

ТИПИ ПАРОНІМІЧНОЇ АТРАКЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ГАЗЕТНІЙ ПЕРІОДИЦІ

У статті досліджено функціональні та структурні типи паронімічної атракції в україномовному газетному тексті початку ХХІ ст. Зроблена спроба встановити співвідношення між поняття «паронімія», «паронімічна атракція», «народна етимологія», «парономазія», визначено основні критерії їх розмежування. З'ясовано особливості реалізації паронімічної атракції, її функції в сучасній українській публіцистиці.

Ключові слова: паронімічна атракція, народна етимологія, парономазія, пароніми, мова публіцистики.

Мова преси характеризується поєднанням стандарту та експресивності в мовленні, що зумовлене її основними функціями – інформаційною та функцією впливу на адресата. Постійно здійснюється пошук нових, яскравих виражальних засобів. Автори залучають різноманітні можливості мови: значеннєве, звукове, графічне обігрування мовної одиниці. Вдалим способом забезпечити експресію в публіцистиці є паронімічна атракція. На початку ХХ ст. відбувся так званий паронімічний «вибух» – активне застосування можливостей паронімів у поетичному мовленні. Зараз використання паронімічної атракції як дієвого засобу емоційно-оцінного впливу на читача стає невід'ємною ознакою не лише поетичного мовлення, а й публіцистики.

Активно досліджувати паронімічну атракцію розпочинають з середини ХХ ст. Її теоретичні засади заклали В. П. Григор'єв, Н. О. Кожевникова, О. І. Северська, А. П. Критенко. Паронімічна атракція (ПА – далі) є найбільш дослідженим різновидом лексико-семантичної атракції. Але незважаючи на це, здебільшого дослідження присвячені вивченню ПА у поетичній мові. Сучасні мовознавці продовжують розглядати ПА в творчості окремих поетів (Г.М. Сюта), у поетичних текстах певного періоду (Н. Л. Дашенко, Р. Л. Ріжко), а також в газетних та рекламних текстах (О.В. Ємець), англomовній публіцистиці (О.В. Воронюк).

Актуальність дослідження полягає в тому, що ПА широко представлена в україномовній публіцистиці, але ще не була об'єктом спеціального дослідження.

Мета дослідження – з'ясувати специфіку ПА як мовленнєвого явища та стильову зумовленість її функціонування у сучасній україномовній газетній публіцистиці.

Реалізація поставленої мети зумовлює виконання таких **завдань**: уточнити статус ПА; проаналізувати структурні компоненти ПА; схарактеризувати типи ПА; виявити особливості вживання та функції ПА в сучасній українській публіцистиці.

ПА ототожнюють з паронімією, народною етимологією, парономазією або ж вирізняють з-поміж них, тож, щоб дати їй визначення, варто з'ясувати співвідношення ПА із цими явищами.

У словнику лінгвістичних термінів О.С. Ахманової термін ПА вживається як синонім до народної етимології, в енциклопедії «Українська мова» – як її різновид. Мисленнєво-мовленнєвий механізм утворення народної етимології (НА) такий, як і ПА, але вона має свої особливості, які дають підстави розглядати її як окрему форму вияву ПА. Серед цих ознак такі: народна етимологія постає або у формі тлумачень Х – це Y, або вона відображена в трансформованому вигляді слова, де паронім інкорпорований в пояснюване слово» [17] (тут і далі переклад і виділення наші – Ю.П.), а поетичні пароніми А і Б мають інші синтаксичні зв'язки; у НА один паронім мотивує інший, в ПА – обидва пароніми рівноправно є джерелом смислу; вибір паронімів у НА колективний, а їх тлумачення єдине, у ПА – вибір паронімів індивідуальний і передбачено свободу інтерпретацій [17].

НА полягає в «прагненні шукати в словах внутрішню форму для раціонального пояснення значення слів без урахування реальних фактів їх походження» [2]. Носії мови намагаються пояснити явища навколишнього середовища, знайти причинно-наслідкові зв'язки між ними, з'ясувати їх вплив на долю людини, і народ закріплює це пояснення в прислів'ях, приказках, повір'ях: *Святий Конон над усіма конюхами конюх; Прийде Варвара – заварить і морозцем; У маю одружитися – все життя маятися.* У народній свідомості назва свята Стрітіння Господнього пояснюється тим, що *На Стрітіння зима з весною зустрічається*, тоді як назва походить від події, під час якої відбулась зустріч Йосифа і Діви Марії, які принесли Ісуса Христа до Єрусалимського храму, із Симеоном і пророчицею Анною.

Крім наукової і народної етимології, виокремлюють поетичне етимологізування [7, 12]: *Ріка, звичайно, не Егейське море, котре походить, звісно, від "еге"; Це може бути віднесене до збігів, але меланхолійні меланхлени вдягали чорне, — там тепер Чернігів; А згодом тих, що у степах zostались, назвали скити, бо вони скитались* (Ліна Костенко).

На ПА й поза етимологізуванням побудовані приказки, прислів'я, фразеологізми, зокрема для їх ритмізації, *напр...*, *Нова хатка – нова гадка; Коли почав орати, то в сопліку не грає; Бачить кіт сало, та сили мало; Голодній кумі хліб на умі.*

Парономазія – стилістична фігура, що створюється навмисним зближення паронімів. Термін «ПА» і «парономазія» вживають як синонімічні для позначення ПА, що використовується мовцем свідомо з певною стилістичною метою. Основна функція парономазії – естетична, експресивно-образна, натомість НА – пояснювальна.

Окреслення ПА як явища ускладнює також відсутність одностайності витлумачення паронімів, які є компонентами ПА, що зближуються, або ж притягуються, у мовленні.

