

коммунікативного впливу з виділенням диференціальних ознак. Акцентовано на деструктивності і підвищеній негативності маніпуляції.

Ключевые слова: сугестія, маніпуляція, негативність, коммунікативне вплив, диференціальні ознаки.

N. V. Kutuza,

Odesa National I. I. Mechnikov University,

Applied Linguistics Department

SUGGESTION AND MANIPULATION: COMMUNICATIVE INFLUENCE TYPES' COMMON AND DIFFERENT CHARACTERISTICS

The article provides a theoretical review of suggestion and manipulation being the communicative influence types, including data on their specific characteristics and current classifications. The author attempted to differentiate these communicative influence types and isolate their particular features. The article is aimed at isolating the differential characteristics of suggestion and manipulation as the communicative influence types. The aim having been set defines the need to find a solution for the following specific tasks: considering the very concept of suggestion and manipulation; investigating the classification characteristics of suggestive and manipulative influence; isolating the differential characteristics of suggestion and manipulation. Communicative influence is the object of the article, while suggestion and manipulation as the communicative influence types are the subject.

The author has utilized a wide variety of common, linguistic and psycholinguistic research methods. The descriptive method allowed to explain the nature of suggestive and manipulative influence, as well as their special features. Analysis and synthesis methods make it possible to unveil the elements of the analyzed phenomena, and unite them into an integral one. The aim of influence is the main differential feature for distinguishing such communicative influence types as suggestion and manipulation, and it could usually be defined from the view of the manipulator (subject), who gains one's benefit causing damage to the object. All the other features might characterize the both communicative influence types. The further communicative influence research would significantly improve the information on its other types, as well as its realization ways and means.

Key words: suggestion, manipulation, negativity, communicative influence, differential characteristics.

УДК 811.161.2'373

I. V. Laкомська,

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,

аспірантка кафедри української мови

АДВЕРБІАЛЬНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ: ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто специфіку використання адвербіальних (прислівникових) фразеологічних одиниць, що вживаються у газетних заголовках. Виокремлено основні лексико-граматичні групи та проаналізовано їхню продуктивність. Також визначено експресивний потенціал таких одиниць, що оптимізує вплив на читача.

Ключові слова: газетний заголовок, фразеологічні одиниці, прислівникові фразеологізми.

Останнім часом особливу увагу вчені приділяють дослідженню функціонування фразеологізмів у засобах масової інформації (С. Коновець [6], А. Марковська [9]), де особливу позицію займає медійний заголовок, що посідає важливе місце в системі масової комунікації, оскільки його призначення – не тільки бути скомпресованим репрезентантом змісту/ головної думки опублікованих матеріалів [11, с. 323], а й привертати увагу та впливати на читача [2], [5],[6], [9]. З огляду на це, фразеологічні одиниці все частіше стають заголовковими компонентами, оскільки «їхні виразні семантико-стилістичні якості, образність, картинність, жива внутрішня форма – відсвіжують мовлення, роблять його невимушеним, соковитим, містким, дотепно-влучним, що й приваблює майстрів художнього слова, журналістів, публіцистів» [13, с. 250]. Оскільки вчені зазначають, що саме семантична наповненість, частиномовна належність лексем заголовка вельми часто є рушійною силою його впливовості й дієвості [8, с. 260], в зазначеному аспекті набуває актуальності визначення семантико-граматичних особливостей фразеологізмів, які функціонують у заголовках ЗМІ, зокрема преси.

Дослідженням семантико-граматичних властивостей фразеологізмів займалися Л. Авксентьєв, В. Архангельський, М. Демський, В. Жуков, О. Кунін, І. Лепешев, О. Молотков, О. Федоров та ін.). Вчені зазначають, що класифікувати фразеологізми за граматичним принципом є важким завданням, що зумовлюється їх генезою і структурно-семантичними ознаками: фразеологізм є результатом переосмислення вільного словосполучення, надслівною структурою, у якій особливим способом поєднуються семантико-граматичні ознаки всіх компонентів. Нарізнооформленість фразем зумовлює суттєві розбіжності в класифікації ФО. Дехто взагалі не визнає граматичних категорій у ФО (М. Копиленко, В. Рудов), інші вчені класифікують їх за формально-граматичними ознаками стрижневого компонента. М. Шанський вважає фразеологізми еквівалентними граматичним розрядам слів (тій чи іншій частині мови) [15]. О. Молотков наголошує на необхідності враховувати морфолого-синтаксичні ознаки ФО, серед яких сполучуваність фразеологізмів, однотипний для кожного розряду ФО набір граматичних категорій і можливість вияву парадигматичних форм для вираження відношень та зв'язків зі словами [10, с. 127].

