

*Ананьян Е. Л.,**кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри германської та слов'янської філології  
Донбаського державного педагогічного університету**Кандиба Г. А.,**студентка філологічного факультету  
Донбаського державного педагогічного університету*

## КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТАЛИХ СЛОВЕСНИХ КОМПЛЕКСІВ НА СТОРІНКАХ АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ ГАЗЕТНО- ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

**Анотація.** У статті представлено аналіз комунікативно-прагматичних можливостей сталих словесних комплексів на сторінках автентичних текстів газетно-публіцистичного стилю. Шляхом імплементації методів суцільної вибірки, класифікації та опису визначено частотність використання кожного з типів сталих словесних комплексів сучасної англійської мови в газетно-публіцистичному тексті.

**Ключові слова:** газетно-публіцистичний текст, сталі словесні комплекси, фразеологічна одиниця, ідіоматичність, комунікативно-прагматичний потенціал.

**Постановка проблеми.** XXI століття визначається динамічним розвитком засобів масової інформації, що без обмеження входять у життя сучасної людини та досить комфортно співіснують з нею. У ситуації, що склалася, будь-яка галузь науки має запропонувати свій так званий внесок у вивчення і гармонійну організацію інформативного середовища, медіа-ландшафту, на якому зростає Людина XXI століття. Мовознавство в цьому плані не є винятком. Вивчаючи динаміку мовних змін, лінгвісти приділяють пильну увагу розгляду широкого спектра різнопланових питань, безпосередньо пов'язаних з мовним забезпеченням масових комунікативних процесів. Однією з таких проблем є особливості функціонування одиниць фразеологічного тезауруса мови в автентичних газетно-публіцистичних текстах.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичним підґрунтям дослідження стали наукові праці як вітчизняних (А.І. Альохіної, Н.М. Амосової, О.С. Ахманова, А.М. Бабкіна, Л.О. Булаховського, В.В. Виноградова, М.Д. Городнікової, Д.О. Добровольського, О.В. Куніна, Ю.В. Рождественського, Г.Л. Пермякової, В.М. Телії, В.О. Чернощогової, М.М. Шанського), так і зарубіжних лінгвістів (Т. Артура, Л. Сміта, С. Талєка, Р. Фаулера), у яких представлено багатоаспектне висвітлення питань класифікації фразеологічного тезауруса мови; форми та змісту кожного з типів сталих словесних комплексів; їхньої інформативності та стилістичної знаковості в мові. У контексті аналізу комунікативно-прагматичного аспекту функціонування сталих словесних комплексів було досліджено погляди та концепції таких науковців, як: В.В. Алімов, Р.З. Гінзбург, Т.Г. Добросклонська, В.А. Кухаренко, О.С. Мікоян, З.Я. Тураєва, Г.М. Шаповалова тощо. Підкреслимо, що саме вивчення теоретичного доробку, представленого вище, викликало науко-

ву зацікавленість у дослідженні комунікативно-прагматичного потенціалу сталих словесних комплексів на сторінках саме автентичного газетно-публіцистичного тексту.

**Мета статті** полягає у вивченні та аналізі комунікативно-прагматичних можливостей сталих словесних комплексів в автентичних текстах газетно-публіцистичного стилю.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній лінгвістиці центральне місце посідає проблема дослідження мовної діяльності, вивчення мови в динаміці її реального функціонування. Це викликає інтерес до конкретних проявів мовної діяльності, яка здійснюється у вигляді різного роду текстів, зокрема й текстів публіцистичного стилю. Тематика публікацій газетно-публіцистичного стилю, завдяки своїй міжнаціональній природі, постійно перебуває в тісному контакті з іншими мовами та культурами. Така тенденція сприяє активній взаємодії слів та словосполучень, появі та поширенню нових елементів групи сталих словесних комплексів. Вивчення властивостей сталих словесних комплексів та особливостей їхнього вживання на сторінках сучасної англійської преси набуває особливого значення. Лінгвісти зазначають, що за допомогою фразеологічних одиниць, як за допомогою різноманітних відтінків кольору, інформаційний аспект мови доповнюється чуттєво-інтуїтивним описом нашого життя [1; 2; 3].

Однією з найбільш виразних характеристик сучасної англійської преси є активне функціонування в ній сталих словесних комплексів. Прагнення до необхідної експресії в мові преси дуже часто призводить до навмисного посилення впливу на реципієнта. Таке явище найбільш характерне для сучасної англійської публіцистики. Серед особливостей мови текстів англійської преси лінгвіст О.С. Мікоян визначає «широке використання фразеології та ідіоматичної лексики (як літературної, так і розмовної)», що надає емоційної та оцінної насиченості дискурсу [4].