Паронімія – лексико-семантичне явище, що полягає в існуванні в мові слів, що мають подібне формальне вираження, але різне значення. Є широке і вузьке трактування паронімії. За вузького тлумачення паронімії, паронімами є лише спільнокореневі слова, які належать до одного лексико-граматичного класу, відтак більшість з них має хоч і різні значення, але близькі, які перетинаються, і мовець може неправильно вживати пароніми, сплутувати їх.

Паронімію відокремлюють від омонімії і вважають різними явищами, оскільки пароніми – спільнокореневі слова, а омоніми – випадково співзвучні слова. В.А. Чабаненко виокремлює омоніми, пароніми і парономастичні слова (різнокореневі, близькі за звучанням слова) [25, 44–45], у російському мовознавстві останні називають також парофонами (слова, що характеризуються будь-яким співзвуччям) [4, 9].

За широкого тлумачення розрізнення паронімів і омонімів умовне, адже «омонімія – це крайній випадок паронімії, це паронімія, доведена до абсолюту, до свого заперечення, коли звукова подібність двох (кількох) слів перетворюється на повну їх тотожність» [11, 59] і до паронімів зараховують як спільнокореневі, так і різнокореневі, випадково близькозвучні слова [20, 4]. Ця робота спрямована на дослідження паронімів у їх широкому трактуванні. О.В. Воронюк вказує, що «найважливіший формальний критерій ПА – це повторювані або ідентичні комплекси звуків/букв» і пропонує математичну формулу для кількісного визначення рівня формальної близькості слів-учасників ПА: $(n \times 100) : m$, де n – сума всіх графем/фонем, що співпадають у корелятах ПА, а m – сума всіх графем/фонем, які входять до формальної оболонки корелятивів [5, 7].

Тож ПА можна характеризувати за трьома основними критеріями:

- 1) свідоме чи несвідоме зближення у плані вираження мовцем паронімічних одиниць;
- 2) експліцитне чи імпліцитне зближення слів-паронімів;
- 3) оказіональне чи узуальне зближення слів-паронімів.

Від цих характеристик залежить кількість і характер формального вираження компонентів ПА (атрактантів): наявність одного чи кількох паронімів (нарізно оформлених або в складі неологізму) чи їх частин в складі неологізму. Таким чином **паронімічна атракція** – це різновид лексико-семантичної атракції, явище і результат свідомого чи несвідомого зближення паронімів у свідомості і/чи мовленні, що реалізуються через синтагматичні зв'язки або парадигматичні відношення.

Виокремлюють такі функціональні типи ПА: експліцитна, імпліцитна, паронімічна неологія [13]. Проте, вбачаємо за доцільне не вирізняти окремо неологію, а розглядати її в межах імпліцитного типу, оскільки зміст мовної одиниці виражається опосередковано. Експліцитна ПА характеризується тим, що усі атрактанти наявні в тексті, входять у синтаксичну конструкцію: *Хижацький ятір – на якір* (ЧК, 2013); *Надії і події, або Степи та храми від Степули* (ЛІУ, 2011).

Компоненти імпліцитної ПА у синтаксичний ланцюжок не вибудовуються. Формально наявний лише один атрактант. Імпліцитна ПА може виникати несвідомо і свідомо. Результатом несвідомої імпліцитної ПА є сплутування паронімів і неправильне їх вживання (*громадський* замість *громадянський*, *освічений* – *досвідчений*, *дружній* – *дружний*, *економний* – *економічний* тощо), помилки у вживанні слів через хибне розуміння етимології слова. За свідомої імпліцитної ПА другий член пароопозиції не виражений в тексті, але мовець має його на увазі, він міститься в тезаурусі мовця й адресата. Останній має декодувати прихований член пароопозиції завдяки подібному звучанню і семантико-синтаксичному оточенню наявного атрактанта. Переважно така ПА використовується в обігранні відомих висловів, фразеологізмів: *Уругвай, Уругвай, кого хочеш – обирай* (УМ, 2009) – йдеться про президентські вибори в Уругваї; *«Мито» білими нитками* (ДТ, 2011) – стаття про ініціативу власників українських нафтопереробних заводів запровадити мито на імпорту нафтопродуктів, але, як вбачається, викликане не бажанням покращити ситуацію на ринку, а звільнити його від конкурентів. У наведеному прикладі атрактант *мито* використаний в типовому оточенні другого члена пароопозиції *шито* – у структурі фразеологізму *білими нитками шитий* («невміло, погано замаскований, виконаний» [21, 775]), який несе ідейне навантаження газетної публікації. Такий заголовок повністю усвідомлюється після прочитання

усього матеріалу. Адресат віднаходить логіку мислення адресанта. Якщо ж звукова подібність не підкріплена змістом публікації, в адресата виникає ефект хибного очікування. Тобто у процесі ПА беруть участь і взаємодіють два параметри порядку (чинники, що спрямовують рух системи). Один з них внутрішньосистемний – звучання слів-атрактантів, інший – позамовний, а саме когнітивна сфера мовця – образне сприйняття описуваної ситуації, для чого використано фразеологізм.

Паронімічна неологія як спосіб імпліцитної ПА знаходить вияв в утворенні нових слів, зокрема телескопічно. Телескопія – композитний спосіб словотвору, проміжне місце між основоскладанням і аббревіацією. Цей продуктивний спосіб словотвору в англійській, французькій мовах, дедалі все частіше okazіонально використовується і в українській мові, насамперед у ЗМІ, інтернет-спілкуванні. Утворений неологізм є поєднанням форми і семантики похідних одиниць з певним додатковим смисловим навантаженням.

Паронімічна телескопія в сучасній українській публіцистиці виникає такими способами:

1. Накладання паронімічного атрактаанта із заміною чи додаванням одного звука (епентезою) на інший атрактаант, що є словом-основою.

