

УДК 81'373.613=124:070.41=161.2=163.42

СОЦІАЛІСТИЧНІ ГАСЛА У ХОРВАТСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ПЕРІОДИЦІ

Наталія Хороз

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
кафедра слов'янської філології імені Ларіона Свенціцького,
вул. Університетська, 1/324, Львів, Україна, 79001,
тел.: (0 322) 239 47 70, e-mail: nataliya_khoroz@lnu.edu.ua*

Розкрито особливості вживання гасел соціалістичного періоду у заголовках статей сучасних хорватських та українських періодичних видань. До уваги взято найуживаніші в публіцистиці обох країн одиниці. Розглянуто способи авторського перетворення гасел та вплив таких перетворень на їх сигніфікативно-денотативне і конотативне значення. Зіставлені та проаналізовані особливості журналістського використання гасел соціалістичного походження у хорватській та українській пресі. З'ясовані також функції публіцистичних заголовків, у яких вжито такі типи ептонімів.

Ключові слова: ептонім, гасло, оказіональні перетворення / трансформації, стилістично-прагматичний ефект, заголовок.

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vpl.2018.69.9303>

Намагання журналістів вплинути на думку та ставлення аудиторії до певних явищ чи подій України та світу спонукає їх до пошуку найбільш сугестивних інструментів для досягнення цієї мети. Одним із потужних інструментів впливу є вдало й доречно підібрані мовні засоби, зокрема фразеологізми, які становлять багатий лексичний фонд кожної мови. До фразеологізмів залічуємо власне фразеологізми (ідіоми), прислів'я та приказки, фразеологічні одиниці (ФО) термінологічного та номенклатурного характеру, ептоніми (за термінологією Л. Дядечко [2]) різного ступеня семантичної злютованості, пісенні рядки, назви популярних художніх творів тощо, яким властива надслівність, відтворюваність у готовому вигляді та поширеність у мовленні.

Якась частина ФО іманентно наділена конотаціями, інша – традиційно стилістично немаркована. Є й такі фразеологізми, які набувають певного емоційно-експресивного забарвлення лише згодом. До них відносимо ідеологічно наповнені ФО, які беруть свій початок у соціалістичному минулому. Саме їх обрано **об'єктом** нашого дослідження, зокрема гасла-ептоніми, які використано у сучасній періодиці Хорватії та України, для називання статей. Важливо зауважити, що в постсоціалістичній публіцистиці обох країн вони рідко вживаються у своїй нормативній формі. Значно частіше зазнають оказіональних структурних та, як наслідок, семантичних (сигніфікативно-денотативних) перетворень (змін, видозмін, трансформацій), які впливають і на їх стилістико-прагматичне звучання у контексті. Тобто набуті в новітній час

негативні конотації (адже аналізовані гасла є відгомонами колишніх тоталітарних часів та сумнозвісних реалій соціалістичної доби й асоціюються в людей з негативними явищами того періоду) в заданих умовах трансформуються, причому кожного разу по-іншому, залежно від світосприйняття адресанта мовлення, його індивідуальних психічних та інтелектуальних характеристик, знань, журналістського хисту, поставлених перед собою завдань тощо.

Отже, мета статті полягає у вивченні способів оказіональних перетворень, завдяки яким соціалістичні гасла-заголовки набувають іншого конотативного забарвлення, визначенні функцій заголовків, у яких використано такі ФО, та інтенцій адресантів, які вдалися до трансформацій, а також семантичних особливостей гасел-заголовків. Джерелом використаного у праці матеріалу були друковані періодичні видання та інформаційні інтернет-сторінки. До уваги взято статті на різну тематику.

Важко не погодитися із дослідницею Х. Дацишин, яка зазначає, що “застарілі з історичного погляду ептоніми-радянськи унаслідок використання, а часто навіть надмірної експлуатації у ЗМІ, залишаються серед активного фразеологічного комплексу. Идеологеми радянського періоду продовжують функціонувати у первинному чи трансформованому варіанті, штучно нав’язують “радянську” ідентифікацію, залишаючи читачів у мовно-культурному полі “пострадянського простору” [1: 202].

Чимало українських науковців (Х. Дацишин [1], Ж. Колоїз [5], О. Кулініч [6], О. Калякіна [3], О. Логвиненко [7] тощо) присвятили свої розвідки проблемі використання фразеологізмів у назвах текстів періодики, зокрема іноземної. Хорватські ж фразеологи питання використання фразеологізмів у публіцистичних заголовках лише починають порушувати, зокрема Й. Парізовська [13], Б. Ковачевич [12] та інші дослідили окремі випадки фразеологічних перетворень у газетних заголовках, беручи до уваги лише фразеологізми ідіоматичного характеру. Проблему оказіонального використання фразеологізмів-ептонімів у публіцистиці, зокрема заголовках, хорватські фразеологи майже не порушували. Крім того, не вивчалось питання зіставного аналізу трансформованих ФО-ептонімів. У своєму дисертаційному дослідженні ми детально вивчили особливості функціонування хорватських ФО (різного ступеня семантичного зв’язку та походження) у публіцистичних текстах на суспільно-політичну тематику [9]. Однак ептонімам-гаслам соціалістичних часів у ньому особливої уваги присвячено не було.