Як бачимо, у дослідженнях, присвячених класифікації ФО за граматичним принципом, немає однастайності щодо критеріїв їх виділення в ту чи іншу групу. Жодний з названих підходів не містить вичерпного розв'язання цієї проблеми: залишається багато ФО, які не можна віднести до якоїсь конкретної групи тільки за одним параметром – семантичним, морфологічним чи синтаксичним.

Отже, семантика та частиномовна характеристика фразеологічних одиниць визначається специфікою фразеологічного значення, їхньою синтаксичною функцією, а також морфологічними властивостями слів, з яких складається фразеологізм.

Серед українських учених найбільш ґрунтовно частиномовна належність ФО опрацьована М. Алефіренком [1], М. Демським [3], Ю. Прадідом [12]. Більшість дослідників класифікують фразеологічні одиниці на субстантивні, дієслівні, ад'єктивні, адвербіальні та інтер'єктивні (вигуківі) фразеологічні одиниці.

Виокремлюючи відповідні розряди фразеологічних одиниць, що вживаються в газетних заголовках, у пропонованій розвідці зосереджуємо увагу на адвербіальних (прислівникових) фраземах, оскільки цей сегмент складає дуже великий пласт

фразеологічного фонду української мови та порівняно з іншими граматичними різновидами, за нашими спостереженнями, досліджено найменше, що і визначає необхідність зазначеної проблематики.

Дослідженню деяких аспектів адвербіальних фразеологізмів присвячено роботи М. Алефіренка, О. Куніна, О. Жукова, А. Емірової, Н. Кулик, В. Ужченка, С. Циганкова та ін.. Відмітимо також поодинокі розвідки прислівникових ФО у пресі, наприклад, І. Мариненко у статті «Прислівники в пресових заголовках: семантика і структура» зазначає, що ці одиниці є вагомим семантичним і структурним компонентом медіа-назв. Крім того, у статті розглядаються й ФО, до складу яких входять прислівники, де в основному увага зосереджується на структурі, а не на загальній семантиці таких сполучень [8]. Проте, окремого дослідження адвербіальних фразеологічних одиниць саме у газетних заголовках як впливових концентрах повідомлення так і не проводилося, що визначає актуальність пропонованої розвідки.

Розглядаючи обсяг і межі адвербіальної фраземіки, М. Алефіренко зауважує, що єдиного, загальноновизнаного погляду у мовознавців не існує та пояснює це тим, що серед фразем чи не найбільше одиниць проміжного і перехідного характеру, які перебувають на межі між синтаксисом і фразеологією. Вчений зазначає, що у зв'язку з цим, одні лінгвісти (О.Тихонов, П.Лекант) звужують об'єм адвербіальної ідіоматики, залишаючи за її межами значний пласт стійких прийменниково-відмінкових утворень типу *по віncia, на око, до зарізу, з серцем, з руки*. Тоді такі одиниці відносять до прислівників. Інші вчені (О. Бабкін, Л. Ройзензон) значно розширюють межі і фраземотвірні можливості цієї моделі, вважаючи адвербіальними фраземами і відтворювані нефразеологічні сполуки слів з прислівниковим значенням, такі, як *на диво, на рідкість, з охотою* та ін [1]. У нашому дослідженні ми дотримуємося думки останніх, оскільки вважаємо зазначений підхід багатовекторним і таким, що значно максималізує поле дослідницької діяльності у цьому аспекті.

Отже, об'єктом нашої роботи є ФО в заголовках української преси, предметом – прислівникові моделі фразеологічних одиниць та їхня впливова потужність.

Фактичним матеріалом є заголовки суспільно-політичних газет "Голос України", "Демократична Україна", "День", "Україна молода", "Урядовий кур'єр" (за 2009 – 2017 роки). Вибір відповідних джерел зумовлений їхньою загальнонаціональною спрямованістю, що охоплює більший масштаб подій та явищ політичного, культурного й економічного життя країни порівняно з регіональною пресою. Важливим чинником стала також загальна доступність та поширеність газет, доведена їхніми великими накладками.

Мета статті – визначити специфіку актуалізації прислівникових фразеологізмів у газетних заголовках. Для реалізації поставленої мети необхідно виконати такі завдання: виокремити масив заголовків із прислівниковими ФО; розмежувати такі ФО за лексико-граматичними розрядами; визначити найуживаніші різновиди прислівникових ФО та пояснити впливовий ефект таких фразеологізмів у медійних заголовках.

