

3. Larson R. Knowledge of Meaning: An Introduction to Semantic Theory / R. Larson, G. Segal. – Cambridge, Mass. : Cambridge University Press, 1995. – 635 p.
4. McCarthy M. Discourse Analysis for Language Teachers / M. McCarthy. – Cambridge, Mass. : Cambridge University Press, 1991. – 213 p.
5. Tomlin R. S. Discourse Semantics / R. S. Tomlin, L. Forrest, Ming Ming Pu, Myung Hee Kim // Discourse as Social Interaction. Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction / [ed. by T. A. van Dijk]. – L. : SAGE Publications, 2000. – Vol. 2. – P. 63–106.
6. Fasold R. The Sociolinguistics of Language / R. Fasold. – Malden, Mass. : Blackwell Publishers, 1990. – 342 p.
7. Connor U. Contrastive Rhetoric : Cross Cultural Aspects of Second Language Writing / U. Connor. – Cambridge, Mass. : Cambridge University Press, 1996. – 201 p.
8. Kasper G. Communication Strategies : Psycholinguistic and Sociolinguistic Perspectives / G. Kasper, E. Kellerman. – L. ; NY : Longman, 1997. – 389 p.
9. Аксенова Г. Н. Когнитивные стратегии аргументативной речевой деятельности (на материале судебной речи): дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория речи [Электронный ресурс] / Галина Николаевна Аксенова. – Барнаул, 2003. – 199 с. – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/91779.html>. – Назва з екрана.
10. Арутюнова Н. Д. Пропозиция / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 401.
11. Зернецкий П. В. Речевое общение на английском языке / П. В. Зернецкий. – К. : Либідь, 1992. – 143 с.
12. Зернецкий П. В. Динамические аспекты семантики и прагматики дискурса / П. В. Зернецкий // Личностные аспекты языкового общения : межвуз. сб. науч. трудов. – Калинин : Калининск. гос. ун-т, 1989. – С. 75–81.

*P. Zernetskyj, G. Rjabokon*

### **THE STRATEGIES OF SPEECH ACTIVITY AND RELATED TO THEM SEMANTIC RELATIONS BETWEEN PROPOSITIONS (on the material of the discourse of the British Parliamentary debates)**

*The article deals with the research of communicative strategies of argumentation in the British Parliamentary discourse in the Houses of Commons of the British Parliament by means of definition and description of semantic relations between propositions which form the skeleton of the semantic structure of the discourse. The authors define two main strategies – affirmation which is supposed to be related to the usage of semantic propositions of equality and persuasion which is realized by the semantic propositions of inequality. Besides this, in the authors' opinion, the strategies mentioned above facilitate the formation of the strategy of the upper level: inviting to consent.*

**Keywords:** semantic relations between propositions of equality and inequality, British Parliamentary discourse, tactics and strategies of argumentation, propositional unit, contextualization, agonality.

УДК 81'373.7

*Козловський С.*

### **ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ, ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ ВЖИВАННЯМ АЛКОГОЛЮ, У СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВАХ**

*У статті розглянуто основні тематичні групи фразеологічних одиниць (ФО), пов'язаних із вживанням алкоголю, у слов'янських мовах, проведено їх зіставний структурно-граматичний аналіз, що дає підстави робити висновки про значну кількість типологічних збігів у відповідних ФО.*

**Ключові слова:** фразеологічні одиниці, слов'янські мови, зіставний аналіз.

Людству вже від давніх часів відомий алкоголь та спосіб його отримання, зберігання, культура споживання, тому не дивно, що згадки про нього посідають сучасній фразеології значне місце. Особливо такі, як схильність до випиван-

ня, надмірне вживання алкогольних напоїв, пияцтво широко представлені у фразеології слов'янських мов. Як справедливо зауважує В. М. Мокієнко: «Семантичне поле “пияцтво” вже більше ста років у славістиці стало об'єктом досліджень

та благодатним матеріалом для лексикографічних узагальнень» [1, 20]. Найчастіше фразеологічні одиниці (ФО), пов'язані з пияцтвом, торкаються негативних наслідків уживання алкоголю або оцінки людини: її психічного та фізичного стану, зовнішнього вигляду, поведінки під час та після пиття, деяких звичаїв, але також часто вказують на гарний настрій. Завдяки значній експресивності, ФО значно виразніше характеризують перераховані вище властивості, ніж інші мовні засоби.