Оказіоналізми утворюються з двох слів, що мають в кореневій морфемі схожі звукосполучення. Атрактаанти належать або до однієї частини мови, або до різних. На один із атрактаантів, що становить основу для деривації, накладається повністю або без закінчення інший атрактаант. Той елемент, яким відрізняються атрактаанти у схожому звукосполученні другого члена паропозиції, входить в структуру новоутвореного слова:

Діагнос – ШКОЛіоз звичайний (ЧК, 2013)

сколіоз	$c \rightarrow ш$
школа	

ТРАЯНський кінь (УМ, 2009)

троянський	$o \rightarrow a$
Траян	

ГВАЛТемала (УМ, 2009)

Гватемала	$+ л$
гвалт	

ВсеОСВІТня мережа (УМ, 2009)

всесвітня	$+ o$
освіта	

При утворенні okazіоналізму одним із атрактаантів може бути іншомовне або запозичене слово:

ХЛАМурний Париж (УМ, 2009)

гламурний	$г \rightarrow х$
рос. хлам	

У Луцьку заборонили безкоштовні "бігморди" Януковича (УП, 2012)

з англ. біг борди	$б \rightarrow м$
морди	

Важливе значення для створення таких неологізмів має позамовний контекст: Париж як столиця моди; гламур як «мистецтво одягатися та правильно і природно носити одяг» [3, 244]). Поєднання цієї лексеми з лексемою хлам (укр. дрантя «дуже старий, зношений і рваний одяг» [3, 326]) в одному новоутвореному слові створює антонімічний контраст, що є яскравим стилістичним засобом. Широко використовується алюзія на прецедентні феномени (троянський кінь), обігрування власних назв (Траян Бесек – президент Румунії; країна Гватемала). Такого типу телескопи в заголовках часто поєднуються з графічним виділенням одного з прототипів ПА в утвореному слові.

2. Накладання паронімів з усиченням одного з них і з заміною звука:

Янучари пікетуватимуть інавгурацію Ющенка? (УП, 2005)

яничар	$и \rightarrow у$
Янукович	

3. Утворення слова поєднанням початку одного прототипу ПА, проміжного спільного звука і кінця другого прототипу:

Шлях від Януковича до Януческу (УП, 2013);

Як Путлер піймав «саечку» від Меркель (ВВ, 2014).

Янукович	$ш \rightarrow ч$
Чайческу	

Путін	
Гітлер	

Слова, які зливаються в дериваті, не мають подібного звучання, тобто притягуються не пароніми. Спочатку відбувається смислова атракція, унаслідок якої утворюється неологізм, що є паронімом до кожного з вихідних слів. Початковий елемент того оніма, що позначає особу, для називання якої використовується дериват, стає початком неологізма. Якщо попередні способи телескопії подібні на накладання, то цей – більше на зчеплення прототипів. Спільний звук у складі обох слів виконує функцію елемента, завдяки якому відбувається зчеплення; ці звуки накладаються. Крім того, в обох словах-прототипах ПА вони мають однакову позицію – звук третій з початку.

Специфічним способом паронімічної неології є внутрішньослівна ПА:

ФАНтастичні патріоти (УМ, 2014) (про футбольних фанів-патріотів);

ЖАДАНий – одружений (УМ, 2009) (про одруження письменника С. Жадана).

Такі неологізми у словотвірному аспекті називають графодериватами, у синтаксисі – нелінійним синтаксисом [26, 6]. Шмельова зазначає, що в мовних одиницях такого типу «парономазія пов'язана не із синтагматикою слова, а з його морфемною структурою – і спробами через її перетворення (створення квазіслова) висловити нові додаткові смисли» [26, 6]. Наприклад, стаття про нові тарифи і про те, що за ними приховано, має назву *ТаРИФИ* (ДТ, 2013). Засобами лінійного синтаксису ця думка виражена у ЗМІ так: *Рифи єдиних тарифів* (УП, 2011), *Нові тарифи напоролися на рифи* (УМ, 2004), *Підводні рифи тарифів* (ДТ, 2004). Внутрішньослівна ПА дає змогу конденсувати зміст, висловити думку незвичайним способом, зацікавити читача.

Графодеривати-заголовки розширюють сприйняття інформації адресатом, дозволяють йому в чіткій та стислій формі дізнатися кілька тез зі статті. Наприклад, заголовок *БЮджеТ на марші* (УМ, 2009) завдяки графічному виділенню аббревіатури політичної партії «Блок Юлії Тимошенко» містить додаткову інформацію про виконавця дії (презентація проекту бюджету на 2010 рік Юлією Тимошенко, яка очолює партію «БЮТ»); *Чий ПРОГраш?* (УМ, 2009) (ПРО – протиракетна оборона) – вказує чого саме стосується «програш», його об'єкт (Польща і Чехія сподівалась на заплановане розміщення в Центрально-Східній Європі елементів протиракетної системи, але керівництво США змінило свою політику в цьому напрямку).

Тож, експліцитна ПА буває узуальною (напр., народна етимологія) й okazіональною (парономазія), так само й імпліцитна: узуальна (сплутування паронімів), okazіональна (трансформація прецедентних текстів, паронімічна неологія). Мимовільно сплутуються також лексеми, що належать до різних мов, – це діапаронімічна атракція [14, 45]. Якщо мовець навмисно зближає такі слова зі стилістичною метою – це міжмовна парономазія [5, 9]: *«Камбек» Квебеку* (УМ, 2010), *Почім «бігморди» для народу* (УМ, 2009). За планом вираження відношень між одиницями, що реалізуються в мовленні чи тексті, експліцитна ПА синтагматична, імпліцитна – парадигматична.

При утворенні й реалізації ПА взаємодіють мовний та позамовний контексти. Мовний має кілька ступенів. Контекст першого ступеня – це мінімальний безпосередній контекст парної кореляції паронімічних одиниць; контекст другого ступеня – включеність у кореляцію і самої синтагматичної моделі висловлювання, а контекст третього ступеня передбачає весь текст статті [5: 11]. Позамовний контекст містить знання історії, політичної ситуації, культури, інтертекстуальний тезаурус мовців.

