

УДК 81'255.4

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/61-1-28>**Валентина ДРОБОТЕНКО,***orcid.org/0009-0003-8525-6493*

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української мови

Київського університету імені Бориса Грінченка

(Київ, Україна) *makivka777@ukr.net***ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У НОВИННОМУ МЕДІАДИСКУРСІ**

*Статтю присвячено порівняльному дослідженню семантичних особливостей фразеологічних одиниць у новинному медійному дискурсі. Розглянуто роль фразеологізмів у формуванні образу політиків на тлі російсько-української війни в англomовному й українськомовному медійних дискурсах.*

*Мета статті полягає в зіставленні семантики фразеологізмів, що зафіксовані в англomовних і українськомовних новинних медійних текстах політичної тематики за 2022–2023 роки.*

*Зазначено, що завдяки метафоричності, експресивності та емоційності фразеологічних одиниць, їх використання є ефективним засобом створення образу політиків, де особливо важливим є емоційно-оцінний складник. Джерелом матеріалу слугують тексти новин англomовного сайту *www.theguardian.com* і українськомовного *suspilne.media* за період 2022–2023 років. Автором статті доведено, що сучасні медіа інтегрують інформаційний простір держав, формуючи уявлення про реальність у їхніх політичних, соціальних та інших аспектах для світової аудиторії. З'ясовано, що емоційні та оцінні елементи в медійних текстах мають особливе значення, тому продуценти цих матеріалів нерідко використовують ресурс фразеологізмів, які мають властивості образності, виразності та емоційності.*

*Під час аналізу фразеологізмів, зафіксованих у текстах сайту *www.theguardian.com*, було встановлено, що продуценти новинних повідомлень часто використовують фразеологізми, які семантично пов'язані з азартними іграми. Своєю чергою, українськомовні тексти містять більш емоційні фразеологізми, які мають у своєму складі лексичні одиниці із семантикою війни, крові та загибелі. У статті також взято до уваги місце розташування фразеологізмів у тексті новини. Зазначається, що фразеологізми, які займають ініціальну та фінальну позицію в реченні, здійснюють маніпулятивний вплив на реципієнтів.*

**Ключові слова:** емоційність, медіадискурс, медіатекст, маніпулятивний вплив, фразеологізм.

**Valentyna DROBOTENKO,***orcid.org/0009-0003-8525-6493*

PhD in Philology, Associated Professor;

Associated Professor at the Ukrainian Language Department

Borys Grinchenko Kyiv University

(Kyiv, Ukraine) *makivka777@ukr.net***THE USE OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN NEWS MEDIA DISCOURSE**

*The article is devoted to a comparative study of the semantic features of phraseological units in media discourse. The role of phraseological units in the formation of the image of politicians against the backdrop of the Russian-Ukrainian war in the English-language and Ukrainian-language media discourses is considered.*

*It is noted that due to the metaphorical, expressive and emotional nature of phraseological units, their use is one of the effective means of creating an image, where the emotional and evaluative component is of particular importance. The source of the material was the texts of the English-language site *www.theguardian.com* and the Ukrainian *suspilne.media* for the period from 2022 to 2023. The authors of the article proved that modern media integrate the information space of states, forming an idea of reality in its political, social and other aspects for a global audience.*

*It has been proved that emotional and evaluative elements in media texts are of particular importance, so the producers of these texts often use the resource of phraseological units that have the properties of figurativeness, expressiveness and emotionality.*

*During the analysis of phraseological units in the texts of the site *www.theguardian.com* it was established that producers of news messages often use phraseological units that are semantically related to gambling. In turn, Ukrainian-language texts contain pain, emotional phraseology, which has lexical units with the semantics of war, blood, and death. The article takes into account the place of phraseological units in the text of the news. It is noted that phraseological units occupying the initial and final position in the sentence exert a manipulative influence on the recipients.*

**Key words:** emotionality, media discourse, media text, manipulative influence, phraseological unit.

**Постановка проблеми.** У парадигмі сучасної лінгвістики переважає інтерес до різних типів дискурсу. Зокрема, медіадискурс, який став невід'ємною частиною соціального життя сучасної людини у зв'язку з процесом глобалізації, усе частіше опиняється в центрі уваги дослідників. Медіатексти є однією з найпоширеніших форм сучасного вживання мови, загальний обсяг яких значно перевищує обсяги мови в інших сферах людської діяльності (Коломийська, 2017; Щербак, 2022). Сучасні медіа інтегрують інформаційний простір націй і держав, формуючи уявлення про реальність у їхніх політичних, соціальних та інших аспектах для світової аудиторії.