Заголовки, крім функції впливу (ще її називають прагматичною, стилістичною) традиційно виконують ще й номінативну та інформативну (комунікативну) функції. Однак у заголовках, до яких залучено фразеологізми, згадані функції реалізуються неоднаковою мірою: називаючи текст, фразеологізми часом лише сигналізують, про що йшлося у статті, та оцінюють екстралінгвальну ситуацію, описану в ній, посилюючи цим стилістичне і прагматичне наповнення контексту, куди поміщено видозмінену ФО, і впливаючи на свідомість об’єкта мовлення, спонукаючи його до прочитання статті.

Найуживанішими гаслами соціалістичної доби, які в хорватській періодиці використано для називання статей у трансформованій формі, є *proleteri svih zemalja*, *uje-*

dinite se! (зафіксовано 21 таку ФО, з них у роботі використано 16 ФО) та *bratstvo i jedinstvo* (зафіксовано 7 таких ФО, з них у роботі використано 5 ФО).

В українській періодиці спектр залучених до назв статей соціалістичних гасел трохи ширший та дещо відмінний. Крім зазначеного вище українського аналога ептоніма *proleteri svih zemalja, ujedinite se!* (*пролетарі всіх країн, єднайтеся!*) (зафіксовано 17 таких ФО, з них у роботі використано 14 ФО), у заголовках української преси використані й інші гасла соціалістичної часу, наприклад: *молодим усюди в нас дорога, а старим усюди в нас шана* (зафіксовано 7 таких ФО, з них у роботі використано 6 ФО); *вся влада радам* (зафіксовано 4 таких ФО, з них у роботі використано 4 ФО); *від кожного за здібностями, кожному – за працею* (зафіксовано 2 таких ФО, з них у роботі використано 2 ФО); *мир, праця, травень* (зафіксовано 2 таких ФО, з них у роботі використано 2 ФО). Деякі з наведених гасел звичніше звучать російською мовою, ніж українською, адже функціонували у мовно-культурному полі головно у мові оригіналу.

Усі девізи, крім *proleteri svih zemalja, ujedinite se!* (*пролетарі всіх країн, єднайтеся!*), радянського походження, а тому нехарактерні для хорватського мовно-культурного простору, на якому створювалися свої ідеологічні заклики, хоч і менш численні. Як, наприклад аналізоване нижче гасло *bratstvo i jedinstvo*, невідоме для українців.

Отже, для детального аналізу обрано такі хорватські ептоніми: *proleteri svih zemalja, ujedinite se!*; *bratstvo i jedinstvo*, та українські ептоніми *пролетарі всіх країн, єднайтеся!*; *від кожного за здібностями, кожному – за працею*; *вся влада радам*; *молодим усюди в нас дорога, а старим усюди в нас шана*; *мир, праця, травень*.

Усі перелічені гасла є сумою значень їх складових елементів, відповідно, трансформація складу чи форми без трансформації значення таких ФО неможлива, на відміну від ФО із переносним значенням.

Найуживанішим, як уже зазначалося, фразеологізмом на шпальтах хорватської та української преси є гасло *proleteri svih zemalja, ujedinite se!* / *пролетарі всіх країн, єднайтеся!*, вжите зазвичай у трансформованому вигляді. У “Крилатих висловах в українській літературній мові” запропоновано таку його історію: “Заключне речення “Маніфесту Комуністичної партії” (1848) К. Маркса і Ф. Енгельса. Цей заклик став девізом міжнародного робітничого руху” [4: 233]. У С. Шулежкової знайдено таке його значення: “Гасло міжнародного робітничого руху, яке закликає до згуртування робітників найманої праці у боротьбі за свої права” [10: 581]. Завдяки своєму походженню та популярності у соціалістичні часи, тепер у багатьох, хто пам’ятає ці часи, воно викликає негативні асоціації.

Зараз аналізований ептонім уживається загалом як заклик до об’єднання представників однієї соціальної групи, людей за певними інтересами (культурними, суспільними, політичними) тощо у видозміненій формі. ФО має притаманну гаслам спонукальну інтонаційну будову, яку журналісти також використовують зі стилістичною метою.

Мінімальні перетворення спостерігаються при заміні одного компонента крилатого вислову іншим – контекстуально зумовленим. Зазвичай замінюється компонент *proleteri / пролетарі*. Наведемо приклади: у ФО-заголовку “*Ateisti svih zemalja, ujedinite se!*” / *Lutarnji list*, 24.01.2009/ (буквально – Атеїсти всіх країн, єднайтеся!) вказаний