Одним із аспектів дослідження ПА є її типологія. Ще в середині ХХ ст. були встановлені основні структурні типи ПА в поетичному мовленні, які залежать від морфемної будови атрактантів. Основу паронімів, що беруть участь в атракції, прийнято називати квазіморфемою, розрізняють консонантний «корінь» і вокалічні «афікси» [6]. Тотожність атрактантів встановлюється на графічному та фонетичному рівні.

У сучасній українській публіцистиці, насамперед у заголовках, представлені такі структурні типи ПА:

1) вокалічний тип

У псевдоморфемах паронімічних атрактантів з однаковим порядком приголосних відбувається «чергування» голосних звуків

- на початку слова: *Ого, це ж Уго!* (УМ, 2010); *Іран розширює збагачення урану* (УМ, 2009); *Оле-оле! Але, але...* (УМ, 2009);

- у середині: *То все ж таки лажса чи ложка?* (ДТ, 2012); *Люлі від Лілі* (УМ, 2009); *Українська місія та її месії* (ДТ, 2005); *Що в сітці, але в ріці, то ще не в руці* (ЧК 2013); *Історія на межі істерії* (УМ, 2009);

- у кінці: *Вік живи – з «Вікі» вчись* (УМ, 2010) – чергування голосного з нулем звука.

Консонантний квазікорінь одного з членів ПА може бути поділений між двома словами: *Красуні ще ті, але на щиті* (УМ, 2009); *А на тобі, Ано!* (УМ, 2009) (Ана – сербське жіноче ім'я).

2) консонантний тип

Паронімічні атрактанти відрізняються переважно в квазікорені приголосним звуком, відповідність голосних факультативна:

Хижацький ятір – на якір (ЧК, 2013), *У Білорусі – шок і ШОС* (УМ, 2011), *Зараза від кози-дерези* (УМ, 2009).

Відмінність консонанта може бути і в закінченні атрактантів:

Усі причетні до розбиття пам'ятника належать до «правих» політичних сил, зокрема руйнівником, який особисто «правив» Іллічеві обличчя, виявився Микола Коханівський, член Конгресу українських націоналістів (УМ, 2009).

Здебільшого члени паропозиції цього типу відрізняються одним консонантом. Якщо ж кількома, то важливе значення в організації ПА має тотожність вокалічного складу:

Без дощів і коштів (УМ, 2009) – [ДШЧВ] – [КШТВ], [ОІ] – [ОІ].

Консонанти, якими відрізняються члени ПА, корелюють за:

- дзвінкістю/глухістю

[д] – [т]

Схоже, вислів про те, що порятунок — у наукових грандах, а не грантах, набуває актуальності (ДТ, 2011); *Болгарська Варна та сусідній чорноморський курорт міжнародного значення Золоті Піски невдовзі обзаведуться новою (Ту)ристичною чи, радше, «дуристичною» атракцією* (УМ, 2009); *Хамід хамить?* (УМ, 2009).

[з] – [с]

Від Параски до поразки (УП, 2006), *Тож зверніть увагу на простий і доступний найдок – картоплю із захаром. І захар – це не «сахар», тобто цукор* (ЧК, 2013).

- твердістю/ м'якістю

Депутатська «тінь» наводиться на Коцюбинський «тин», за розповіді селищного голови, не вперше (ЧК, 2013) – [т'н'] – [тн]; *Бути чи не БЮТи?* (КП, 2010) – [бт] – [б'т].

- способом творення

Реєстрове козацтво (УМ, 2009).

Зазначена ПА ґрунтується на алюзії на прецедентний феномен *реєстрове козацтво*. Імпліцитний паронімічний атрактант за звучанням збігається на 63% з іншим членом паропозиції значною мірою завдяки асиміляції звукосполучення [тс] до [ц] за способом творення. Подібність атрактантів таким чином може бути виражена графічно й фонетично або ж лише фонетично. Більший стилістичний ефект має розбіжність в сильних позиціях слова, тобто коли різні або останні консонанти. Зміна консонанта може зумовлювати й утворення okazіonalіzmів (напр., *дуристичний*).

Такі кореляції свідчать про відповідність явищ ПА загальним законам мовної системи на фонетичному рівні. Це ж стосується чергувань приголосних у атрактантах:

Чи є « порох » у Порошенка ? (ДТ, 2012) – чергування [х]– [ш] в експліцитній ПА; *Є Порох у Москві* (УМ, 2009) чергування [х] – [ш] в імпліцитній ПА (прихований атрактант *Порошенко*), що відбиває чергування задньоязикових із шиплячими при творенні прізвища на —енк(о).

3) метатичний тип

Перестановка сусідніх приголосних «кореня» є показником цього структурного типу. При його виокремленні кількісно однаковий склад консонантів в атрактантах не береться до уваги, проте за таких умов варто говорити про поєднання ознак кількох типів ПА. Так, метатичний тип переважно об'єднаний з консонантним або аугментативним:

КС – скасувати? (УМ, 2009)

У чистому вигляді цей тип має схему ВС – СВ, де В і С приголосні звуки (загалом квазікорінь може містити два і більше консонантів), а за наявності однакових голосних в певних позиціях відповідає паліндрому.

4) епентетичний тип

Характеризується включенням приголосного звука в квазікорінь одного з атрактантів:

Декларації без декорацій (УМ, 2014) – ДКЛРЦ – ДКРЦ

або в основу:

Зводять порахунки. Але перерахунку не буде... (ВЗ, 2010) – ПРХНК – ПРРХНК;

Непарадна розмова напередодні свята (КП, 2010) – НПРДН – НПРДДН.

При кваліфікації структурних типів беруть до уваги корінь або основу, проте часом для того, щоб виникла ПА залучається і префікс, і закінчення, а додаватися може кілька консонантів: *Пором із переворотом* (УМ, 2009). Схема консонантів ПРМ – ПРВРТМ, і в структуру другого атрактанта вставлені три приголосні звуки – ВРТ.