Одним із основних напрямів, що формують соціально-політичну реальність за допомогою новинного медіадискурсу, є створення образів політичних діячів. У цьому дослідженні «образ» розуміємо як категорію свідомості, яка об'єднує дані, що надходять різними каналами комунікації людини зі світом. Процес формування образу складний і багатоаспектний. З одного боку, автори публікацій створюють образ, адаптований до реальності суспільства на основі певних стандартизованих уявлень. З іншого боку, продуценти медійних текстів впливають на відтворення цих уявлень, передаючи їх реципієнтам за допомогою мовних засобів і закріплюючи їх у масовій свідомості (Щербак, 2022).

Варто зазначити, що емоційні та оцінні елементи образу політика або країни мають особливе значення у текстах новин. Саме тому продуценти текстів новинних повідомлень часто використовують ресурс фразеологізмів, які мають властивості образності, виразності та емоційності.

**Аналіз досліджень.** Фразеологічні одиниці були предметом вивчення у різних мовознавчих аспектах, що засвідчує значна кількість наукових праць. Так, І. В. Лакомська (Лакомська, 2013) розглядала сугестивну функцію фразеологізмів у пресі. Розвідки Л. М. Пашинської (Пашинська, 2011) зосереджені на фразеологічних неологізмах у сучасному українському масмедійному дискурсі. В. М. Васильченко (Васильченко, 2010) описав віддзеркалення статусної зміни зовнішності людини українськими обрядовими фразеологізмами. У статті О. С. Матвієнків досліджено особливості функціонування фразеологічних одиниць у художньому тексті (Матвієнків, 2013). Водночас недостатньо вивченим, на нашу думку, залишається семантичний потенціал фразеологізмів, які вживаються у новинному медійному дискурсі, зокрема у порівняльному аспекті на прикладі англійської та української мов. Ця стаття покликана дещо заповнити цю «прогалину».

**Мета статті** полягає у зіставленні семантики фразеологізмів, що зафіксовані в англійських і українськомовних медійних текстах політичної тематики за 2022–2023 роки.

**Виклад основного матеріалу.** У цій роботі ми розглядаємо поняття «фразеологізму» в широкому розумінні – як відтворену в готовому вигляді мовну одиницю, що складається з двох або більше слів, значення, склад і структура якої фіксована (Коломийська, 2017; Матвієнків, 2013; Пашинська, 2011). Згідно з цим підходом до основних типів фразеологічних одиниць належать не лише фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення, а й також фразеологічні вирази (ідіоми, прислів'я, приказки, афоризми та ін.). Варто зазначити, що в текстах проаналізованих новинних повідомлень переважають не власне політичні фразеологізми на позначення політичних явищ, а стійкі одиниці, які вписуються в тканину медійного тексту, але безпосередньо не пов'язані з політичною тематикою та вживаються лише для її характеристики.

Фразеологічні одиниці є емоційними маркерами подій, що окреслюються в англійських і українськомовних текстах новин. Продуценти новинних повідомлень вдало використовують фразеологізми для впливу на реципієнтів, формуючи їхню думку про ті чи інші події або про того чи іншого політичного діяча. Аналізуючи тексти новинних повідомлень, варто брати до уваги структуру такого типу текстів, які складаються із заголовка, інтродуктивного блоку, головного блоку подій і прикінцевого абзацу. Фразеологічні одиниці, які розташовані в ініціальной або фінальній позиції певного блоку тексту новини, абзацу або речення містять більший маніпулятивний потенціал, оскільки з погляду лінгвістики тексту, лінгвориторики та медіалінгвістики початок і кінець будь-якого тексту або речення є його сильними позиціями, інформацію яких найкраще запам'ятовують реципієнти.