компонент замінено ситуативним *ateisti*, адже у статті йдеться про те, що релігійність тепер у моді, відповідно кількість атеїстів зменшується і їм варто триматися купи; у публікації із назвою “*Vlahušići svih zemalja, ujedinite se!*” /Slobodna Dalmacija, 04.06.2015/ (буквально – Влахушичі всіх країн, єднайтеся!) висміюються популярські обіцянки мера Дубровника А. Влахушича скасувати для містян податки та сплату комунальних послуг; okazionalna ФО “*Investitori svih zemalja, ujedinite se!*” /Novi list, 24.04.2014/ (буквально – Інвестори всіх країн, єднайтеся!) називає статтю, в якій йдеться про намагання хорватського уряду заохотити інвесторів вкладати кошти в господарство Хорватії; про хорватських топ-моделей, які створили організацію для допомоги та підтримки представників того ж професійного цеху, йдеться у статті “*Manekenke svih zemalja, ujedinite se!*” /Globus, 14.08.2009/ (буквально – Топ-моделі всіх країн, єднайтеся!). Аналогічні трансформації цього гасла виявлені і в українських ЗМІ: у статті “*Освіт'яни всіх країн, єднаймося!*” / Молодь України, 23.10.2008 / повідомляється про щорічні семінари для міжнародних освітянських делегацій (тут спостерігаються й морфологічні видозміни дієслівного компонента); про конференцію уповноважених із прав людини для країн СНД повідомляється у публікації під назвою “*Омбудсмени всіх країн, єднайтеся!*” / Закон і бізнес, 17.11.2012/; ще один приклад: “*Мавроді всіх країн, об'єднуйтеся! Засновника піраміди “наобвинувачували” на 150 років*” / Закон і бізнес, 14.03.2009/; у всесвітній день захисту споживачів автор у статті закликає їх об'єднуватися для захисту своїх прав: “*Споживачі всіх країн, єднайтеся!*” /vsesvit-news.info, 15.03.2018/; іронічну оцінку описуваних подій містить заголовок “*Божевільні всіх країн, єднайтеся: навіщо у Путіна збирають з'їзд сепаратистів*” /apostrophe.ua, 27.07.2016/. Як видно із прикладів, традиційний заклик до об'єднання у всіх наведених випадках уживання і трансформації епоніма збережено, змінено лише суб'єктів дії. Однак цей заклик містить схвальну (тобто набуває позитивних конотацій) або критичну (іронічну) оцінку подій, яких стосується. Всі ФО реалізують суму значень традиційних компонентів та субститутів.

Подекуди субституція компонента, який в узуальній та okazionalній ФО називає суб'єкта дії, ускладнена додаванням адвербіального елемента, що конкретизує певні обставини, названі ситуативним гаслом. Наприклад, у статті з назвою “*Radnici svih zemalja ujedinite se protiv Deutschelekom!*” /dnevno.hr, 30.09.2011/ (буквально – Працівники всіх країн, об'єднайтеся проти “Deutsche Telekom”!) розповідається про те, що представники профспілок різних країн на зустрічі з власником “Deutsche Telekom” виступили проти урізання зарплат та звільнень працівників. В українській статті під заголовком “*Марксистів всіх країн, єднайтеся у Лондоні!*” /День, 05.07.2003 повідомляється про проведення Тижня марксизму у Великій Британії. В іншому українському заголовку додавання обставини супроводжується ще й прийомом парцеляції, який автор застосував зі стилістичною метою (надати інтриги заголовкові): “*Українці всіх країн, єднайтеся!.. Під патронатом президента України*” /Дзеркало тижня, 22.08.2001/. У статті йдеться про проведення Всесвітнього форуму українців під керівництвом тодішнього президента Л. Кучми.

Частотними є також випадки субституції двох компонентів узуального гасла: субстантивного, який називає суб'єкта дії, та процесуального, який називає саму дію. Отже, okazionalні суб'єкти спонукаються до іншої дії. Наприклад, стаття із

заголовком “*Moćnici svih zemalja, prizemljite se!*” /Novi list, 09.11.2005/ (буквально – Можновладці всіх країн, спустіться на землю!) містить критику сучасного так званого “неліберального капіталізму”, тобто нелегального збагачення можновладців на шкоду незабезпеченій частині населення. Ще один приклад: у публікації із назвою “*Alkemičari svih zemalja, transfigurirajte (se)!*” /Zarez, 12.04.2013/ (буквально – Алхіміки всіх країн, трансфігуруйтеся!) міститься відгук на книгу Ж. Берж’є та Л. Повеля “Ранок магів”; дотепний заголовок “*Papučari svih zemalja, javite se: Lijepa i opasna Ronda je slobodna!*” /net.hr, 10.08.2015/ (буквально – Підкаблучники всіх країн, відгукніться: Красива і небезпечна Ронда вільна!) називає статтю про відому спортсменку Ронду Роузі, що шукає нового хлопця, яким, як стверджує її колишній хлопець, повинен бути підкаблучник. Матеріал під заголовком “*Uhljebi svih zemalja, pokrijte se ušima: za ovog čovjeka nitko ne zna gdje ni što radi, a Općina će ga zato bogato nagraditi!*” /Slobodna Dalmacija, 11.04.2018/ (буквально – Роботодавці всіх країн, затуліть вуха: ніхто не знає, де і що той чоловік робить, а муніципалітет його за це ще й щедро винагородить) стисло іронічно характеризує ситуацію, коли чиновник отримує досить велику зарплатню, не з’являючись на робочому місці. Заклик до футболістів вболівальників всього світу містить заголовок “*Navijači svih zemalja, ne tucite se već se družite!*” /Večernji list, 25.11.2016/ (буквально – Вболівальники всіх країн, не бийтеся, а товаришуйте!).

Наведемо кілька українських аналогічних прикладів видозмін: у повідомленні під назвою “*Зернотрейдери всіх країн, збирайтеся!*” /Аграрний тиждень. Україна, 11.05.2007/ мовиться про міжнародну конференцію “Зерновий форум-2007”; жартівливе гасло, під яким у Києві завершився чемпіонат України зі швидкісного поїдання національної страви, спостерігаємо в наступному прикладі: “*Вареники всіх країн, злипайтеся!*” /Хрещатик, 22.08.2006/. Ситуативні гасла, як і їх нормативний вихідний варіант, реалізують лексичні значення складових, але уже не є виразниками тієї ідеї, яка закладена в нормативному гаслі, не об’єднані узагальненим значенням, хоча й зберігають традиційну інтонаційну будову (заклик), і дотепно лаконічно характеризують описувані події.