Джерелами формування сучасної фразеології, пов'язаної зі вживанням алкоголю, є найчастіше молодь та нижчі прошарки суспільства, тому і наша увага буде спрямована на ФО, які використовують ці суспільні групи. Матеріалом для дослідження слугували фразеологічні й тлумачні словники української, російської, польської та чеської мов [2], а також досвід, отриманий під час численних розмов, проведених автором.

ФО тут розглядаються у двох лінгвістичних площинах: компонентній, яка розкриває лексичний склад, та граматичній, де дається структурно-граматична характеристика фразеологізму.

1. Тваринний світ: укр. *напитися, як художина*; рос. *задушить зеленого змія, замаривать червячка, зашибить дрозда, напитокся до белых коников<sup>1</sup>, напитокся до поросячьего визга, напитокся до розовых слонов<sup>2</sup>, напитокся, как сви́нья, пить, как лошадь, рыба по сухому не ходит, раздавить муху, свернуть шею зеленой ящерице, словить белочку, тянуть бычком*; польськ. *latać jak mysz na żyrandolu; naprany jak bąk; narąbany jak szpak; pić do białych myszek\**; *pić na sępa; rybka lubi pływać; spać się jak mops; ścięty jak miś po sztucznym miodzie; tropić węża; zalać robaka; zatoczyć rybkę; zrobić wieloryba*; чес. *mít pěkného draka; ožralá, jak kráva; ožralý, jak prase; pije, jak velbloud*. Тваринний світ у слов'янських ФО представлено надзвичайно широко: ссавці, птахи, риби, плазуни, комахи. Лексичні значення цих ФО також різноманітні. Наприклад, риба є улюбленою закускою під горілку, в морі якої любить плавати. Однак тут варто звернути увагу на семантику лексеми «риба» у ФО інших мов: англ. *drink like fish*, кор. *고래처럼마시다* (*nimi, як кит*), де мається на увазі вживання алкоголю, як води (цей зміст, до речі, розкриває інша корейська ФО *물마시듯하다* – *nimi, як воду*). Їхнє значення подібне до семантики лексем «кінь» та «верблюду» у слов'янських ФО, котрі означають можливість безмежного поглинання алкоголю. Лексема «свиня», яка також виступає компонентом ФО в усіх досліджуваних мовах, має значення негативної поведінки особи після вживання

алкоголю. Етимологія ФО «заморювати, заливати черв'яка» трохи складніша; цілком імовірно, що тут мається на увазі черв'як *vermis cerebelli*, який поєднує обидві частини мозочка людини й відповідає за координацію рухів та збереження рівноваги. Очевидно, що голодний або залитий черв'як не працюватиме добре, тому людина відчуває певні труднощі у рухах. Однак, зважаючи на те, що не кожен розуміється на анатомічній будові нервової системи, можемо також припустити, що черв'як – це якийсь сум, що гризе серце. Черв'як, за словами А. Левицького, символізує «шкідливість, малість, самотність, належність до підземного світу» [3, 183], тому зв'язок із смутком, турботою, тугою є виразним. *Пити на грифа, або пити на криву морду* – це пити на халяву, тобто за чужі гроші, нахабо. Варто звернути увагу й на групу ФО, в яких йдеться про фізичну ліквідацію комах чи плазунів («задушити в пузі комара», «раздавить муху»).