5) аугментативний тип

Його показником є додавання, або ж нарощування, приголосних звуків у препозиції або постпозиції до псевдокореня:

Хтось чає, хтось чхає (УМ, 2009) – Ч – ЧХ;

Мега Меган, киць-киць-киць! (УМ, 2009) – МГ – МГН;

Меланома Мелані (УМ, 2009) – МЛНМ – МЛН.

Оскільки структурні типи ПА були досліджені на різнокореневих паронімах, у стандартних класифікаціях спільнокореневі пароніми не враховують. Проте їх правомірно віднести до зазначеного структурного типу.

Атракція діє між спільнокореневими паронімічними атрактантами, які належать до однієї або різних частин мови:

Стартує «Впевнений старт» (КП, 2010) – «Впевнений старт» – програма підготовки дітей з інтернатів до самостійного життя; *Під покровом від Покрови* (УМ, 2009); *«Регіони» втрачають регіон* (УМ, 2014).

Прізвище особи, про яку йдеться в публіцистичному матеріалі, часто мотивує вживання іншого атрактанта, який виконує оцінну функцію й характеризує об'єкт мовлення: *Добротворець Добрянський* (ЛУ, 2010); *Як затулитися від україножера Затуліна* (ЛУ, 2010); *Тягнубок розтягне Україну?* (КП, 2010). Така актуалізація внутрішньої форми імені дає змогу реалізувати авторські інтенції, здійснити емоційно-оцінний вплив на адресата.

Спільнокореневі слова-атрактанти часто відрізняються такими афіксами:

- префіксами

Раніше після подібних виступів у пресі неодмінно запитували: «А що зроблено після публікації?». У Гадячі ж «нароблено» таки чимало... (УМ, 2010);

Науковий вал чи провал (ДТ, 2012); *Презентація репрезентації* (ЛУ, 2010).

Між атрактантами виникають антонімічні відношення:

«Некультурні» вибори шефа культури (УМ, 2009); *Непровінційна провінція* (ЛУ, 2011); *Розлука двох опозицій у День Злуки...* (ВЗ, 2011).

Може обігруватися значення слова так, щоб утворювались псевдоантоніми: *Зачарована краєвидами Десна. І розчарована, водночас, хижачкою поведінкою двоногих створінь...* (ЧК 2013); *Перетворимо відходи на доходи* (ЧК, 2013) .

- суфіксами

До критики – підхід критичний (ЛУ, 2010);

Частотним є додавання приголосного [к] (суфікс -к-, -ік-) після квазікореня:

ТИТАН чи «Титанік» України? (ДТ, 2012) – ТТН – ТТНК;

Тарзани і тарзанки (УМ, 2009) – ТРЗН – ТРЗНК;

Про маршрути і нові маршрутки (БН, 2014) – МРШРТ – МРШРТК;

Закон про мову: засади мовної політики чи засідка? (ДТ, 2012) – ЗСД – ЗСДК.

- постфіксами

В будні – виживати треба. А наразі – восьме березня на носі. Час готувати і готуватися (ДТ, 2012).

Як яскравий експресивний прийом у заголовку використовується також навмисно хибна етимологізація: *Утопії для утоплеників* (ДТ, 2012).

Вбачається за доцільне виокремити в цьому типі ПА інклюзивний підтип. Початкова або кінцева частина одного з атрактантів повністю збігається з цілим другим членом паронімічної опозиції, омонімічна йому, тобто має тотожний консонантний та вокалічний склад, і таким чином виникає ефект «включення»:

Різка Різ (УМ, 2009); *По Покрові – билися до крові* (УМ, 2009); *Судні дні Ріани* (УМ, 2009); *Знову круто, червона руто!* (УМ, 2009).

Паронімічна опозиція, в якій один атрактант повністю повторюється на початку іншого, за стилістикою нагадує анафору, а в кінці – епіфору. Крім цього, виникає римування атрактантів.

До одного з членів паропозиції аугментативного типу додається також кілька звуків:

Супереліта – королева літа (КП, 2010) – СПРЛТ – ЛТ; *Диня – літа господиня* (КП, 2010) – ДН – ГСПДН; *Її [Конституцію] брали за вуха і притягували до інтересів народу, але доцільність лишалась доцільністю. Котра за визначенням не буває святою та святковою* (УМ, 2009) – СВТ – СВТКВ; *Час часнику* (ЧК, 2013) – ЧС – ЧСНК.

В імпліцитній ПА цього типу омонімічна другому атрактанту частина виділяється графічно: *Крок НАТОмість* (УМ, 2009) (про інтеграцію України в НАТО).

Склад одного з атрактантів може бути розподілений між двома словами:

в експліцитній ПА: *Молодь діє – слово молодіє* (ЛУ, 2010) – МЛДД – МЛД;

в імпліцитній ПА: *Порт монет* (УМ, 2009) – ПРТМН – ПРТМНТ (прихований атрактант *портмоне*).

Назва «нарощування» як особливість квазікорення одного з членів паропозиції аугментативного типу досить умовна. Адже якщо в мовленнєвому ланцюжку першим був вжитий той атрактант, що має більше консонантів у своєму складі, а часом власне він і мотивує утворення чи використання саме того, а не іншого корелятивного атрактанта, то варто було б говорити про спрощення структури першого – віднімання звука. Тож кваліфікація головної риси ПА зазначеного типу ґрунтується на науковій абстракції і здійснюється безвідносно до послідовності атрактантів у мовленнєвому ланцюгу чи синтаксичній конструкції.

