

Секція 1: УКРАЇНСЬКА МОВА У КОЛІ СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВ

Віра Дерев'янка

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

АВТОМАТИЗАЦІЯ ТА АКТУАЛІЗАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ЧЕСЬКОМОВНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

У статті висвітлено проблему процесів автоматизації та актуалізації фразеологічних мовних засобів на матеріалі чеськомовної публіцистики, розглянуто тенденції функціонування фразеологізмів, подано та проаналізовано трансформації чеських фразеологізмів.

Ключові слова: фразеологізм, автоматизація, актуалізація, фразеологічні трансформації.

The article deals with the problem of automation processes and the actualization of phraseological linguistic means on the basis of Czech journalism, is made the analysis of the latest scientific works of the Czech linguists about the definition of the essence of the concepts of automation and actualization processes.

Key words: phraseologism, automation, actualization, transformations of phraseologisms.

Фразеологізми у тексті можуть функціонувати у двох формах, узуальній та оказіональній, тому філологи, зокрема чеські, часто виокремлюють два процеси функціонування фразеологізмів: автоматизацію та актуалізацію [1, 5, 7, 8]. Мовознавці автоматизацію трактують як «використання тих мовленнєвих засобів, які належним чином виконують свої комунікативні завдання, перевірені практикою та реалізуються в усталеному ряді прикладів» [1, с. 42]. У розвідці під поняттям «автоматизація» ми розуміємо застосування таких засобів, які є частиною літературної норми, а в комунікаційному акті виступають з мовленнєвої свідомості мовця та адресата як усталений, уніфікований засіб комунікації [4, с. 767].

Тенденції автоматизації призводять до однотипного фразування висловлювань та утворення стереотипності, що

виявляється у частій появі структур певних моделей, які використовуються практично механічно у відповідних ситуаціях. Такий спосіб відтворення мовленнєвих засобів полегшує формулювання думок автора, проте з іншого боку, автоматизація не привертає уваги адресата, не надає можливості тексту набувати нових функцій. Автоматизація використовується для визначеної комунікаційної мети, без акцентування уваги на конотативному значенні. Як процес, протилежний автоматизації, у розвідці розглядаємо актуалізацію (трансформації), у поняття якої вкладаємо розуміння «індивідуального зображення явищ дійсності з повним використанням індивідуального чи своєрідного вибору мовних засобів. У той час як автоматизація стирає особистість автора, інколи

навіть зовсім витісняє, актуалізація, навпаки, підкреслює його «присутність» у тексті [1, с. 42].

У нашій розвідці ми розглянемо актуалізаційні процеси (трансформації) на прикладі фразеологізму *není všechno zlato, co se třpytí*. Практичний матеріал для дослідження взято з Чеського національного корпусу (Český národní korpus), а саме з корпусу публіцистичних текстів syn2013pub. Словник чеської фразеології та ідіоматики подає такі тлумачення фразеологізму *Není všechno zlato, co se třpytí* – (людина з досвідом попереджує іншу людину про її поверхнєве та некритичне захоплення ззовні вражаючим майном третьої особи, елегантністю та публічною славою її вчинків, життям) якщо щось зовні привабливе та блискуче, воно не обов'язково мусить бути дійсно добрим, якісним чи просто не розчарувати наші сподівання; воно не є насправді таким добрим, як здається на перший погляд [11, с. 1025].

А Контактні

а) субститутні

Іменниковий компонент *zlato* у першій частині фразеологізму *Není všechno zlato, co se třpytí* тяжіє до субституцій різного роду, на основі семантичної подібності і без неї. Так, коли у статі мова про срібло, автор адаптує фразеологізм до контексту актуалізаційною трансформацією: *Není všechno stříbro, co se třpytí. Za pár dní se chlapi vrátí, celí rozsvícení těmi pospolitými rituály. Ještě za měsíc budeme nacházet stříbrné šupiny, na zemi, v posteli, mezi stránkami knih* [Deníky Bohemia, 16.6.2008]; ...*že není všechno drahé kamení, co se třpytí* [Lidové noviny, 9.6.2007]; ...*že není všechno Praha, co se třpytí* [Právo, 3.3.2009]; *Jenže není všechno ropa, co se třpytí...* [Deníky Bohemia, 21.6.2008]. Субституція притаманна не

тільки іменниковому компоненту *zlato*, але й дієслівному *třpytí se*: *Není všechno zlato, co se nádherně blyští* ... [Deníky Bohemia, 14.2.2009]. В уривку субститути *třpytí se* та *blyští se* є семантично близькі (обидва дієслова можна перекласти українською як виблискувати, блищати). Також на матеріалі корпусу syn2013pub можна виявити субституції не тільки одночленні, але й заміни цілих частин фразеологізму: *Snad jim dojde, že není všechno zlato, co má značku* [Deníky Moravia, 6.4.2007].