2. Предмети вжитку: рос. *натянуться, как губка*; польськ. *dać w palnik, pić do lustra, pić jak gąbka*; чес. *dát si do trumpety, mazat deku, nasátý jako houba, ožralý jak nábytek, září jak lampión*. Губка, присутня у ФО досліджуваних мов, здатна всмоктувати значні обсяги рідини, тому й зафіксовано багато алкоголю, порівнюється з губкою людина, в крові якої тече алкоголь. На позначення людини, яка вживає алкоголь на самоті, у польській мові є ФО «пити до дзеркала»: це пов'язане із тим, що людина ставить перед собою дзеркало, створюючи ілюзію товариства для пиятики. У російській мові такі самі значення мають ФО «пить по-чорному» і «пить с тренором».

3. Частини тіла: укр. *залити сліпи, залити хавло, прийняти на груди, п'яний у штири дупи*; рос. *заливать бельма, заливать глаза (зенки, фары, шары), заливать за хобот, заливать под бороду, залить за ухо, замузеть в голове, наливать горло, напитокся в жопу, напитокся в подмышку, напитокся в пятку, насандалить нос, не крепок на ногах, обмывать копыта, плеснуть под жабры, принимать на грудь, принимать на лоб, промчить горло, смачивать глотку, ударять в голову*; польськ. *chodźć na uszach, dać w gardło, dać w kregi, dać w szyję, nawalony w trzy dupy, pić na krzywy ryj, przepłukać gardziółko, przepłukać nerekę, sprawdzić wątrobę, zalać ryja*; чес. *mít nablíkané v očích, nalévat si pupen*. Ця група ФО є найчисленнішою в російській мові, де в якості компонентів виступає багато соматизмів. В усіх досліджуваних мовах є соматичний компонент – *око*, що доцільно пов'язати із зоровими негараздами після вживання спиртного. Компонент *голова*, який доволі часто трапляється в наведених ФО, також слід зарахувати до емоційного чи психічного стану, у якому пере-

<sup>1</sup> Неіснуючі істоти.

буває людина під час або після вживання алкогольних напоїв.

4. Професії: укр. *пити, як швець*; рос. *пить с тренером, пить, как сапожник*; польськ. *pić jak szewc, zawalić się jak kopacz*; чес. *ožralý jak carský důstojník, ožralý jak hasič*. Асоціації, які стали мотиваційними для утворення таких ФО, спричинені стереотипом, що пов'язує певні професії із надто активним вживанням алкоголю. За родом діяльності, а точніше, з огляду на конотації, з ним пов'язані, утворюються «синонімічні ряди в межах тематичної групи (у цій статті «пияцтво» – С. К.), що виступають як слова-характеристики» [4]. Універсальним компонентом є лексема *швець*, який, за слов'янською фразеологією не тільки багато п'є, але й багато курить та вживає нецензурні слова. Вже у XIX ст. до фразеології увійшло порівняння *пити, як швець*; у «Вступі до казок» І. Красицького можемо прочитати: «Był celnik, który nie kradł; szewc, który nie pijał», тобто можна припустити, що раніше пияцтво шевців було ледь не легендарним.

5. Господарські предмети та місця: рос. *бросать на колосники, напиться в бочку*; польськ. *nawalony jak stodoła, nawalony jak szpadel*; чес. *má ho jak vidle, nalitý jak cep, nalitý jak konev, nalitý jak motyka, nalitý jak pohrabáč, nalitý jako rybník, táhne z něho jak z bečky*.

6. Рослинний світ: укр. *роздавити сливу*; рос. *напиться в кокос, наливаются, как клюковка*; польськ. *upić się w drobny mak*; чес. *bumbat slivku, pit v limbu, sesekaný jak pažitka, sřatý jak jabloň, zalévat vrbu*.

7. Засоби транспорту: рос. *напиться в дрезину*; польськ. *nawalony jak autobus*; чес. *vundaný jak motokára, zlitý jak autobus ze Štúrova*. Також, якщо хтось явно перевищив дозу алкоголю, вдаються до стилізації мови оголошень у метро: *už dorazil na konečnou*.

