

*Філологічні науки*

**АНАНЬЯН ЕЛІНА ЛЬВІВНА**

*доцент кафедри германської та слов'янської філології*

*Донбаський державний педагогічний університет*

*м. Слов'янськ, Україна*

**ДО ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ  
СТІЙКИХ СЛОВЕСНИХ КОМПЛЕКСІВ ЯК ІНТЕНЦІЙНИХ  
ИНДИКАТОРІВ У МЕДІАТЕКСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ЖАНРУ  
(на матеріалі англійської мови)**

Сьогодні беззаперечним є факт, що саме через медіалізацію суспільства відбувається формування соціальної свідомості. Саме у цьому контексті великої значущості набуває багатовекторне вивчення продуктів мас-медіа у всієї їхньої різножанровості.

Науковий доробок таких вчених як В. Богуславської, Дж. Гербнера, Т. Добросклонської, У. Еко, Г. Колшанського, В. Костомарова, Г. Почепцова, П. Рікера, Дж. Серля, І. Смотрової, Н. Чичериної презентує основні поняття медіалінгвістики; досліджує медіатекст як основну категорію медіалінгвістики; розглядає систематизацію та типологізацію медіатекстів; розкриває специфічність мови медіатексту, що детермінована його жанровою своєрідністю; висвітлює медіатекст як одиницю медіадискурсу; вивчає медіатекст у когнітивно-культурному аспекті тощо. Медійний матеріал, представлений в електронному, друкованому або вербальному оформленні, розглядається науковцями як самодостатній мовний організм, який має свій власний мовленнєвий вигляд, що розкривається та доповнюється через специфічні лінгвістичні та стилістичні ресурси.

Аналіз наукової літератури з питань, представлених вище, довів актуальність вивчення лінгвостилістичних механізмів ідейно-емотивного впливу автора медіатексту (у жанровій варіації публіцистика) на

реципієнта. Зазначимо, що дієвість медіатексту незалежно від його жанрової приналежності відображається у форматі співіснування двох суб'єктів комунікації: адресанта та адресата. Адресантом публіцистичного матеріалу (маємо на увазі як друковану, так і електронну версію статті) виступає автор-журналіст, творець тексту, який, використовуючи як лінгвістичний, так і екстралінгвістичний інвентар мови, висвітлює соціально-політичний, освітньо-культурний та морально-етичний настрій суспільства у певний історичний період його розвитку. Саме від того, який комунікативний намір має автор, залежить, як він побудує свій ідеологічний дискурс, зберігаючи його складну ієрархічну структуру, у якій, на думку Н. Клушиної, “*поєднуються два плани вираження лінгвістичних методів переконання: експліцитний – відкрите переконання, що впливає на розум читача, і імпліцитний, підтекстовий, який має безпосередній вплив на підсвідомість адресата – [виділено автором Н. К.]*” [2, с. 9]. Дослідниця доходить висновку, що “*публіцистичний текст відноситься до так званого персуазивного дискурсу, в якому тісно переплетені переконання, навіювання і маніпуляція – [виділено автором Н. К.]*” [2, с. 10].

Таким чином, відповідальність створити інтенційність публіцистичного тексту та задати його експресивно-емотивну тональність бере на себе автор, організовуючи мовний та мовленнєвий матеріал з точки зору його лінгвостилістичної потужності. Саме цим скоординовано широке та цілеспрямоване використання стійких словесних комплексів (ССК): лінгвістичних одиниць з постійним лексемним складом, які характеризуються семантичною цілісністю значення, обмеженою структурною розкладеністю, опосередкованою референтною співвіднесеністю та відтворюваністю у мові в готовому виді.