Ще одним прийомом трансформації вказаного гасла, який комбінується із субституцією іменного компонента, є умовчання (апосіопеза), унаслідок якого колишнє гасло втрачає всі притаманні йому інтонаційно-сміслові елементи. Наприклад, у статті із назвою “*Licemjeri svih zemalja...*” /Slobodna Dalmacija, 10.06.2004/ (буквально – Лицеміри всіх країн...) розповідається про те, як деякі європейські президенти та можновладці, виступаючи проти політики Дж. Буша щодо бомбардувань Іраку, насправді приховують своє зацікавлення в американській інтервенції в Іраку заради покращення економічного становища власних нафтових компаній. Саме їх автор уособив в оказіональному компоненті *licemjeri*. У публікації із заголовком “*Manekeni svih zemalja...*” /Feral Tribune, 17.08.2002/ (буквально – Топ-моделі всіх країн...) йдеться про тонкощі та труднощі роботи топ-моделей. До власників банків світу апелює автор у назві статті “*Bankari svih zemalja...*” /Glas Koncila, 13.11.2016/ (буквально – Банкіри всіх країн...). Наступний заголовок “*Mrvoje Prnjak: Amateri svih zemalja...*” /Slobodna Dalmacija, 26.12.2015/ (буквально – Аматори всіх країн...) називає публіцистичний матеріал про повернення реаліті-шоу на хорватські телеканали.

Український аналогічний випадок трансформації маємо у заголовку статті “*Кретини всіх країн...*” /Поступ, 24.06.2003/, в якій йдеться про те, що у всіх країнах світу при владі багато дурнів та кретинів. Наведені трансформовані гасла втратили властиву їм інтонаційну будову, а застосований стилістичний прийом апосіопези пропонує читачеві самому довершити думку.

Трапляються також випадки алюзивного використання цього соціалістичного гасла: ФО-ептонім “*Ujedinjeni hrvatski kleptokrati*” /Novi list, 9.11.2004/ (буквально – Об’єднані хорватські клептократи) іронічно називає статтю, яка містить критику кумівства та корупції, поширених серед хорватських державних діячів. В українській публікації із критичною назвою “*Капіталісти всіх фракцій*” /Гиждень, 20.06.2008/ йдеться про новий трудовий кодекс, який узаконить посилення експлуатації найманих працівників. У наведених прикладах на узуальне гасло *proleterii svih zemalja, ujedinite se!* / *пролетарі всіх країн, єднайтеся!* натякає лише один збережений компонент, причому й узвичаєна структура (оказіональні одиниці функціонують у формі субстантивних словосполучень) та інтонаційна будова порушені. Попри суттєві трансформації, ФО все ж виконують свою номінативну та експресивно-оцінну функції в контексті. Інформативна ж функція реалізується частково, лише натякаючи на тему публіцистичного матеріалу.

Унаслідок синтаксичних видозмін ФО, в наступних прикладах маємо не заклик, а констатацію факту. До того ж, ці зміни поєднано із компонентними перетвореннями. Наприклад, у публікації “*Bravo, proleterii svih zemalja EU, ujediniti ste se!*” /Globus, 5.10.2010/ (буквально – Браво, пролетарі всіх країн-членів ЄС, ви об’єдналися) журналістка описує події, свідком яких була у Брюсселі: сто тисяч робітників із 15 країн ЄС протестували проти того, аби тягар світової кризи було перекладено на плечі простого люду. Схожий приклад зафіксовано і в українській періодиці: заголовок “*Культурні крадіжки: Бібліотекарі всіх країн об’єднуються у протидію*” /5.ua, 26.07.2015/ називає матеріал про те, що найкращі фахівці-бібліотекознавці всього світу об’єднуються для боротьби із крадіжками у бібліотеках. Здійснені лексичні та синтаксичні видозміни вплинули також і на конотації гасла. У хорватському прикладі міститься експліцитна позитивна оцінка події, про яку авторка пише, в українському – імпліцитна.

Лише в українських публіцистичних джерелах ми натрапили на випадок заміни окличної будови запитальною: “*Ліви всіх країн, єднайтеся?*” /Поступ, 16.07.2003/. Така трансформація поєднана із заміною компонента *пролетарі* ситуативним елементом *ліви*. Замість традиційного спонування до об’єднання автор статті ніби несміливо на нього сподівається, що теж стилістично увиразнює контекст.

Отже, аналізоване гасло, як показали приклади, зазнає різноманітних структурних та синтаксичних змін, які своєю чергою, впливають і на його семантику, зачіпаючи сигніфікативно-денотативний (повністю або частково його руйнуючи) та конотативний (посилуючи експресивні та оцінно-емоційні семи завдяки структурним перетворенням, надаючи невластивих на сучасному етапі функціонування гасла сем) аспекти. Наведені вище заголовки важко назвати інформативними. Вони радше сигналізують про тему матеріалу, який називають, містячи певні ключові слова, за якими можна лише здогадуватися про розкриті у статті події, факти, явища тощо.