8. Одяг: рос. *брать в галошу, закладывать за галстук, упиться в валенки, кидать за воротник*; польськ. *nie wylewać za kołnierz*.

9. Кольори: укр. *спитися на синьо*; рос. *напиться до оранжевых кругов, пить по-черному, размяться красненьким*.

10. Почуття смутку: рос. *заглушать печаль, заглушать тоску, заливать горе, замачивать жало*; польськ. *topić smutki w butelce wódki*.

11. Посудини: рос. *выкушивать рюмку, долбать стаканчик водки, заглядывать в рюмку, наезжать на бутылочку, осушать бокал, прикладываться к бутылке, пропускать рюмочку, раздавливать банку, хлопать рюмку за рюмкой*; польськ. *obalić połówkę, opędzlować butelczynę, rozpracować flaszkę, skoczyć po szkło, walić kielon za kielonem, zaglądać do kieliszka*; чес. *mazat pišťalu, umět se podívat do sklenice*.

12. Деревина: рос. *напиться в бревно, напиться в доску, напиться в корягу, напиться в пень, напиться в полено, словить клина*; польськ. *nawalony jak bela, walić na kłodę*; чес. *mít desku*.

13. Міфічні або вигадані істоти: укр. *до чортків допитися*; рос. *напиться до пришельцев, напиться до чертиков*. У даному випадку йдеться про галюцинації, спричинені надмірним вживанням алкоголю. У польській та чеській мовах такі створіння у ФО відсутні, натомість фігурують дивні події, напр.: лінії горизонтальної дорожньої розмітки перетворюються в мишенят (*Panie władzo, to jak tam omijać te białe myszki?*) або люди бачать подвійно (*Dneska takový krásný den, tak proč ho nevidět hned dvakrát?, Je tak narvaný, že už vidí jenom stereo*).

14. Смерть: рос. *мертвецки пьяный, напиться до мертвого тела, пить мертвую*; польськ. *zalany w trupa, zaliczyć zgoną*; чес. *upít se k smrti*. Значення цих ФО очевидне: вони вказують на абсолютне сп'яніння.

15. Газ: рос. *быть под газом, напиться в дым*; польськ. *dać czadu, jechać na podwójnym gazie, uderzyć w gaz, zagazowany w dym*; чес. *být pod parou*.

16. Небо: рос. *напиться до звезд*; чес. *pit jako duha, usmívat se jak Měsíček na nebi*.

17. Розмір: рос. *раздавить малыша*; польськ. *tyknąć po maluchu*. Тут мається на увазі маленька чарка, яка нібито ще нікому не зашкодила.

18. Досить цікавою та своєрідною групою є ФО, у яких алкоголь порівнюють із книгами. Наприклад, даруючи горілку, говорять: *Книга – найкращий подарунок*, або, запрошуючи випити, кажуть: *їдемо до бібліотеки почитати обов'язкову літературу*. Такі порівняння мають іронічний характер, підносячи вживання алкоголю на вищий рівень через порівняння із інтелектуальною працею.

Можна сказати, що у досліджених ФО, пов'язаних із вживанням алкоголю, в слов'янських мовах переважають такі ФО, компоненти яких містять явно негативну оцінку, що, як відомо, продукує емоційне ставлення людини до конотованого смислу ФО. З ними тісно пов'язаний експресивний компонент, який відбиває інтенсивність вираження оціночно-емоційного елементу. Бачення світу пияцтва представниками слов'янських народів крізь призму їхніх мов є досить подібним. Існує достатньо велика кількість збігів мовних конструкцій, зіпертих на схожі асоціації, однак слід взяти до уваги відсутність пропорцій серед компонентних груп. У чеській мові найчастіше використовують рослини та господарські предмети, у польській, як і в російській мовах – соматизми та тварин. Це можна пояснити неоднаковим етнокультурним та

суб'єктивним баченням світу різними народами. Хоча мови цих народів є близькоспорідненими, треба, однак, взяти до уваги, що подібні явища людського побуту можуть викликати зовсім різні асоціації.