б) адитивні

У заголовку статті фразеологізм *není všechno zlato, co se třpytí* актуалізується обставинним інтерпозитивним поширювачем *americky*: *Není všechno zlato, co se americky třpytí* [Lidové noviny, 20.6.2009]. Дієслівний компонент *třpytí se* на матеріалі корпусу syn2013pub поширюється декілька разів: ...*co se v kyberprostoru třpytí* [Hospodářské noviny, 27.3.2007]; ... *co se mezi telefony třpytí* [Hospodářské noviny, 27.2.2007]; ... *co se ve zdravotnictví třpytí* [Deníky Bohemia, 22.5.2006]; ... *co se teď zdánlivě třpytí* [Právo, 6.4.2005]; *jakkoli mocně se to "třpytí"* [Reflex, č. 16/2009]... *co se olympiádou třpytí* [Deníky Bohemia, 2.4.2008]. Також знайдено випадки поширення об'єктивного: в інверсійній структурі компонент *zlato* займає постпозитивну позицію разом з поширювачем *diamant*, таким чином інтенсифікуючи сигніфікативно-денотативні семи: *Ani tady ale není všechno, co se třpytí, zlato nebo diamant* [Právo, 14.12.2007]!

в) редуційні

Протилежними до актуалізаційних трансформацій поширеннями є трансформації, які редукують компонент/компоненти фразеологізму. Наприклад, фразеологізм *Není všechno zlato, co se třpytí* у текстах корпусу syn2013pub чотири рази використовується

з редукцією його другої частини й усі чотири рази у заголовках статей: *Není všechno zlato... Zvenku vypadá auto atraktivně - nadčasový vzhled , který konstruktéři 306 nadělili v roce 1993 - je ještě vylepšen třeba čirými světly (facelift 1997)* [Mladá fronta DNES, 11.4.2007]. Повного усічення першої частини усталеного виразу *není všechno zlato, co se třpytí* на матеріалі корпусу не знайдено, проте варіант з частковим усіченням першої частини та морфологічними трансформаціями іменника *zlato* використано у цьому уривку: *Tím nejkrásnějším dárkem není nic, co se třpytí*

zlatem, je to úsměv, láska, pohlázení, nad takový dárek žádný není [Deníky Bohemia, 14.2.2006].

Практичні підрахунки показують, що фразеологізм *není všechno zlato, co se třpytí* використано 134 рази загалом, з них – 25 актуалізованих форм.

Отже, розглянуті у розвідці приклади трансформацій фразеологізму у зіставленні з автоматизацією фразеологічних мовних засобів демонструють сучасні тенденції функціонування та становлення фразеологізмів у чеськомовній публіцистиці

Список літератури

1. Bečka, J. V. Česká stylistika. Praha: Academia, 1992, – 467 s.
2. Čechová, M. Dynamika frazeologie. NŘ č. 69, 1986, S. 178-186.
3. Čermak, F. Frazeologie a idiomatika česká a obecná. Praha: Karolinum, 2007, – 718 s.
4. Grepl, Miroslav a kol. (1995): Příruční mluvnice češtiny. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.– 799 s.
5. Jaklová, A. Humor v české žurnalistice. In Stylistyka IX. Polsko, Opole: 2000, S. 167-179.
6. Jodas, J. K aktualizaci frazeologismů v současné české publicistice. In Frazeológia vo vzdelávaní, vede a kultúre. Nitra: VŠP, 1993, S. 194-200.
7. Junková, B. Parémie v současných psaných publicistických textech. In Parémie národů slovanských II. Ostrava: OU, 2005, S. 54-63.
8. Minářová, E. Informativní a persvazivní funkce jako konstituující faktor projevu. Funkční styl publicistický. In Čechová, M., aj. Současná česká stylistika. Praha: ISV, 2003, S. 206-244.
9. Slovník české frazeologie a idiomatiky 2. Výrazy neslovesné. František Čermak a kol., Praha: Leda, 2009, – 552 s.
10. Slovník české frazeologie a idiomatiky 3. Výrazy slovesné. František Čermak a kol., Praha: Leda, 2009, – 1248 s.
11. Slovník české frazeologie a idiomatiky . Výrazy větné. František Čermak a kol., Praha: Leda, 2009, – 1267 s.
12. Srpová, H. K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice. Ostrava: OU, 1998, – 168 s.