «герой» на «рідкість»); *Вийняти голову з піску* (змінено компонент «ховати» на «вийняти»); *Хліба без видовищ* (змінено компонент «і» на «без»); *Холодний мир* (змінено компонент «війна» на «мир»);

– розширення компонентного складу: *Хліба й видовищ назавжди; Схиляю голову перед Майданом; Рятівний круг для регіоналів; Холодна війна триває й досі; Стара-нова холодна війна; Британія грає м'язами;*

– скорочення компонентного складу: *Час збирати каміння* (замість «час розкидати каміння і час збирати каміння»); *Зі здорової голови...* (замість «Валити з хворої голови на здорову»).

У фразеологізмі автор може змінити або одне слово, або словосполучення. Інколи у результаті такої зміни створюється антонімічне поняття-образ. *Від холодної війни до гарячої; Чорна заздрість білої людини; Неласкаво просимо.*

Цікавими є заголовки, у яких автори, використовуючи два фразеологізми чи крилаті вислови, створюють новий образ: *Геркулес і стайні* (геркулесові стовпи і авгієві стайні); *Вирватися з ведмежого кута* (глухий кут – ведмежий кут).

Особливою емоційністю відзначають заголовки, у яких використано трансформовані фразеологізми, доповнені загальновживаними словами з метою їх конкретизації, щоб полегшити читачеві зорієнтуватися у змісті публікації: *«Свої» люди в міністерствах; Три кити демократії та черепаха бюрократії; гривня на роздоріжжі.*

Привертають увагу читача заголовки, у яких вжито нетрансформовані фразеологізми та крилаті вислови*: Питання життя і смерті; Зі щитом чи на щиті; Перекувати мечі на орала; Їхні слова та Богу б у вуха; За рибу гроші; Камінь на шиї; Ні дати ні взяти.*

Через свою впізнаваність такі заголовки асоціативно впливають на читача, відзначаються не лише лаконічністю, а й образністю та емоційною виразністю.

Таким чином, використання у заголовках журналістських текстів фразеологізмів служить важливим засобом мовної експресії, яка підсилює дієвість тексту і привертає до нього увагу читача.

Література

1. Практична стилістика української мови. Частина І (Лексика). Н. Голубінка, О. Литвин, І. Ментинська. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. с. 68

2. Сучасна українська мова: Підручник/ О. Пономарів, В. Різун, Л. Шевченко та ін. за ред. О. Пономаріва. К Либідь, 2001. с. 78

НЕОЛОГІЗМИ У ТВОРАХ ЮРІЯ ІЗДРИКА

Жебель Д., Єфименко Є.
Національний університет «Львівська політехніка»
Інститут комп'ютерних наук та інформаційних технологій
Кафедра прикладної лінгвістики
dasazebel@gmail.com, Evgenius1256@gmail.com
Науковий керівник – ***Литвин О. Г.***, к. ф. н., доц., доцент кафедри української мови Національного університету «Львівська політехніка»

У лінгвістиці термін «неологізм» (від гр. νέοζ ´новий´ і λόγοs ´слово́) розглядають як слово чи мовний зворот, що нещодавно