Завданням структурно-граматичного аналізу ФО у зіставному аспекті є виявлення та опис спільного і відмінного серед фразеологізмів досліджуваних мов. У слов'янських мовах виділено дві групи ФО, пов'язаних із вживанням алкоголю: 1) прикметникові та 2) дієслівні.

1.1. Прикметникові ФО зі структурою порівняння (окреслене слово (А) + оператор (Б) + слово, що окреслює (В)), коли в якості порівняльного, компаративного елемента Б виступають: укр. *як*, рос. *как*, пол. *jak*, чес. *jak, jako*, що акомодують іменник у називному відмінку. Можемо погодитись зі А. Окопєнь-Славінською, що порівняння «підкреслює та інтерпретує властивості описуваного явища через порівняння з подібним явищем. Порівняння є двоскладовою конструкцією, поєднаною висловами: *як, якби* та ін. Логічною підставою є спільна семантична риса, яка поєднує обидва члени – *tertium comparationis*» [5, 231]. А на думку Ф. Чермака, подібність, на якій ґрунтується порівняння, є одним з найважливіших та основних семантичних відношень, оскільки використовується в мові для опису різних ситуацій [6, 385].

Головним компонентом А є прикметник, залежним В – іменник, які поєднуються за допомогою прилягання, тобто можна це проілюструвати рівнянням  $\Phi = (A \in \text{Adj} \wedge B \in \text{Comp} \wedge V \in N_{\text{ном}})$ . Але для того, щоб це рівняння було повним, мусимо визначити множину А, до якої належатимуть лише прикметники, які позначають стан людини після вживання алкоголю, тобто

$$A = \sum_{i=1}^x Z,$$

де  $x$  – змінною для даних мов величиною всіх  $Z$ , які, своєю чергою, описують стан людини після вживання алкогольних напоїв. Варто також звернути увагу на проблему віднайдення синтаксично-семантичних аналогів для В. З аналізу мовного матеріалу знаємо, що у різних мовах для окреслення А існують різні В, однак, як ми вже довели, В належать до випадкових множин, тому безглуздо творити рівняння, в яких бралися б до уваги дані множини, натомість доцільно ввести оператор зімкнення  $S$ . Цей оператор є чинником, який впливає на вчасне вживання компонентів В для даного словосполучення; він «діє як різновид відтворювальної мережі, яка отримала потрібні компоненти» [7, 112]. Відтак доходимо висновку, що

$$V \in \{B_1, B_2, \dots, B_x\} \Leftrightarrow V \in \{B_1, B_2, \dots, B_x\} \wedge S^{(1,2,\dots,x)}.$$

Доведемо далі, що множина В може розширюватися, приймаючи до свого складу інші компоненти, які окреслюватимуть компоненти з цієї ж множини. Як справедливо зазначає В. Височанський, «розширювання лексикального складу, а отже, й розбудова синтаксичної структури порівняння сприяє інтенсифікації риси та більшій конкретизації та деталізації картини» [8, 60]:

(укр.) *п'яний як свиня, як чін*;

(рос.) *пьяный как сапожник, как свинья*;

(пол.) *nawalony jak stodoła*;

(чес.) *nalitý jak motyka, jako rybník jak Messerschmitt*.

Ця структура може розширюватися, включаючи в себе (вживатимемо традиційний запис):

– прикметник ( $\text{Adj} \wedge \text{Comp} \wedge \text{Adj} \wedge \text{N}$ ):

(рос.) *пьяный, как турецкая сабля*;

(пол.) *nawalony jak poranny autobus*;

(чес.) *ožralý jak carský důstojník*;

– прийменник та іменник ( $\text{Adj} \wedge \text{Comp} \wedge \text{N} \wedge \text{Prep} \wedge \text{N}$ ):

(пол.) *nawalony jak autobus do Płońska, nawalony jak stodoła po żniwach*;

(чес.) *ožralý jak autobus ze Štúrova, ožralý jak Varšava po náletu*;

– прийменник, прикметник та іменник ( $\text{Adj} \wedge \text{Comp} \wedge \text{N} \wedge \text{Prep} \wedge \text{Adj} \wedge \text{N}$ ):

(пол.) *ścięty jak miś po sztucznym miodzie*;

– дієслово ( $\text{Adj} \wedge \text{Comp} \wedge \text{N} \wedge \text{V}$ ):

(чес.) *zlitý jak zákon káže*.