Наступним за частотністю вживання є гасло югославського походження *bratstvo i jedinstvo*. Нагадаємо, що в українському мовно-культурному полі такого гасла не було. Хорватська Вікіпедія подає наступне його значення та походження: “*Bratstvo i jedinstvo* (братерство і єдність) – бойове гасло Комуністичної партії Югославії, яке виникло протягом національно-визвольної боротьби (1941–1945). Протягом війни політика братерства і єдності виконувала функцію об’єднання народів Югославії проти фашистського окупанта, який нав’язував політику “розділяй та володарюй”. У період існування Соціалістичної Федеративної Республіки Югославія “братерство і єдність” стало офіційною політикою”. В. Анич у “Словнику хорватської мови” із поміткою “політичне, ідеологічне” пропонує таку дефініцію: “*Bratstvo i jedinstvo* – гасло про національні відносини Соціалістичної Федеративної Республіки Югославія (Демократичної Федеративної Югославії) під час Другої світової війни і до кінця існування держави” [11: 82].

Аналіз виявлених випадків використання цього епоніма у хорватській періодиці показав, що до нього найчастіше застосовують прийом поширення (експлікації) компонентного складу різних типів. Експлікацію однорідними членами речення маємо у наступному прикладі: “*Bratstvo, jedinstvo i malo brutalnih uvreda: Kad se narodi bivše Juge nađu, izvrijedaju i poslije odu na pivo*” /index.hr, 17.08.2015/ (буквально – Братерство, єдність і трохи образ: Коли народи колишньої Югославії зустрічаються, ображають один одного, а тоді ідуть на пиво); ситуативну ад’єктивну експлікацію компонента *bratstvo* спостерігаємо у заголовку до статті “*Vaterpolsko bratstvo i jedinstvo*” /index.hr, 05.09.2014/ (буквально – Ватерполістське братерство і єдність), яка повідомляє про те, що до адріатичної ліги ватерполістів приєднуються і сербські команди. Трапляються й випадки адвербіального поширення гасла: у матеріалі із назвою “*Bratstvo i jedinstvo u Kraljevu*” /Jutarnji list, 07.03.2015/ (буквально – Братерство і єдність у Кралеві) йдеться про чесні змагання з тенісу між сербською та хорватською командами, які відбулися у сербському місті Кралєво.

Інколи спостерігається застосування до аналізованої ФО паронімічної атракції: про міжнародну мультикультурну співпрацю у проєкті “Шахти культури” мовиться у статті під заголовком “*Rudarstvo i jedinstvo*” /kulturpunkt.hr, 14.11.2015/ (буквально – Шахтарство і єдність). У наступному прикладі маємо поєднання прийому поширення та паронімічної атракції: публікація із назвою “*Dolje ratstvo i jedinstvo!*” /Novi list, 20.11.2013/ (буквально – Геть ворожнечу і єдність!) містить критику воєн. Як бачимо із прикладів, спонукальна інтонаційна будова збережена лише в останньому випадку вживання девізу, причому його контаміновано з іншим соціалістичним гаслом *dolje kapitalističko ropstvo!* Прийом паронімічної атракції – дуже дієвий засіб досягнення стилістичного ефекту, оскільки ґрунтується на дотепній та влучній грі слів, у цьому випадку – заміненого узуального компонента ФО і вдало підібраного ситуативного, дотичного до проблематики статті. Її застосування до соціалістичних гасел зафіксовано лише у хорватських публіцистичних джерелах.

Лише у двох заголовках це соціалістичне гасло виявляє глузливе ставлення автора статті до повідомлюваного. В інших – позитивно характеризує явища та події з різних галузей життя хорватської і світової спільноти. В усіх випадках структурні перетворення впливають і на семантику ФО, яка реалізується через сукупність оканональних і узуальних значень нового заголовка.

В українських публіцистичних джерелах ми натрапили на випадки використання соціалістичного гасла *молодим усюди в нас дорога, а старим усюди в нас шана*, яке за походженням є заключними рядками першої строфи “Пісні про Батьківщину” І. Дунаєвського та вірша В. Лебедева-Кумача з кінофільму Г. Александра “Цирк” [10: 405]. Усі виявлені його видозміни пов’язані з еліптуванням другої частини, наприклад, заголовок “*Молодим усюди в нас дорога. Президент України Віктор Ющенко підписав указ, яким оголосив 2009 рік – Роком молоді*” / Україна молода, 05.07.2008/ містить схвальну оцінку дій тодішнього президента В. Ющенка. Однак здебільшого еліпсис ускладнюється й іншими структурними та семантичними перетвореннями. Наступний заголовок негативно оцінює події в країні: “*Молодим не всюди в нас дорога. Менше третини випускників вишів одразу знаходять роботу за фахом*” /www.mukachevo.net, 23.09.2010/. Із додаванням заперечної частки *не* ФО набула протилежного до нормативного значення, її суть роз’яснює наступна частина заголовка. Іронічну оцінку містить заголовок “*Молодим при всіх у нас... дорога*” /Дзеркало тижня, 27.05.2006/. Оказіональний приєдник *при* замість прислівника *усюди* видозмінює семантику ФО наступним чином: узуальне значення “молодь має необмежені можливості в нашій державі” автор трансформував у зміст, який читач дізнається, ознайомившись із текстом статті: “за будь-якої влади в нашій країні молодь має лише один вихід – виїзд за кордон”. До того ж, тут використано і риторичну фігуру парцеляції для загострення читацької уваги. Прийом фразеологічної алюзії (компоненти ФО довільно розташовані у кількох реченнях контексту) спостерігається в наступному прикладі: “...*Усюди в нас – дорога. Чи легко вважатися молодим – в українському кіно*” /Дзеркало тижня, 02.03.2007/. Компонент *молодим* вжито лише згодом – у наступному реченні, що надає ФО загалом більшого прагматичного ефекту. Зміна інтонаційної будови та компонентна редуція зафіксовані в заголовку “*Молодим у нас дорога... куди?*” /День, 15.03.2013/. Автор ставить риторичне запитання, суть якого пояснює у статті: молодь не може реалізувати себе в амбітних проєктах через старі кадри, які міцно вкоренилися в українській політиці.