Зазначимо, що ССК презентують складові одиниці різних класів фразеології. Так, у класифікації фразеологічного тезаурусу мови

запропонованої сучасним лінгвістом В.М. Телією, визначено наступні класи фразеології: “Фразеологія-1, що вивчає цілком ідіоматичні поєднання слів; Фразеологія-2, що вивчає лексичні колокації з аналітичним типом значення; Фразеологія-3, що досліджує кліше, близькі до зрощень, що вивчає Фразеологія-2 за ознакою стандартизованості; Фразеологія-4, що вивчає газетні та літературно-публіцистичні штампи; Фразеологія-5, що вивчає прислів'я та приказки ... ; Фразеологія-6, що займається вивчення крилатих виразів” [4]. Використання складових одиниць кожного представленого класу фразеології у канві автентичного медіатексту публіцистичного типу є актуальним, продуктивним та стилістично виправданим. Раціональність дотримання ідей, зазначених вище, підтверджує і той факт, що, фразеологія є фрагментом мовної картини світу, а “фразеологічні одиниці завжди звернуті на суб'єкта, тобто виникають не тільки для того, щоб описувати світ, але й для того, щоб його інтерпретувати, оцінювати та виражати до нього суб'єктивне відношення” [5].

Підкреслимо, що стилістичний потенціал СКК стає ще більш виразним через здатність останніх до семантичних трансформацій. Так, індивідуально-авторське, okazionale використання СКК демонструє позитивний вплив на контент тексту, його ідеологічний меседж та емоційну виразність. Саме ці особливості дозволяють більш органічно включати фразеологічні одиниці та суміжні з ними конструкції у відповідний інформативний матеріал. Наведемо приклади використання СКК у медіатексті публіцистичного жанру:

“The opposition held talks with Maduro two years ago after bloody anti-government protests swept the nation, but **they eventually dissolved without bearing fruit** – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [6].

“Many people knew the rough story, of course: of a country cleaved by rising inequality, prone to great outbursts of anger and frustration, and now in

the midst of its own version of US-style culture wars – a picture, in fact, that now applies to much of Europe, and is coming into even sharper focus in America itself. But if the build-up to the referendum has told us anything, **it is that all this has reached a disturbing peak** – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [6].

“**We are in a terrible mess**, and it is probably going to take decades to even begin to put things right – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [6].

“**Thunderclaps** over parliament and **flash-flooded streets gave an ominous start** to a most momentous day. We have had no decision day like it: joining the common market in 1973 was not such an epic leap, not the seismic shock that a leave vote would be now – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [6].

“Every fact, counterfact, factoid and fallacious fraud **has been battered to death** by now. On this day **a curious, eerie silence falls**: waiting, waiting – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [7].

“If the ostrich comment was originally intended as a jab at Justice Kennedy, the decision on Thursday indicates that **his head is now out of the sand** – [виділено та підкреслено нами Е. А.]” [7].

Приклади, представлені вище (як зразки фразеологічного тезаурусу у їхньому чистому вигляді, так і трансформовані варіації), демонструють стилістичну, емотивно-експресивну потужність СКК, їхню здатність надавати висловлюванням образність та метафоричність, навіювати реципієнту авторське відношення до проблеми, що висвітлюється.

Отже, залучаючи СКК до контенту публіцистичного тексту як одного з жанру медіа, адресант презентує авторську інтенцію, авторське відношення до фрагменту соціальної, економічної, політичної чи культурної дійсності. У такий спосіб для автора стає можливим експресивно-образно продемонструвати та “запропонувати” реципієнту своє емотивно-оцінне ставлення до сучасної дійсності.

### **Література:**

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. - М. : Наука, 2008. - 203 с.
2. Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 – 2008 гг.): дис. ...д-р. филол. наук : 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – М., 2008. – 352 с.
3. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови: [підруч. для ін-тів і фак. інозем. мов] / М. І. Мостовий. - Х. : Основа, 1993. - 256 с.
4. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / Вероника Николаевна Телия. Режим доступа : <http://superlinguist.ru>
5. Чернощекова В. О. Лингвокультурный аспект пословиц / В. О. Чернощекова. Режим доступа : <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/>
6. The Guardian. – Access mode : [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com).
7. The Washington Post – Access mode : [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com).