1.2. Прикметникові ФО зі структурою позначення міри та ступеня, де означувальним елементом є прийменники з іменниками, які поєднуються з головним компонентом за допомогою прилягання ( $\text{Adj} \wedge \text{Prep} \wedge \text{N}$ ) або ( $\text{Adj} \wedge \text{PP}$ ):

(укр.) *п'яний в дим, вдризг*;

(рос.) *пьяный в стельку, в доску*;

(пол.) *zalani w pestkę, w pałę*;

(чес.) *rozsekaný na kaši, zlitý na kary*.

Спостерігається розширення даної групи завдяки включенню до складу ФО числівника ( $\text{Adj} \wedge \text{Prep} \wedge \text{Num} \wedge \text{N}$ ):

(укр.) *п'яний у штири дупи*;

(пол.) *nawalony w trzy dupy*.

1.3. Прикметникові ФО, що позначають міру та ступінь, де означувальним елементом є прислівник, який поєднується з прикметником за допомогою прилягання ( $\text{Adv} \wedge \text{Adj}$ ):

(укр.) *украї наліганий, сповна напийтий*;

(рос.) *беспробудно пьяный, мертвецки пьяный*;

(пол.) *totalnie nawalony, lekko wstawiony*;

(чес.) *společensky unaven, decentně líznutý*.

2.1. Дієслівні ФО зі структурою порівняння, де порівняльним, компаративним елементом є: укр. *як*, рос. *как*, пол. *jak*, чес. *jak, jako*. Головним компонентом є дієслово, залежним – іменник, які поєднуються за допомогою прилягання

(V  $\wedge$  Comp  $\wedge$  N), де прийменник акомодує іменник у називному відмінку:

(укр.) *пити, як кравець, пити, як кінь*;  
(рос.) *хлестать, как лошадь, пить, как верблюд*;  
(пол.) *pić jak smok, pić jak gąbka*;  
(чес.) *pít jak duha, pít jako Dán*.

У слов'янських мовах дана група може розширюватися за допомогою зворотного займенника (V + /  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  Comp  $\wedge$  N):

(укр.) *напитися, як скотина*;  
(рос.) *напиться, как свинья*;  
(пол.) *schlać się jak bela, skuć się jak zwierz*;  
(чес.) *zřídít se jako prase*.

2.2. Дієслівні ФО, що позначають процес, де дієслово поєднується з іменником за допомогою безпосереднього зв'язку керування (V  $\wedge$  N). У цій групі розрізняються два типи ФО:

а) з прямим об'єктним керуванням:

(укр.) *залити сліпи, залити труби*;  
(рос.) *раздавить муху, совершат вливание*;  
(пол.) *zalać robaka, utoczyć pale*;  
(чес.) *bumbat slivku, kalit hory*.

Вони можуть розширюватися, включаючи в себе:

– прикметник (V  $\wedge$  Adj  $\wedge$  N):

(рос.) *задушит зеленого змия*;  
(чес.) *mít pěknhého draka*;

– іменник (V  $\wedge$  N  $\wedge$  N):

(рос.) *долбать стаканчик водки*;  
(пол.) *pić wóde wiadrami, zastosować wariant Jel-supa*;

– прикметник та іменник (V  $\wedge$  N  $\wedge$  Adj  $\wedge$  N):

(рос.) *свернуть шею зеленой ящерице*;

б) з непрямим об'єктним керуванням:

(рос.) *зашибить хмельным*.