Для досягнення поставленої мети у роботі використано такі методи, як описовий, що слугував для визначення характеристик і властивостей предмета дослідження; елементи компонентного аналізу (за допомогою якого встановлювалася семантична структура значення прислівникових фразеологізмів), контекстуально-інтерпретаційний, що дав можливість простежити особливості вживання ФО у заголовкових конструкціях; та кількісний, який дає змогу порівняти й узагальнити отримані результати.

Отже, за Є. Конопленко, прислівникові фраземи характеризуються спільним категорійним значенням – прислівниковою семантикою ознаки, тобто якісною характеристикою дії; в морфологічному плані – незмінністю форми; щодо синтаксичних властивостей – роллю обставини в реченні. Синтаксична функція адverbіальних фразем різної структури здебільшого визначається їхньою цілісною семантикою, рідше – значенням граматично стрижневого компонента – прислівника. Такі фраземи насамперед вказують на характер здійснення дії, процесу, цілеспрямованість дії, її причину, місце, час і взагалі умови, за яких відбувається дія [7].

Також Є. Конопленко зазначає, що семантична і стилістична своєрідність прислівникових фразеологізмів зумовлюється їх граматичною природою. На відміну від інших типів фразеологічних одиниць (субстантивних, дієслівних), до складу фразеологізмів, співвідносних за значенням з прислівниками, входять різні частини мови. Прислівникові стійкі комплекси не мають стрижневого слова, що виражалось б певною частиною мови, як це спостерігається в інших фразеологічних одиницях (у дієслівних – дієслово, у субстантивних – іменник): *у жменю не вбереш* – «багато», *повна торба, хоч греблю гати*— «дуже багато», *рано чи пізно* – «коли-небудь», *з сивини віків*— «дуже давно», *плече в плече* – «дружно» та ін [7]. Автор зазначає також, що частина фразеологізмів, співвідносних з прислівником, втілюється у реченнях (*Комар носа не підточить. Хоч греблю гати*); інші передаються словосполученнями (*день і ніч, в один голос, з ніг до голови, до сивої коси* тощо) та сполученням повнозначного й службового слів (*до ниточки, до шерстиночки*).

За типом семантико-граматичної домінанти М.Алефіренко адverbіальні фраземи членує на якісно-означальні, кількісно-означальні, способу дії та обставинні: місця, часу, міри і ступеня. Крім того, вчений зауважує, що і в означальних, і в обставинних фраземах лексичні і граматичні значення тісно переплітаються, що часто приводить до синкретизму означальної й обставинної семантики. Так, наприклад, значення місця у фраземі за *тридев'ять земель* поєднується із кількісно-означальним, значення причини фраземи *з легкої руки* – із значенням способу дії і т. д. [1, с. 66].

Наш фактичний матеріал уможливив розподіл адverbіальних фразем (146 одиниць) за відповідними розрядами, де більш частотними виявилися якісно-означальні ФО (30 %) та обставинні часу (19 %), місця (15%) та міри і ступеня (13%), рідше, але також продуктивно вживаються ФО способу дії (11%) та кількісно-означальні ФО (12%):

1) якісно-означальні (виражають якісну ознаку дії): «*З вітерцем!*» (Урядовий кур'єр, 10.11.10); «*Зі Львова до Донецька з вітерцем*» (Урядовий кур'єр, 25.11.11); «*Таксі онлайн: з вітерцем і без проблем*» (Урядовий кур'єр, 23.01.16) – ФО з *вітерцем* «дуже швидко» [14, с. 17]; «*Кітч на широку ногу*» (Україна молода, 15.10.13) – ФО на *широку ногу* «розкішно, багато, без будь-яких обмежень» [14, с. 114]; «*З легкої руки Андрія Садового Львів виграв джек-пот*» (Голос України, 31.12.11), де ФО з *легкої руки* «за чиїмось вдалим починанням, добрим прикладом» [14, с. 157]; «*Президент закликав СБУ працювати до сьомого поту*» (Голос України, 20.06.15), пор. ФО *до сьомого поту* – «до крайньої, граничної втоми» [14, с. 137]; «*Як риба у воді*» (Україна молода, 09.01.10) – ФО *як риба у воді* «вільно, невимушено, добре» [14, с. 166]; «*Ні холодно ні жарко*» (Голос України, 01.04.11) – ФО *ні холодно ні жарко* «кому-небудь все байдуже» [14, с. 191]; «*Як курка лапою*» (Україна молода, 22.09.10) – ФО *як курка лапою* «недбало, неохайно, неакуратно» [14, с. 84].