Трапляються випадки комбінування епентетичного типу і консонантного та аугментативного і консонантного. Перший твориться таким способом: заміна одного звука на інший і додавання в структуру другого атрактанта нового звука, другий – заміна одного консонанта й додавання звука перед/після квазікореня:

Не мавпа, а мама (УМ, 2009) – [п] → [м] + [в]: МВП – ММ;

При цьому нацисти застосовували їх передусім до людей інших, «неповноцінних», національностей, тобто винищували «ворожі раси», тоді як комуністи винищували «ворожі класи» (Д, 2014) – [р] → [л] + [к]: КЛС – РС;

25 березня вирушаємо до села Старе, що розкинулось на давнішній дніпровській заплаві, у лісовій «оправі» (ЧК, 2013) – [р] → [л] + [з]: ЗПЛВ – ПРВ.

Прослідковуються певні закономірності в заміні звуків. Так, вони мають спільні характеристики, що стосуються їх способу й місця творення ([р] і [л] – зімкнено-прохідні, передньоязикові; [п] і [м] – губні).

Хоч приголосні несуть більше семантичне навантаженнями, утворюють квазікорені, а голосними в складі паронімічних атрактантів при визначенні певних структурних типів нехтують, та вони теж відіграють важливу роль в оформленні паронімічної пари і створюють подібне звучання атрактантів. Можливе також залучення прийменників:

Одягатися по погоді, а не по моді (УМ, 2009) – фонетично атрактанти збігаються на 60% передусім за рахунок голосних: ПГД – П МД, ООІ – ООІ.

Довгі коси до погоди доведуть (УМ, 2009) – звукосполучення [до] виконує функцію анафори, сприяє гармонійному звучанню; схема звукосполучень в усій конструкції [до] – [до] – [од] – [до], атрактанти *довгі – погода* (збіг 57%).

Важлива позиція спільних елементів у словах: сильніший ефект виникає тоді, коли вони містяться на їх початку чи в кінці – так звані сильні позиції.

Явище, коли в мовленні притягуються омоніми, називається омонімічною атракцією. Атракція відбувається між омонімами, обидва з яких загальні назви:

Класика без класика (УМ, 2009) – омоформи *класика* і *класик*.

Поширене й поєднання омонімів, з яких один загальна назва, інший – власна, здебільшого антропонім. «Ономастична паронимазія та омонімічна атракція передбачають передусім звукове зближення, через яке відбувається значеннєве зіставлення атрактантів. Діапазон звукової атракції досить широкий: від алітерації, асонансів (*Естонія йде в ЄС*) – до паронімів, омонімів (*“Дніпро” грає на берегах Дніпра*)» [9].

У ЗМІ серед інших функціонує атракція загальної назви з такими онімами:

- антропоніми:

Не пряником, так Кнutoм (УМ, 2009) – Верховний комісар ОБСЄ у справах нацменшин Кнут Воллебек;

І Сорока на хвості не приніс (УМ, 2009) – дзюдоїст Володимир Сорока;

- топоніми:

Уругвай, Уругвай, кого хочеш – обирай (УМ, 2009) – атрактанти *каравай – Уругвай*; *Пейзажі з краном на Пейзажній* (УМ, 2009) – *пейзаж – Пейзажна алея*; *Ява жаху* (УМ, 2009) – *ява* «частина акту, дії драматичного твору» [3, 1645] – *острів Ява*;

- ергоніми та їх аббревіатури:

«Шанс» не використав шанс (ЧК, 2013) – команда клубу інвалідів «Шанс»

«НУ» й ренесанс (УМ, 2009) – аббревіатура партії «Наша Україна» омонімічна вигуку *ну*;

Велика риба СОМ (УМ, 2009) – аббревіатура Музею сучасного образотворчого мистецтва.

Оскільки власна назва завжди соціально маркова, її значний експресивний потенціал часто використовують у ЗМІ при атракції паронімів, омонімів, ЛСВ багатозначного слова.

Крім паронімів й омонімів, у процесі лексико-семантичної атракції беруть участь окремі семантично багатозначного слова. Поєднання їх у контексті розкриває каузальні відношення між зображуваними фактами, подіями:

Трубу – Росії = «труба» Україні (ДТ, 2011) – труба «довгий порожнистий предмет або пристрій, звичайно кільцевого перерізу, для переміщення рідини, пари, газу і т. ін.» [3, 1480] – труба «кінець, загибель; безвихідне становище» [3, 1481];

Наприкінці травня 56-річного керівника «взяли» співробітники Генпрокуратури спільно з оперативниками Департаменту держслужби з боротьби з економічними злочинами. А перед тим «мер» теж «узяв» – 150 тисяч гривень (УМ, 2009) – узяти «схопити, силою затримати кого-небудь; заарештувати» [3, 1500] – узяти «прийняти, одержати або привласнити собі у володіння, для користування» [3, 1500];

або сприяє зіставленню понять, вказує на протиріччя між ними:

Для тих, хто не в курсі про курс: загроза прихована і явна (ДТ, 2007) – курс «вартість грошової одиниці однієї країни, виражена в грошових одиницях іншої країни» [3, 599] – *бути в курсі* «знати про перебіг якої-небудь справи, про останні факти, досягнення в певній галузі» [3: 599];

Винахідники тотального футболу так і не зуміли взяти під тотальний контроль м'яча (КП, 2010) – тотальний «поширений, всезагальний» [3, 1465] – тотальний «повний» [3, 1465].

За лексико-граматичними ознаками слова-атрактанти належать до однієї частини мови: іменники, прикметники, дієслова (72,7% проаналізованих одиниць), а також до різних: здебільшого іменник + дієслово, іменник + прикметник та ін.

Для утворення паронімічної пари використовується і звукові можливості службових частин мови – прийменників, часток, вигуків.

Слова-атрактанти переважно вступають у синонімічні або антонімічні відношення, утворюють паронімічні контрасти, а це ефективний експресивний засіб: «Паронімічні контрасти експресивно підкреслюють семантичну різницю зіставляваних чи протиставлюваних лексем, а, значить, і різницю позначуваних ними понять, оригінально спрямовують думку читача (слухача) і викликають у нього при цьому різного роду асоціації, породжують у його уяві яскраві образи» [25, 45].