Вони можуть розширюватися, включаючи до свого складу:

– іменник (V  $\wedge$  N  $\wedge$  N):

(рос.) *пить мертвой чашей*;

– зворотний займенник (V  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  N):

(укр.) *налятися бухлом*;  
(рос.) *напиваться пьяным*.

2.3. Інша група дієслівних фразеологізмів – це ФО зі структурою позначення міри та ступеня, у яких означувальними елементами є прийменник з іменником, поєднані з дієсловом за допомогою опосередкованого зв'язку керування (V  $\wedge$  Prep  $\wedge$  N):

(укр.) *прийняти на груди, пити до дна*;  
(рос.) *пить до безпамятства, пить до чертиков*;

(пол.) *dać w kregi, dać w palnik*;  
(чес.) *pít do němoty, pít na plech*.

Ця група може розширюватися, включаючи до свого складу:

– прикметник (V  $\wedge$  Prep  $\wedge$  Adj  $\wedge$  N):

(пол.) *pić na krzywy ry*;

– зворотний займенник (V + /  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  Prep  $\wedge$  N):

(укр.) *спитися на синьо, напиться до нестями*;  
(рос.) *напиться до белочки, ужраться в от-ключку*;

(пол.) *schlać się w butelkę, schlać się w trupa*;  
(чес.) *uchlastat se k smrti, opít se do bezvědomí*;

– зворотний займенник та прикметник

(V + /  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  Prep  $\wedge$  Adj  $\wedge$  N):

(рос.) *напиться до белых коников, нажраться до розовых слонов*;

(пол.) *upić się w drobny mak*;

– іменник (V  $\wedge$  N  $\wedge$  Prep  $\wedge$  N):

(рос.) *хлопать рюмку за рюмкой*;

– зворотний займенник та іменник (V + /  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  Prep  $\wedge$  N  $\wedge$  N):

(рос.) *напиться до потери сознания*;

– зворотний та означальний займенники (V + /  $\wedge$  Pron<sub>refl</sub>  $\wedge$  Pron  $\wedge$  Prep  $\wedge$  N):

(укр.) *накидатися по саму зюзу*.

Варто відокремити достатньо чисельну групу дієслівних ФО з дієсловом «бути»:

(укр.) *бути на баньці, під бухом*;

(рос.) *быть на уде, под балдой*;

(пол.) *być na bani, na cyku*;

(чес.) *byť na sakry, pod vlivem*.

2.4. Доволі мало дієслівних ФО, у яких дієслово поєднується з прийменником та прикметником (V  $\wedge$  Prep  $\wedge$  Adj): укр. *вдарити по соцькому*, рос. *пить по-черному*; з прийменником та числівником (V  $\wedge$  Prep  $\wedge$  Num): рос. *сообразить на троих*, пол. *iść na jednego*; з прийменником та вигуком (V  $\wedge$  Prep + Interject): рос. *напиться до ай-ай-ай*.

Зіставний структурно-граматичний аналіз ФО, пов'язаних із вживанням алкоголю, дають нам змогу зробити висновок про їхню значну схожість на досліджуваному рівні. Певна відмінність спостерігається у частоті вживання ФО зі структурно-граматичними організаціями порівняння, ступеня та міри. У російській мові конструкції з компаративними елементами трапляються рідше, ніж у решті мов, але в ній переважають структури, які вказують на ступінь вживання алкоголю.

1. Мокієнко В. М. Современная русская и славянская фразеология (синхрония и диахрония) / В. М. Мокієнко // Przegląd Rusycystyczny. – № 4 (124). – 2008. – С. 9–26.
2. Словник фразеологізмів української мови / [за ред. В. О. Винника]. – К. : Наук. думка, 2003. – 788 с.; Ставицька Л. Українська мова без табу : словник нецензурної лекси-

ки та її відповідників / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2008. – 454 с.; Ставицька Л. Український жаргон : словник / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 494 с.; Фразеологический словарь русского языка / [И. В. Федосов, А. Н. Лапицкий]. – М. : Юнвес, 2003. – 608 с.; Никитина Т. Г. Толковый словарь молодежного сленга / Т. Г. Никитина. – М. : Астрель, 2007. –