2) кількісно-означальні (характеризують дію, стан чи ознаку з боку кількості та міри вияву): «*Як кіт наплакав*» (Україна молода, 28.04.16) пор. ФО *як кіт наплакав*

має значення «дуже мало, зовсім незначна кількість» [14, с. 70]; «Проблем – **хоч греблю гати**» (Демократична Україна, 01.02.13), де ФО *хоч греблю гати* має значення «дуже багато, велика кількість кого-, чого-небудь» [14, с. 37]; «Юристів і економістів – **по горло**» (Україна молода, 01.10.10) – ФО *по (саме) горло* «дуже багато; у великій мірі, повністю» [14, с. 35];

3) способу дії: «**По гарячих слідах** знайти вбивць не вдалося» (Голос України, 20.12.12) - ФО *по гарячих (свіжих, живих) слідах* «одразу за подією, не гаючи часу, негайно» [14, с. 173]; «**Бігають, але з порожніми руками**» (Голос України, 19.01.13) – ФО *з голими (з порожніми, з пустими) руками* «без нічого, нічого не приносячи» [14, с. 156]; «**Біс у ребро – як грім серед ясного неба**» (Україна молода, 17.05.11) – *як грім серед ясного неба* «несподівано, раптово, зненацька» [14, с. 37], «**Кредитну пастку оминайте десятою дорогою**» (Голос України, 11.12.12), «**Щоб Миколаїв не оминали десятою дорогою**» (Голос України, 13.05.10) ФО *обминати (обходити) десятою дорогою (вулицю) кого, що* «уникати зустрічі з ким, чим-небудь» [14, с. 45],

4) обставинні (виражають різні обставини дії):

- часу: «**Погорільці з Бара: «Зима на носі, а житло не відремонтоване досі**» (Голос України, 24.09.16), «**Уже осінь наближається, вибори на носі**» (Голос України, 22.08.12) – ФО *на носі* «скоро, незабаром» [14, с.112]; «**Пенсійна реформа – не за горами**» (Урядовий кур'єр, 18.03.17), «**Відновлення видобутку бурого вугілля, схоже, не за горами**» (Голос України, 07.02.13) – ФО *не за горами* «незабаром, скоро» [14, с. 33], «**День і ніч гуляла вся Одеса**» (Голос України, 08.11.13) ФО *день і ніч* «цілодобово, постійно, весь час» [14, с. 41]; «**Рано чи пізно Тимошенко постане перед судом**» – *вважають прокурори* (Голос України, 12.09.12), «**Рано чи пізно, але суд відбудеться**» (Голос України, 15.08.12) ФО *рано чи пізно* «неодмінно (про те, що обов'язково відбудеться і т. ін.)» [14, с. 150];

- місця: «**Під носом в окупантів квітне зелена садиба**» (Голос України, 30.07.16) ФО *під носом* «поруч з ким-небудь, дуже близько від когось» [14, с. 112]; «**Світ за очі – на Північ**» (Україна молода, 11.05.11) пор. ФО *світ за очі* «не вибираючи шляху, невідомо куди, куди завгодно» [14, с. 165]; «**Штати поряд – рукою подати**» (Україна молода, 27.05.15) – ФО *рукою подати* «зовсім близько» [14, с.161];

- міри і ступеня: «**90-річна наречена: «Я закохалася по вуха!**» (Голос України, 05.11.15) пор. ФО *по [самі] вуха* – «дуже сильно, надзвичайно» [14, с. 25]; «**У смітті «по вуха**» (Голос України, 16.03.13); «**...озброївся до зубів**» (Голос України, 02.11.13), «**Арсеній Яценюк: «Росія поводитьсь, як озброєний до зубів гангстер**» (Голос України, 26.04.14) ФО *до зубів* – «дуже добре, повністю» [14, с. 58]; «**..видно, хоч голки збирай!**» (Україна молода, 20.12.10) – ФО *хоч голки збирай* «дуже, надто, надзвичайно світло» [14, с. 29].

Погоджуючись з думкою М. Алефіренка, ми констатуємо, що у процесі деривації означальних адвербіальних фразем смислотворчими факторами виступають переважно їхні лексичні елементи. Смилова природа обставинних фразем формується за переважною участю граматичних значень. [1, с. 66].