Знайдено один випадок заміни субстантивного компонента *молодим*, причому доволі несподіваним елементом: у статті із назвою “*Індикам усюди в нас дорога*” /trk.dp.ua, 27.03.2017/ компонент, який у нормативному фразеологізмі позначає осіб молодого віку, замінено назвою свійського птаха. У публікації йдеться про те, що, на думку експертів сільськогосподарської галузі, в Україні можна добре заробляти на індичатині. Така несподівана заміна сприяє більшій експресії заголовка.

Отож, проаналізовані випадки okazіонального використання гасла *молодим усюди в нас дорога, а старим усюди в нас шана* засвідчили, що його головню уживають для негативної характеристики явищ чи подій країни. Тоді він іронічно чи навіть саркастично оцінює ситуацію, яку позначає. Трапляються і поодинокі приклади схвальної оцінки названої гаслом ситуації. Такі трансформаційні прийоми, супроводжувані структурно-синтаксичними перетвореннями, збільшують емоційно-оцінні та експресивні семи ФО і прагматичний потенціал контексту загалом.

Виявлено й стилістичне використання політичного гасла більшовицької партії в період підготовки та проведення Жовтневої соціалістичної революції *вся влада радам* [8: 837]. Ми натрапили лише на екстралінгвально зумовлені випадки заміни

компонента *радам*. Наприклад, у наведених нижче заголовках автори позитивно оцінюють факти: “*Вся влада – Нацбанку! Правління НБУ може отримати більше повноважень, але і нагляд за ним посилиться*” /Закон і бізнес, 20.12.2008/, “*Вся влада – облрадам: розроблена концепція реформи місцевого самоврядування*” /bukinfo. Com.ua, 01.04.2014/. Несхвальною є оцінка ситуації, описаної у матеріалі з назвою “*Всю владу – президентові!*” / Закон і бізнес, 10.12.2016/. У публікації йдеться про проект нової конституції Туреччини, який передбачає різке посилення повноважень президента і який необхідно затвердити на референдумі. Риторичне запитання замість традиційного заклик спостерігається у назві “*Уся влада – “регіонам”? У ВР VII скликання ПР зможе згуртувати навколо себе конституційну більшість і без БЮТ*” /Закон і бізнес, 27.06.2009/. Заголовки, в який вжито трансформовану ФО *вся влада радам*, називають різних носіїв практично необмеженої влади і повноважень, залежно від конкретних позамовних умов і завдань адресантів мовлення. Причому в одних випадках (першому і другому) надання такої влади вітається, а в іншому (третьому) – вважається вагомою загрозою. У першому та третьому унаочнених прикладах використання гасла okazіональний зміст має характер заклик, в другому – характер констатації, у четвертому – припущення. Здійснені зміни створюють стилістично-прагматичний ефект повідомлення та загострюють читацьку увагу, що і є метою авторів статей. Вважаємо, що проаналізовані вище гасла, утворені з нормативної ФО *вся влада радам*, реалізують інформативну функцію заголовків найповніше, на відміну від усіх інших аналізованих у статті okazіональних гасел.

Ще одним девізом, однак псевдосоціалістичним, на який ми натрапили на сторінках української преси, є гасло *від кожного за здібностями, кожному – за працею*. Вислів приписано Й. Сталіну, однак його автором є С. Базар. Цитата запозичена з його твору “Виклад ученя Сен-Сімона” (1829) [10: 516]. Редукція другої частини гасла спостерігається у прикладі “*Від кожного – за здібностями. Спір між ВС та вищими спецсудами щодо судового збору може вирішити лише законодавець*” / Закон і бізнес, 19.01.2013/. Інверсію та субституцію узуального компонента *здібностями* контекстуально зумовленим рахунком зафіксовано у заголовку “*Кожному – за потребою¹, від кожного – за рахунком*” /Дзеркало тижня, 3.02.2007/. Текст статті розкриває авторський задум: пояснюється цінова політика держави щодо постачання газу громадянам. По суті, унаочнені заголовки-ФО влучно називають матеріал, не містячи ні інформації про нього, ні очевидної оцінки.

Зафіксовано також два випадки використання гасла *мир, праця, травень*, приуроченого до Міжнародного дня праці, який святкується 1–2 травня. Наприклад, стаття під назвою “*Мир, праця, ЄВРО*” /Контракти, 27.10.2008/ розповідає про українських заробітчан по всьому світу та їхній внесок у вітчизняну економіку; про судові вирішення суперечок між колегами-співробітниками йдеться у матеріалі з назвою “*Мир. Труд. Арбітраж. Спори в колективах вирішать авторитети*” /Закон і бізнес, 15.11.2008/. Як засвідчив матеріал, до гасла *мир, праця, травень* застосовано

¹ Нормативний девіз, зафіксований у словниках, звучить так: *від кожного за здібностями, кожному – за працею*, однак поширеним є і його варіант *від кожного за здібностями, кожному – за потребою*. Тому обидва варіанти вважаємо узуальними.