Із семантико-синтаксичних відношень, що виникають між членами ПА, найбільш поширені атрибутивні, предикативні та об'єктні. Члени паропозиції можуть належати також до різних речень, а при імпліцитній ПА – навіть бути поза межами синтаксичної конструкції і реалізуватися лише семантично.

До функціональних ознак ПА зараховують такі: конденсація контексту, наявність сигналів, що дозволяють декодувати значення пароніма, модифікація прототипів ПА, подвійний смисл вислову (амбівалентність смислу), ефект новизни і неочікуваності [14, 345; 5, 8]. Прагнення домогтися останнього може зумовлювати порушення мовної норми, утворення okazionalizmів. Серед сигналів, що допомагають декодувати пароніми, власне мовні (типове лексико-семантичне оточення атрактанта) та позамовні (соціокультурна обізнаність адресата, його інтертекстуальний тезаурус).

Отже, ПА широко використовується в народній творчості, поетичних, публіцистичних текстах. Ключовим моментом у витлумаченні досліджуваного явища є розмежування паронімії як явища мови та паронімічної атракції в усіх її виявах як явища мовлення, що виникає при мисленнєво-мовленнєвій діяльності людини. ПА охоплює народну етимологію, сплутування паронімів, паронімазію.

ПА має переважно бінарну структуру (хоча в поезії трапляються випадки трикомпонентної атракції: *Напружим в один бік, направим в другий, і крешем, і кришимо, і крушимо як стій* (П.Тичина); і чотирикомпонентної: *Мучено. Мічено. В душу насмічено. Долю окрадено й плівку засвічено* (Л.Костенко). Компоненти ПА – спільнокореневі або різнокореневі пароніми, звукова подібність яких не менша 50%. Графічно виражені можуть бути обидва компоненти або один (інший прихований), або їх частини (при неології). Атрактанти розміщені контактено або на відстані. Мінімальна дистанція між структурними елементами ПА, коли вони містяться в межах одного слова, максимальна – в різних реченнях. У прихованій ПА другий атрактант не наявний формально, а міститься в тезаурусі комунікантів. Допоміжними засобами в утворенні звукосмислового образу шляхом ПА виступають алітерація, анафора, рима.

ПА за функціональними типами буває експліцитною та імпліцитною. Кількісно переважає експліцитна, але специфіка ПА в публіцистиці на відміну від поетичної полягає у тому, що вона буває імпліцитною. Це підвищує експресивність подачі інформації, посилює вплив на адресата. Йому цікаво відкривати нові зв'язки між поняттями, не пасивно сприймати інформацію, а декодувати її. У мовній одиниці, яка побудована на ПА будь-якого типу, виникає семантизація атрактантів, розширюється простір сприйняття інформації, виникають різноманітні конотації, подвійний зміст вислову. Так створюються й нові поняття, які хоч і функціонують okazionalно, але мають значний експресивний потенціал.

У сучасній українській публіцистиці представлені усі структурні типи ПА, хоч вони значно відрізняються продуктивністю і комбінуються: вокалічний (12,3%), консонантний (17,4%), епентетичний (7%), аугментативний (45,2%), метатичний (0,9%).

Основна локалізація ПА в публіцистиці – заголовки. Це пояснюється тим, що заголовок – найбільш сильна позиція текстового матеріалу в друкованих ЗМІ, адже інколи саме ним читання й обмежується. Адресат вилучає для себе найважливішу інформацію, сконденсований ідейно-тематичний зміст. Заголовки, побудовані на ПА, дають змогу реалізувати авторські інтенції. Тож такі заголовки виконують ряд функцій: рекламну (інтригують, зацікавлюють читача), інформаційну (актуалізує ідейно-тематичний зміст тексту), компресійну, прагматичну (оцінно-експресивне сприйняття матеріалу).

Якщо аналізувати ПА із синергетичного підходу, то простежується, що це явище цілком відповідає системі мови, діє за її законами, адже відбиває чергування звуків, їх кореляцію як одиниць одного мовного рівня. Під час ПА залучені кілька параметрів порядку, адже взаємодіють формальний (звучання, написання) і смисловий аспекти (значення мовних одиниць, позамовний контекст). Порушення мовної норми (утворення графодериватів, телескопних слів) свідчить про те, що акти мовлення прагнуть до руйнації усталеності, що існує в мові, про динамічну рівновагу системи.

Подальше дослідження паронімічної атракції може бути спрямоване на з'ясування її специфіки та функцій у паратексті й основному тексті публіцистичного матеріалу, на аналіз контекстної зумовленості її використання, виявлення конотацій, які виникають в мовних одиницях, побудованих на паронімічній атракції. Потребує на увагу мовознавців також взаємодія різних мовних рівнів під час утворення та реалізації паронімічної атракції.