Отже, суттєво переважають лексеми з означальною семантикою дії, рідше заголовки з прислівниковими ФО містять інформацію про місце події, час, хоча, як зазначають дослідники, «локативно-темпоральна інформація посідає вагоме місце в публіцистиці в цілому» [8, с. 262]. Домінування якісно-означальних над обставинними ФО пояснюємо потребою швидко зупинити увагу, акцентуючи на конкретизації, експресивному увиразненні, образній характеристиці інформації, а також повідомити читачеві певні соціальні явища та події, не вдаючись до багатослівного опису, оскільки

більшість із цих фразем має прийменниково-іменникову структуру, що за мінімальної компонентної будови має потужний впливовий ефект.

У перспективах подальшого дослідження вбачаємо детальний розгляд структурної специфіки прислівникових фразеологічних одиниць, що слугуватиме з'ясуванню впливової сили таких маркерів.

Література:

1. *Алефіренко, М.Ф.* Теоретичні питання фразеології / М.Ф. Алефіренко . – Харків : Вища школа, видавництво при ХДУ, 1987 . – 135 с.
2. *Бадрак В.В.* Фактори ефективності і впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец.: 10.01.08. «Журналістика» / В.В. Бадрак. – К., 2000. – 21 с.
3. *Демський М.* Українська фраземіка (дериваційна база, семантико-граматичні особливості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук / М. Демський. – Ужгород, 1994. – 21с.
4. *Демський М.* Українські фраземи і особливості їх творення / М. Демський. – Львів : Просвіта, 1994. – 62 с.
5. *Ковалевська Т.Ю.* Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія / Т.Ю. Ковалевська. – О.: Астропринт, 2008. – 324с.
6. *Коновець С.П.* Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань): / Сніжана Павлівна Коновець: Дис... канд. філол. наук: 10.02.05 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2002. - 167арк.
7. *Конопленко Є.* Прислівникові фразеологізми у романі Є. Гуцала «Позичений чоловік» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kulturamovyu.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine27-3.pdf>
8. *Мариненко І.О.* Прислівники в пресових заголовках: семантика і структура / І.О. Мариненко // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Вип.28. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. – С.259-264.
9. *Марковська А. В.* Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси : автореф. дис ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Антоніна В'ячеславівна Марковська . – Одеса : Б.в., 2011 . – 20 с.
10. *Молотков А. И.* Основы фразеологии русского языка / А.И. Молотков. – Л.: Наука, 1977, —283 с.
11. *Пархонюк Л.* Синтаксичні засоби актуалізації у газетних заголовках / Л. Пархонюк // Українськафілологія: Школи, постаті,проблеми. – Львів: Світ, 1999. – Ч. 2. – С. 323 – 326.
12. *Прадід Ю.Ф.* Фразеологічна ідеографія (проблематика досліджень) / НАН України, Ін-т української мови; Відп. ред. О.О. Тараненко. – К.: Сімферополь, 1997. – 252 с.
13. *Ужченко В.Д.* Фразеологія сучасної української мови: [навч.посіб.] /В.Д. Ужченко, Д.В. Ужченко. – К.: Знання, 2007. – 494 с.
14. *Ужченко В.Д.* Фразеологічний словник української мови / В.Д. Ужченко, Д.В. Ужченко. – К.: Освіта, 1998. – 224 с.
15. *Шанский Н. М.* Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Высш. шк., 1985. – 160 с.