В англійських текстах здебільшого функціонують фразеологізми з негативною конотацією, рідше – із нейтральною, але у цьому разі контекст, у якому вони вживаються, може надати їм негативного відтінку. Наприклад, у статтях, де фігурує особистість лідера країни-агресорки, використовується досить багато фразеологізмів із семантикою азартних ігор: «*This eek, the Kremlin upped the ante still further, requesting an “urgent” response from Washington and Nato to its demands*» (20.12.21, www.theguardian.com) – *Цього тижня Кремль ще більше підвищує ставку, вимагаючи від Вашингтона та НАТО «термінової» відповіді на свої вимоги.* Фразеологізм *upped the ante* («під-

вищити ставку») засвідчує неспроможність Росії досягти успіху на політичній арені та здійснити вплив на західних і американських політиків, тому вона вдається до ризикованих і непопулярних дій, тобто «підвищує ставки», вимагаючи виводу військ зі Східної Європи, що зазначено в інтродуктивному блоці новини: «*The Kremlin's demands that the western alliance withdraw troops from eastern Europe may be a prelude to military action in Ukraine*» – *Вимоги Кремля до західного альянсу вивести війська зі Східної Європи можуть бути прелюдією до військових дій в Україні*.

У наступному контексті вжито фразеологізм *call his bluff* («вивести на чисту воду»), який також відтворює неспроможність і слабкість Росії, яка намагається зберегти оманливий статус великої держави, у що вірить лише вона сама, натомість увесь світ розуміє, що це лише блеф: «*Johnson said Russian leader Vladimir Putin wants to present it as a nuclear standoff between Nato and Russia, but the west should call his bluff. "Nonsense", he said. "He's not going to use nuclear weapons"* (19.01.2023, www.theguardian.com) – «Джонсон сказав, що російський лідер Володимир Путін хоче представити це як ядерне протистояння між НАТО і Росією, але Захід повинен розкрити його блеф. «Нонсенс», – сказав він. «Він не збирається використовувати ядерну зброю»». У наведеному контексті фразеологізм *call his bluff* ужито у фінальній позиції речення, маніпулятивний вплив якої полягає у тому, що реципієнти краще запам'ятовують, що було сказано на початку або наприкінці речення. Взаємодія фразеологізму *call his bluff* зі словом *nonsense* (нонсенс) посилює недовіру до слів Путіна.

Фразеологізм *achilles heel* («ахіллесова п'ята») позначає вразливе місце, як-от у контексті «*The western defenders may have notched up a actical victory against an eastern aggressor on this sunny April morning, yet Nato's security architecture has never looked more fragile than in the spring of 2022, especially when viewed from Lithuania, a country long considered the alliance's achilles heel*» (11.04.2022, www.theguardian.com) – *Можливо, західні захисники й здобули тактичну перемогу над східним агресором цього сонячного квітневого ранку, але архітектура безпеки НАТО ще ніколи не виглядала такою крихкою, як навесні 2022 року, особливо якщо дивитися з Литви, країни, яка довгий час вважалася ахіллесовою п'ятою Альянсу*. У цьому прикладі відчувається натяк на те, що Захід вважав Литву недостатньо сильним партнером, яка нині активно підтримує Україну на відміну від інших країн НАТО (ідеться про події

весни 2022 року). Подібно до попередньо аналізованого прикладу фразеологізм *achilles heel* («ахіллесова п'ята») стоїть у фінальній позиції речення.

Фразеологізм *leave in the lurch* («залишити у біді / напризволяще») із запереченням *no* набуває позитивної конотації у контексті «*Britain, Germany, and other important European allies have made it clear they have no intention of leaving Ukraine in the lurch*» (21.12.2022, www.theguardian.com) – *Велика Британія, Німеччина та інші важливі європейські союзники чітко дали зрозуміти, що не мають наміру залишати Україну напризволяще*. Цей приклад демонструє, що фразеологізми з негативною конотацією можуть її змінити на позитивну в сполученні із запереченням. Фінальна позиція фразеологізму в реченні посилює вплив на реципієнта.

Із-поміж інших фразеологізмів, які було зафіксовано в англійських медійних текстах 2022–2023 років, виявлено такі: *to be all in* – «поставити все на кін»; *to hold all the cards* – «мати перевагу»; *beat someone to a pulp* – «побити когонебудь до напівсмерті»; *to come up trumps* – «добре закінчитися»; *a pinless grenade* – «людина, від якої можна очікувати чого завгодно»; *live and let live* – «сам живи й іншим дозволяй жити / мирно співіснувати»; *red herring* – «відволікаючий маневр»; *to roll the dice* – «грати в рулетку» (Баранцев, 2006; Лакомська, 2013). Як засвідчує зібраний фактичний матеріал, в англійських текстах політичної тематики часто використовуються фразеологізми, які семантично пов'язані з азартними іграми.