лише прийомом субституції компонентного складу. Субститути натякають на тему, проблематику статті, в заголовку до якої їх вжито, і сприяють увиразненню контексту.

Отже, соціалістичні гасла – доволі поширене явище на сторінках хорватської (зафіксовано 28 девізів, з яких у роботі використано 21) та української (зафіксовано 32 девізи, з яких у роботі використано 28) сучасної періодики. Однак в українській пресі перелік використаних девізів більший (проаналізовано випадки okazіонального використання п'яти девізів), ніж у хорватській (проаналізовано випадки okazіонального використання двох девізів).

Усі гасла, досліджені у статті, мають синтезоване значення, утворене зі значень кожного з їх структурних – нормативних та ситуативних – компонентів.

Форми заклику, характерні для нормативних ептонімів-гасел соціалістичного періоду, у контекстуальних гаслах можуть зберігатися, змінюватися запитальними формами (зафіксовано лише в українській пресі) або ж розповідними. Причому гасла можуть спонукати до дій, передбачених узусом, або ж до дій, зумовлених поза-мовною ситуацією. Досить часто негативні узуальні конотації соціалістичних девізів, набуті в останні десятиліття, замінюються контекстуальними позитивними.

Цікаво, що іноді заклик, зазвичай скерований до людей, в авторській обробці стосується гастрономічних елементів або представників фауни (такі трансформації зафіксовані лише в українських ЗМІ).

Для періодики обох країн характерним є застосування до аналізованих ФО прийомів субституції, алюзії, еліпсису та поширення. Структурні та синтаксичні видозміни ФО часто поєднано з використанням риторичних (стилістичних) фігур, які сприяють збільшенню експресивно-виражального потенціалу ФО та стилістично-прагматичного ефекту контексту загалом. Подекуди автори статей надають своїм заголовкам гумористичного, іронічного чи навіть саркастичного звучання, що додатково привертає увагу читачів, інтригує та спонукає їх до прочитання статті. Таким чином адресанти мовлення впливають на думку та ставлення адресатів мовлення до подій, осіб тощо, пропонуючи своє бачення ситуації та формуючи потрібну їм думку і ставлення. У таких заголовках головною функцією, крім номінативної, є прагматична. Інформативна функція в більшості випадків практично не реалізується.

Список використаної літератури

1. *Дацишин Х.* Фразеологізми в заголовках друкованих видань : проблема мовно-культурної ідентифікації / Х. Дацишин // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 200–204.
2. *Дядечко Л. П.* Крилаті слова в російській мові : системно-функціональний та лексикографічний аспекти : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут філології. – Київ, 2003. – 36 с.
3. *Калякіна О.* Контамінація фразеологізмів як засіб підвищення експресивності публіцистичного заголовка / О. Калякіна // Семантика мови і тексту : Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції. – Івано-Франківськ : ВДВ ЦІТ, 2006. – С. 338–339.
4. *Коваль А. П.* Крилаті вислови в українській літературній мові (афоризми, літературні цитати, образні вислови) / А. П. Коваль, В. В. Коптілов. – Київ : Вища школа, 1975. – 2-ге перероб. і доп. вид. – 336 с.

5. Колоїз Ж. Усталені вислови у функції заголовка (на матеріалі публіцистики С. Єфремова) / Ж. В. Колоїз // Українська мова : питання системи і функціонування. – Кривий Ріг : КрДПІ, 1995. – С. 27–31.
6. Кулініч О. Засоби увиразнення заголовків у сучасних друкованих ЗМІ / О. Кулініч // Стиль і текст. – 2009. – Вип. 10. – С. 109–115.
7. Логвиненко О. Трансформація фразеологізмів у газетних заголовках як стилістично-експресивний засіб впливу на читача [Електронний ресурс] : Освіта регіону. – 2011. – С. 399–403. – <http://social-science.com.ua/article/679>.
8. Советская историческая энциклопедия / под ред. Е. М. Жукова. – Москва : Советская энциклопедия. – Москва : Советская энциклопедия, 1976. – Т. 3. – 976 с.
9. Хороз Н.С. Трансформації фразеологізмів у текстах сучасних хорватських газет : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.03 / Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України. – Київ, 2008. – 18 с.
10. Шулежкова С.Г. “И жизнь, и слезы, и любовь...” Происхождение, значение, судьба. 1500 крылатых слов и выражений русского языка. – Москва : Наука, 2011. – 848 с.
11. Аниć В. Rječnik hrvatskoga jezika. – Zagreb : Novi liber, 1994. – 2. dop. izd. – 1264 s.
12. Ковачевић В. Frazeološke modifikacije u novinskim naslovima / Barbara Kovačević // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. – Серія : Філологія. Соціальні комунікації. – 2012. – Т. 25 (64). – № 2 (1). – С. 141–145.
13. Parizoska J. Pragmatički aspekti modifikacija frazema u novinskim naslovima / Jelena Parizoska // Slavenska frazeologija i pragmatika, 2007. – S. 173–177.