ЛІТЕРАТУРИ

1. Антипина О. П. Функционально-семантическая классификация паронимов [Електрон. ресурс] / Антипина О. П. // Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований: материалы II международной научно-практической конференции 25–26 марта 2012 года. – Пенза – Москва – Респ. : Научно-издательский центр «Социосфера», 2012. – С. 13–17. – Режим доступа: http://sociosfera.com/publication/conference/2012/148/funkcionalnosemanticheskaya_klassifikaciya_paronimov/
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / Ахманова О.С. – М. : Издательство «Сов. энциклопедия», 1966. – 608 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2009. – 1736 с.
4. Веракша Т.В. Функционально-семантическая дифференциация паронимов русского языка : монография / Т.В. Веракша. – СПб. : НИИХ СПбГУ, 2000. – 205 с.
5. Воронюк О.В. Паронімічна атракція в заголовку текстів англomовної масової комунікації : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04 / О. В. Воронюк; Одес. держ. ун-т ім. І.І.Мечникова. – О., 1998. – 16 с. – укр.
6. Григорьев В. П. Поэтика слова / Григорьев В. П. – М.: Наука, 1979. – С.251–299.
7. Дашченко Н. Л. Паронімічна атракція в українській поезії 60 – 80-х років ХХ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Н. Л. Дашченко; НАН України, Ін-т укр. мови.– К., 1996. – 20 с.
8. Ємець О. Семантика та стилістичні функції паронімії у художніх, газетних і рекламних текстах / Олександр Ємець // Семантика мови і тексту : матеріали X Міжнар. конф. – Івано-Франківськ : Видавець Третяк І.Я., 2009. – С. 90–92.
9. Ільченко В.І. Експресія власних назв як засіб публіцистики [Електрон. ресурс] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / В.І. Ільченко; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2003. – 20 с. – Режим доступа: <http://referatu.net.ua/referats/7569/149956>.
10. Кожевникова Н. А. Избранные работы по языку художественной литературы / / Кожевникова Н. А. / сост. Е.В. Красильникова, Е. Ю. Кукушкина, З. Ю. Петрова; под общ. ред. З. Ю. Петровой. – М. : Знак, 2009. – 896 с.
11. Критенко А. П. Паронімія в українській мові / Критенко А. П. // Мовознавство. – 1968. – №3. – С.48–59.
12. Критенко А.П. Паронимия и ее роль в языке : автореф. дис. . канд. филол. наук / А.П. Критенко; Институт языковедения им. А. А. Потебни АН УССР. – К., 1974. – 24 с.
13. Кузнецова И.Н. Паронимическая неология во французском языке [Електрон. ресурс] / И.Н. Кузнецова; Смоленский государственный университет // Риторика ↔ лингвистика. – Смоленск, 2008. – Т.2. – С.100–108. – Режим доступа: http://www.philol.msu.ru/~fraphil/bibliotheque-en-ligne/kouznetsova.i.n._paronimicheskaya2008.pdf
14. Кузнецова И.Н. Теория лексической интерференции / Кузнецова И.Н. – М. : МГУ, 1998. – 379 с.
15. Лаврова Н.А. Контаминация и паронимическая аттракция / Лаврова Н.А. // Уральский филологический вестник. – Серия : Язык. Система. Личность : лингвистика креативна. – 2012. – [выпуск № 3]. – С. 93–99.
16. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов / Марузо Ж. / перевод з франц. Н.Д.Андреева; под ред. А.А. Реформатского. – М. : Издательство иностранной литературы, 1960. – 436 с.
17. Никитина С.Е. Паронимическая аттракция или народная этимология? [Електронний ресурс] / Никитина С.Е. // Русский язык. – 2001. – №16. – Режим доступа: <http://rus.1september.ru/article.php?ID=20010160>.
18. Ріжко Р. Л. Паронімічна атракція як домінанта українського поетичного дискурсу кінця ХХ – початку ХХІ століття / Ріжко Р. Л. // Лінгвістика : зб. наук. праць 2011. – № 1 (22). – Частина II. – Луганськ ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”. – С. 169–182.
19. Северская О.И. К описанию семантики паронимической аттракции / Северская О.И. // Вопросы языкознания. – 1990. – №3. – С.32–39.
20. Словник паронімів української мови / уклад. Д. Г. Гринчишин, О. А. Сербенська. – К. : Освіта, 2008. – 320 с.

21. Словник фразеологізмів української мови / Нац. акад. наук України, Ін-т укр. мови, Укр. мовно-інформац. фонд; укл. В. М. Білоноженко та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – 787 с.
22. Стишов О.А. Особливості словотворення okazіonalіzmів-комполітів у мові українських ЗМІ кінця ХХ – початку ХХІ століть / Стишов О.А. // Динамічні процеси в граматиці і лексичному складі сучасних слов'янських мов : зб. наук. пр. – 2011. – С. 195–198.
23. Сюта Г.М. Паронімічна атракція в ідіостиловій системі Емми Андрієвської / Г. М. Сюта // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8, Філологічні науки (мовознавство і літературознавство) : наукове видання / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – [вип. 2 : До 175-річчя НПУ ім. М.П. Драгоманова]. – С. 66–70.
24. Українська мова: Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К. : Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М. Бажана, 2004. – 833 с.
25. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови : монографія / В.А. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 351 с.
26. Шмелева Т.В. «Москва, люблю тебе безмэрно»: вспышка паронимазии в медиаречи [Електрон. ресурс] / Шмелева Т.В. // Слово.ру : Балтийский акцент. – 2011. – [выпуск № 3–4]. – С. 95–102. –Режим доступу: <http://www.novsu.ru/file/1082445>

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

БН – «Бучанські новини»
 ВВ – «Високий вал»
 ВЗ – «Високий замок»
 Д – «День»
 ДТ – «Дзеркало тижня»
 КП – «Київська правда»
 ЛУ – «Літературна Україна»
 УМ – «Україна молода»
 УП – «Українська правда»
 ЧК – «Час Київщини»

В статье рассмотрены функциональные и структурные типы паронимической аттракции в украиноязычном газетном тексте начала ХХІ в. Проанализированы понятие «паронимия», «паронимическая аттракция», «народная этимология», «паронимазия», а также их соотношение и определены основные критерии их разграничения. Выявлены особенности реализации паронимической аттракции, ее функции в современной украинской публицистике.

Ключевые слова: паронимическая аттракция, народная этимология, паронимазия, паронимы, язык публицистики.

This article studies function and structural types of paronymic attraction in the Modern Ukrainian. The paper presents the relationship between the concept of "paronymy", "paronymic attraction", "folk etymology", it was found the main criterion for their distinction. The article focuses on the characteristics and functions paronymic attraction on language of the Modern Ukrainian newspapers.

Key words: attraction, types of attractions, paronymic attraction, folk etymology, the language of newspapers.