References

1. Alefirenko, M. F. (1987), *Theoretical issues of phraseology* [Teoretychni pytannia frazeolohii], KNU, Kharkiv, 135 p.
2. Badrak, V.V. (2000), *The factors of effective influence of the printed media (press) on electorate* [Fakторы efektyvnosti i vplyvu drukovanykh ZMI (presy) na elektorat], KNU, Kyiv, 21 p.
3. Demskiy, M. (1994), *Ukrainian frazemika: derivative base, semantic and grammatical features* [Ukrainska frazemika (deryvatsiina baza, semantyko-hramatychni osoblyvosti)], Uzhgorod, 21 p.
4. Demskiy, M. (1994), *Ukrainian phrasems and peculiarities of their creation* [Ukrainski frazemy i osoblyvosti yikh tvorennia], Prosvita, Lviv, 62 p.
5. Kovalevska, T.Yu. (2008), *Communicative aspects of the neurolinguistic programming* [Komunikatyvni aspekty neirolinhvistychnoho prohramuvannia], Astroprint, Odessa, 324 p.
6. Konovets, S. P. (2002), *Communicative and pragmatic peculiarities of actualization of phraseological units in modern newspaper discourse (on the material of the Spanish periodical editions):* [Komunikatyvno-prahmatychni osoblyvosti aktualizatsii frazeolohizmiv u dyskursi suchasnoi presy (za materialamy ispanskykh periodychnykh vydan)], KNU, Kyiv, 126 p.
7. Konoplenko, Ye. *Adjectives phraseological units in the novel by Ye. Gutsala "The borrowed man"* [Pryslivnykovi frazeolohizmy u romani Ye.Hutsala «Pozychenyi cholovik»], <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine27-3.pdf>
8. Marinenko, I.O. (2011), *Adverbs in press headings: semantics and structure, Scientific works of Kamenets-Podolsky National I. Ogienko University: Philological sciences* [Pryslivnyky v presovykh zaholovkakh: semantyka i struktura], Naukovi pratsi Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka: Filolohichni nauky, Axioma, Kamyanets-Podilsky, pp. 259-264.
9. Markovska, A.V. (2011), *Pragmalinguistic peculiarities of phraseologisms of modern German- language and Ukrainian-language press* [Prahmalinhvistychni osoblyvosti frazeolohizmiv suchasnoi nimetskomovnoi ta ukrainomovnoi presy], SUNPU, Odessa, 20 p.
10. Molotkov, A. I. (1977), *Fundamentals of of the Russian language phraseology* [Osnovy frazeologii russkogo yazyka], Nauka, Leningrad, 283 p.
11. Parhonyuk, L. (1999), *Syntactic means of actualization in newspaper headlines, Ukrainian Filology: Schools, figures, problems* [Syntaksychni zasoby aktualizatsii u hazetnykh zaholovkakh, Ukrainskafilolohiia: Shkoly, postati, problemy] – Svit, Lviv, pp.323-326.
12. Pridid, Yu.F. (1997), *Phraseological ideology (research problems)* [Frazeolohichna ideohrafiia (problematyka doslidzhen)], Simferopol, Kyiv, 252 p.
13. Uzhchenko V.D. (2007), *Phraseology of the modern Ukrainian language* [Frazeolohiia suchasnoi ukrainskoi movy], Znannia, Kyiv, 494 p.
14. Uzhchenko, V.D. (1998), *Phraseological Dictionary of the Ukrainian language* [Frazeolohichniy slovnyk ukrainskoi movy], Osvita, Kyiv, 224 p.
15. Shansky, N. M. (1985), *Phraseology of the modern Russian language* [Frazeologiia sovremennogo russkogo yazyka], Vysshaya shkola, Moscow, 160 p.

И.В. Лакомская,

*Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
кафедра украинского языка*

АДВЕРБИАЛЬНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ: ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассмотрена специфика использования адвербиальных (наречных) фразеологических единиц, употребляемых в газетных заголовках. Выделены основные лексико-грамматические группы и проанализирована их производительность. Также определён экспрессивный потенциал таких единиц, который, в свою очередь, оптимизирует воздействие на читателя.

Ключевые слова: газетный заголовок, фразеологические единицы, наречные фразеологизмы.

I.V. Lakomska,

*Odesa National I. I. Mechnikov University,
Ukrainian Language Department*

ADVERBIAL PHRASEOLOGICAL UNITS IN NEWSPAPER HEADLINES: LEXICAL AND GRAMMATICAL ASPECTS

The article is devoted to the researching the functional specificity of the adverbial phraseological units in the newspaper headlines. To achieve this goal there were used such methods as descriptive, component analysis, contextual-interpretative and quantitative in the work. By the type of semantic and grammatical dominant the adverbial phraseological units were distributed on the circumstance and the signifier types. Also, it was analyzed their productivity and influential power in the media headlines. It was explained by the need to quickly stop the reader's attention and provide expressive information. So, in the prospect of further research we will see a detailed consideration of the structural specifics adverbial phraseological units.

Key words: newspaper headline, phraseological units, adverbial phraseological units.

УДК 811.161.2'373

А. П. Романченко,

*канд. філол. наук, доц.,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
доцент кафедри української мови*

ЛІНГВОКРЕАТИВНІСТЬ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ: ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ

Статтю присвячено дослідженню фразеологічних варіантів і трансформованих фразеологічних одиниць. Проаналізовано різні типи фразеоваріантів (фонетичні, морфологічні, словотвірні, лексичні). З'ясовано, що трансформовані фразеологізми в лінгвістичному дискурсі є результатом видозміни компонентного складу (розширення, субституція). Підкреслено, що всі фразеологічні одиниці відображають національне