References

1. Datsyshyn H. Frazeolohizmy v zaholovkah drukovanyh vydan' : problema movno-kulturnoyi identyfikatsiyi / H. Datsyshyn // Tele- ta radiozhurnalistyka. – 2010. – Vyp. 9. – Ch. 2. – S. 200–204.
2. Dyadechko L.P. Krylati slova v rosiys'kiy movi : systemno-funktsional'nyi ta leksyko-hrafichnyi aspekty : avtoref. dys. ... d-ra filol. nauk : 10.02.02 / Kyivs'kyi natsional'nyi un-t im. Tarasa Shevchenka. Instytut filolohiyi. – Kyiv, 2003. – 36 s.
3. Kolyakina O. Kontaminatsiya frazeolohizmiv yak zasib pidvyshchennia ekspresyvnosti publitsystychnoho zaholovka / O.Kolyakina // Semantyka movy i tekstu : Materialy IX Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi. – Ivano-Frankivsk : VDV TSIT, 2006. – S. 338–339.
4. Koval A.P. Krylati vyslovy v ukrayins'kiy literaturniy movi (aforyzmy, literaturni tsytaty, obrazni vyslovy) / Koval A.P., Koptilov V.V. – Druhe, pererob. i dop. vyd. – Kyiv : Vyshcha shkola, 1975. – 336 s.
5. Koloiz Zh. Ustaleni vyslovy u funktsiyi zaholovka (na materialy publitsystyky S. Yefremova) / Zh. V. Koloiz // Ukrayins'ka mova : pytannia systemy i funktsionuvannia. – Kryvyi Rih : KrDPI, 1995. – С. 27–31.
6. Kulinich O. Zasoby uvyraznennia zaholovkiv u suchasnyh drukovanyh ZMI / O.Kulinich // Styl' i tekst. – 2009. – Vyp. 10. – S. 109–115.
7. Lohvynenko O. Transformatsiya frazeolohizmiv u hazetnyh zaholovkah yak stylistychno-ekspresyvnyi zasib vplyvu na chytacha [Elektronnyi resurs] : Osvita rehionu. – 2011. – S. 399–403. – <http://social-science.com.ua/article/679>.
8. Sovetskaya istoricheskaya entsiklopediya / Pod red. E. M. Zhukova. – Moskva : Sovetskaya entsiklopediya. – Moskva : Sovetskaya entsiklopediya, 1976. – Т. 3. – 976 s.
9. Khoroz N.S. Transformatsiyi frazeolohizmiv u tekstah suchasnyh horvats'kyh hazet : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.03 / Instytut movoznavstva im. O. O. Potebni NAN Ukrainy. – Kyiv, 2008. – 18 s.

10. *Shulezhkova S.G.* "I zhizn', i sliozy, i lyubov'..." Proishozhdenie, znachenie, sud'ba 1500 krylatykh slov i vyrazheniy russkogo yazyka. – Moskva : Nauka, 2011. – 848 s.
11. *Anič V.* Rječnik hrvatskoga jezika. – Zagreb : Novi liber, 1994. – 2. dop. izd. – 1264 s.
12. *Kovačević B.* Frazeološke modifikacije u novinskim naslovima / Barbara Kovačević // Ucheni zapysky Tavriys'koho natsional'noho universytetu im. V. I. Vernadskoho. – Seriya : Filolohiya. Sotsial'ni komunikatsiyi. – 2012. – T. 25 (64). – № 2 (1). – S. 141–145.
13. *Parizoska J.* Pragmatički aspekti modifikacija frazema u novinskim naslovima / Jelena Parizoska // Slavenska frazeologija i pragmatika, 2007. – S. 173–177.

*Стаття: надійшла до редакції 16.07.2018
прийнята до друку 20.08.2018*

SOCIALIST SLOGAN IN THE HEADLINES OF CROATIAN AND UKRAINIAN PERIODICALS

Nataliya Khoroz

*Ivan Franko National University in Lviv,
Ilarion Svetsitskyi Department of Slavonic Philology,
Universytetska st., 1/324, Lviv, Ukraine, 79000,
tel.: (0 322) 239 47 70,
e-mail: nataliya_khoroz@lnu.edu.ua*

Many Ukrainian scholars have devoted their work to the problem of using phraseologisms in the names of periodicals. Were studied the linguistic-cultural, stylistically-expressive aspects, and were explored ways of identifying phraseologisms in the headlines. Instead, Croatian phraseologists question the use of phraseologisms in journalistic headlines only to begin to violate, to analyze individual cases of phraseological transformations in newspaper headings, taking into account only phraseologisms and idiomatic nature. The problem of occasional use of phraseologisms in journalism, in particular, the titles, the acquisition of phraseologisms-eponyms of bright connotative senses Croatian phraseologists practically was not violated. In addition, the issue of comparative analysis of the transformed PhU of Croatian and Ukrainian languages, in particular eponyms, was not studied. The purpose of the publication is to analyze ways to provide socialist slogans used to refer to journalistic articles, new contextual evaluation and emotional coloring, to define the function of the headlines in which such PhU was used, as well as the semantic features of the transformed names in the articles of the eponyms-slogans. All of the analyzed slogans are devoid of portable value and realize the direct lexical content of their visual and occasional components in the studied eponyms. Sometimes the negative meaning of the slogan is replaced by the contextual positive, which also affects its expressive emotional meaning. Modified eponyms-headlines become comic, humorous, sometimes sarcastically sound, which is the main purpose of their creators. Transformed eponyms-headlines deniers practically do not provide information about the content of the article, but only hint at it, intriguing and inducing the reader to read it.

Key words: eponym, slogan, occasional transformation, stylistic and pragmatic effect, headlines.