- 912 с.; Słownik frazeologiczny z Bralczykiem / [за ред. A. Kłosińska, E. Sobol, A. Stankiewicz]. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe PWN, 2008. – 590 с.; Tuwin J. Polski słownik pijacki / J. Tuwin. – Warszawa : Prószyński i S-ka, 2008. – 280 с.; Ouředník P. Šmirbuch jazyka českého : slovník nekonvenční češtiny / P. Ouředník. – Praha : Železný, 1992. – 451 с.
3. Lewicki A.M. Historia pola frazeologicznego „upijać się / upić się” w języku polskim / A. M. Lewicki // Studia z polskiej frazeologii. – Łask : Oficyna Wydawnicza LEKSEM, 2009. – С. 183.
  4. Іващенко В. Л. «Швець і кравець на один комірець» (розвиток лексичних значень) [Електронний ресурс] / В. Л. Іващенко // Культура мови. – Режим доступу: <http://www.kulturamovy.org.ua/KM/pdfs/Magazine50-11.pdf>.
  5. Głowiński M. Podręczny słownik terminów literackich / M. Głowiński, T. Kostkiewiczowa, A. Okopień-Sławińska, J. Sławiński. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe i Literackie, 2002. – 350 с.
  6. Čermák F. Frazeologie a idiomatika česká a obecná / F. Čermák. – Praha : Nakladatelství Karolinum, 2007. – 718 с.
  7. Müldner-Nieckowski P. Frazeologia poszerzona. Studium leksykograficzne / P. Müldner-Nieckowski. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza Volumen, 2007. – 310 с.
  8. Wysoczański W. Językowy obraz świata w porównaniach zleksykalizowanych na materiale wybranych języków / W. Wysoczański. – Wrocław : Wyd-wo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006. – 402 с.

S. Kozłowskyj

## PHRASEOLOGICAL UNITS, RELATED TO ALCOHOL USE, IN SLAVIC LANGUAGES

*The article deals with the main thematic groups of Slavic idioms related to alcohol use; their comparative structural and grammatical analysis is done in the article, which allows to make conclusions about the big deal of matches in the relevant typological FU.*

**Keywords:** phraseological units, Slavic languages, comparative analysis.

УДК 070.449.7:316.77(477)

Куранова С. І.

## ОБРАЗ ІДЕАЛЬНОГО ЧИТАЧА ТА КАТЕГОРІЇ АНАЛІЗУ ЗМІСТУ ТЕКСТУ (на матеріалі сучасних українських ЗМК)

*У статті досліджуються способи когнітивно-особистісного аналізу текстів засобів масової комунікації (ЗМК) для отримання даних про експліцитні показники вияву авторської позиції та типові способи переконання читачької аудиторії. Визначаються загальні змістові тенденції текстів ЗМК шляхом застосування категорій «оцінка», «позиція», «актуальність».*

**Ключові слова:** засоби масової комунікації, ідеальний читач, категорії аналізу змісту тексту, адресант, адресат.

Традиційно засоби масової комунікації (ЗМК) вважають «вікном у світ», але після детального аналізу ця думка вже не здається настільки очевидною, адже на висвітлення подій впливає дуже багато чинників, зокрема власна позиція автора, редакційна політика, соціальна ситуація, пріоритети аудиторії тощо [1, 396]. Сукупність цих чинників натомість формує і ставлення читача до ЗМК: читачеві «подобається» або «не подо-

бається» той чи той матеріал, а отже, і засіб інформування, тому читач «обирає» або «не обирає» відповідні ЗМК, наприклад, газету, інтернет-видання тощо. Щодо реалій, у яких нині перебуває українське суспільство, слухну думку висловлює Н. В. Костенко, зазначаючи, що українська публіка «добре відтренована сприйняттям медіа переважно як інструменту впливу домінуючої політичної еліти або діючої влади» [2, 18].