Російсько-українська війна вплинула на те, як окреслюють події продуценти наших українських медійних повідомлень. Відбір українських фразеологізмів відрізняється від тих, якими послуговуються англійські автори. Це зрозуміло, оскільки в кожного своє розуміння й бачення цієї війни. Якщо в англійських текстах фразеологізми вживаються для яскравої констатації фактів, то фразеологізми, вжиті в українських текстах відрізняються сильним емоційним забарвленням. В українських медійних текстах останнього року превалюють такі фразеологізми, як *проводити в останню путь*, «*віддати данину пам'яті*» та «*віддати останню шану*», що пояснюється загибеллю українських воїнів: «*В селищі провели в останню путь Євгена Малярова та віддали данину пам'яті Владиславу Шевцову*» (19.07.2022, suspilne.media).

Фразеологізм *підливати масла в огонь* має негативне значення, проте набуває позитивної конотації для українського реципієнта в контексті: *Лукашенко сказав, що надзвичайності ніякої немає, але ситуація загострена. Не знижується*

напруження "спеціальної військової операції" росії, а Захід **підливає масла у вогонь** у вигляді військової допомоги та всебічної підтримки українського режиму» (04.10.2022, suspilne.media). У цьому прикладі розкривається зміст фразеологізму словосполученням «у вигляді військової допомоги та всебічної підтримки українського режиму», тому для української аудиторії фразеологізм *підливати масла в огонь* у наведеному контексті набуває позитивного значення.

Негативну конотацію має прислів'я *Кому війна, а кому мати рідна*, яке доволі часто вживається у медійному дискурсі. Наприклад, це прислів'я вжив захисник англійського «Евертона» Віталій Миколенко у контексті: «Кому війна, а кому мати рідна. Ця організація і ця людина наживаються на крові наших бійців, і я гадаю, що такі люди стають в один ряд з убивцями нашої країни (28.04.2022, suspilne.media). Маніпулятивний потенціал прислів'я посилюється його ініціальною позицією в абзаці головного блоку повідомлення. На жаль, не всі люди, які видавали себе за волонтерів, були чистими на руку. Один із таких фактів неабияк обурив Віталія Миколенка, що засвідчує його емоційна промова, яка містить такі фразеологізми, як: *наживатися на крові (наших бійців)* та *ставати в один ряд (із убивцями)*. Ці фразеологізми взаємодіють з другою частиною прислів'я «..., кому мати рідна», розкриваючи його зміст саме у контексті мовлення Віталія Миколенка.

Доволі частотними в українськомовних текстах є фразеологізми *розставляти крапки над "і"* та *наступати на (ті самі) граблі*. Перший трапляється у дискурсах, у яких мовець хоче прояснити ситуацію, другий вказує на помилки, які постійно роблять учасники окреслюваних у тексті подій: «Я вже неодноразово казав: у 2014 році, коли відбулася анексія Криму, мені здавалося, що є якась нестача порозуміння, що потрібно просто **розставити крапки над "і"** і всі все зрозуміють, і не будуть наступати на граблі» (16.11.2022, suspilne.media). Взаємодія зазначених фразеологічних одиниць в одному контексті засвідчує нерішучість або некомпетентність учасників подій.

Європейські партнери України також емоційно висловлюються щодо війни в Україні, як-от Пре-

зидент Чехії Петр Павел, який вжив у своїй промові фразеологізм (*воювати*) до останньої краплі крові: «**Можемо сказати українцям: *воюйте до останньої краплі крові***. Але ж це не наша, а ваша кров» (26.02.2023, suspilne.media). Емоційність посилюється реченням «Але ж це не наша, а ваша кров», засуджуючи зволікання з наданням партнерами зброї Україні.

Зі свого боку, Урсула фон дер Ляен, говорячи про Україну в ЄС та трибунал для Росії вжила фразеологізм «*зробити перші кроки*»: «**Попереду чимало важкої роботи, але *перші кроки ви зробили***» (03.02.2023, suspilne.media), акцентуючи на початку процесів вступу України до ЄС і необхідність трибуналу для російських загарбників.

Шарль Мішель у своїй промові про Україну в ЄС, Конституційний суд і поїздку на Донбас використав фразеологізм *на кону* в реченні «**На кону наше спільне майбутнє**» (03.02.2023, suspilne.media). Ця усталена одиниця вживається у значенні «бути / перебувати у становищі крайнього ризику, коли вирішується доля, визначається майбутнє чогось важливого», тобто Президент Європейської Ради дає реципієнтам зрозуміти, що війна в Україні стосується кожного європейця, а не лише українців. Така риторика посилюється присвійним займенником *наш* і прикметником *спільний*, а також висуненням фразеологізму *на кону* в ініціальну позицію речення.

**Висновки.** Отже, медіадискурс є полем битви прагматичних інтересів, а фразеологізми є емоційними засобами впливу на реципієнтів, за допомогою яких продуценти текстів створюють яскраві образи політиків, формуючи певне ставлення реципієнтів до тієї чи іншої особистості. Продуценти новинних повідомлень сайту [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com) використовують переважно фразеологізми, семантично пов'язані з азартними іграми. Своєю чергою, в українськомовних текстах зафіксовано більш емоційні фразеологізми, які містять у своєму складі лексичні одиниці з семантикою «війни», «крові» та «загибелі».

Перспективу подальших розвідок убачаємо в компаративному дослідженні фразеологічних одиниць, які містять компоненти із семою «війна», в українсько-, англо- та іспанськомовних медійних текстах.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник. К.: Знання, 2006. 1056 с.
2. Васильченко В. М. Відображення українськими обрядовими фразеологізмами статусної зміни зовнішності людини. *Українська мова*. 2010. № 1. С. 67–81.
3. Коломийська І. А. Особливості вживання фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному тексті: гендерний аспект: дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук: 10.02.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2017. 272 с.

4. Лакомська І. В. Сугестивна функція фразеологізмів у пресі (на прикладі газетних заголовків). *Записки з українського мовознавства*. 2013. Вип. 20. С. 82–90.
5. Матвієнків О. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у художньому тексті. *Вісник Львівського університету. Сер. іноземні мови*. 2013. Вип. 21. С. 37–43.
6. Пашинська Л. М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському мас-медійному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2011. С. 7–9.
7. Словник. ua. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?sword=%D0%9A%D0%90%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9B%D0%AF%D0%A0%D0%98%D0%A2> (дата звернення: 23.11.2022).
8. Щербак О. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. Вип. 16. С. 219–225.

## REFERENCES

1. Barantsev K. T. (2006). Anhlo-ukrainskyi frazeolohichnyi slovnyk [English-Ukrainian phraseological dictionary]. К. : Znannia [in Ukrainian].
2. Vasylchenko V. M. (2010). Vidobrazhennia ukrainskymy obriadovymy frazeolohizmamy statusnoi zminy zovnishnosti liudyny [Ukrainian ritual phraseology reflects the status change of a person's appearance]. *Ukrainska mova*. № 1. S. 67–81 [in Ukrainian].
3. Kolomyiska I. A. (2017). Osoblyvosti vzhyvannia frazeolohichnykh odynyts u nimetskomovnomu hazetnomu teksti: hendernyi aspekt [Peculiarities of the use of phraseological units in the German-language newspaper text: the gender aspect]: dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. nauk: 10.02.04 / Chernivetskyi nats. un-t im. Yu. Fedkovycha. Chernivtsi [in Ukrainian].
4. Lakomska I. V. (2013). Suhestyvna funktsiia frazeolohizmiv u presi (na prykladi hazetnykh zaholovkiv) [The suggestive function of phraseological units in the press (on the example of newspaper headlines)]. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*. Vyp. 20. S. 82–90 [in Ukrainian].
5. Matviienkiv O. (2013). Osoblyvosti funktsionuvannia frazeolohichnykh odynyts u khudozhnomu teksti [Peculiarities of the functioning of phraseological units in an artistic text]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Ser. inozemni movy*. Vol. 21 [in Ukrainian].
6. Pashynska L. M. (2011). Frazeolohichni neolohizmy v suchasnomu ukrainskomu mas-mediinomu dyskursi [Phraseological neologisms in modern Ukrainian mass media discourse]: avtoref. dys. kand. filol. Nauk. Kyiv. S. 7–9 [in Ukrainian].
7. Slovnuk. ua. [Dictionary. ua]. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?sword=%D0%9A%D0%90%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9B%D0%AF%D0%A0%D0%98%D0%A2> [in Ukrainian].
8. Shcherbak O. (2022). Lihvorytorychni stratehii zobrazhennia rosiisko-ukrainskoi viiny 2022 roku (na materialii povidomlen nimetskomovnoho сайту tagesschau.de) [Linguistic strategies for portraying the Russian-Ukrainian war of 2022 (based on reports from the German-language site tagesschau.de)]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii*. Vyp. 16. S. 219–225 [in Ukrainian].