Так, перебуваючи на значній відстані у просторі, автор газетно-публіцистичного тексту намагається максимально наблизитися до адресата за тематикою та проблематикою повідомлення, презентуючи таким чином прагнення встановити комунікативний зв'язок з читачем. За таких умов сталі словесні комплекси стають продуктивним інвентарем, оскільки як комунікативні елементи мови вони потенційно залучені до виконання функції комунікації, або спілкування. Зазначимо, що в газет-

но-публіцистичному тексті передбачається передача інформації без експліцитного зворотного зв'язку з боку реципієнта.

Наступною потенцією, що притаманна сталим словесним комплексам, є їхня прагматична функція, тобто цілеспрямований вплив на реципієнта. Саме фразеологічні одиниці посилюють прагматичну спрямованість текстів газетно-публіцистичного стилю. Дослідження показало, що прагматична функція представлена певними різновидами: стилістичною, експресивно-образною, емотивною, оцінюючою, кумулятивною, директивною, резюмуючою, контактоутворюючою, текстоутворюючою функціями, а також функцією лаконізації мовлення (див. рис. 1).

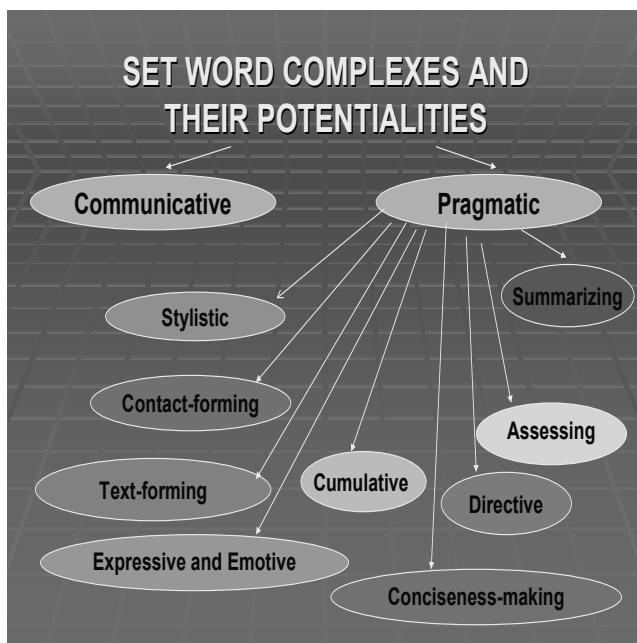


Рис. 1.

Стилістична функція координує цілеспрямоване використання сталих словесних комплексів з метою досягнення стилістичного ефекту за умови збереження загального інтелектуального змісту висловлювання. Стилістична функція опозиційна номінативній, яка передбачає нейтральне, немаркіроване називання об'єкта чи явища. Зазначимо, що стилістична функція притаманна всім сталим словесним комплексам та за умови авторської модифікації фразеологічних одиниць виказує свою потенцію до градації стилістичного ефекту.

Звернемо увагу на такі клішовані одиниці: *to work to rule* – працювати згідно з правилами, *to work to contract* – працювати на умовах договору. Підкреслимо, що з урахуванням контекстуальних вимог ці словосполучення, використані в реченнях, представлених нижче, означають поняття *проводити так званий «італійський страйк»*:

*Over 30.000 Teesside school-children are affected by chaos caused by the education authority's sacking and suspending of over 150 teachers who were working to rule to protect their position in a reorganisation.* – Більше 30.000 учнів школи Тіссайдю опинились у хаосі, який створило управління освіти через звільнення більш ніж 150 вчителів, які брали участь у так званому «італійському страйку», щоб захистити свою позицію в питанні реорганізації [5].

*And in a dispute similar to that of Teesside's, 130 members of the National Association of School Educators at Huddersfield*

*(they were yesterday working to contract) have affected eight of the town's nine secondary modern schools in the question of working out the new curriculum.* – Так у диспуті, який схожий на питання Тіссайдю, 130 членів Національного Об'єднання шкільних вихователів у Хадерсфілді вчора проводили так званий «італійський страйк», що вплинуло на рішення восьми з дев'яти міських загальноосвітніх шкіл розробити новий навчальний план [5].

Значення кліше *to work to rule, to work to contract* у практичному матеріалі, представленому вище, не виводяться з простої суми значень слів, що складають їх, а є результатом переосмислення словосполучення, та його функція простежується в наданні кліше метафоричності.

Експресивно-образна, емотивна та оцінююча функції діалектично пов'язані між собою та спрямовані, з одного боку, на створення виразності тексту, а з іншого, на створення впливовості через експліцитну чи імпліцитну презентацію авторської інтенції та моделювання авторського ставлення до фрагменту соціальної, економічної, політичної чи культурної дійсності. За таких умов використання фразеологічних єдностей, фразеологічних сполучень, фразеологічних зрощень (ідіом) та паремій набуває своєї потенційної значущості. Наведемо приклади:

*There is, in abstract, something catchy about the Chinese puzzle ingenuity of the plan, about the consolidation and renovation of the town-old book-stack space.* – Взагалі, є щось привабливе у винахідливості китайського пазлу, зорієнтованого на план об'єднання та відновлення старого міського книгосховища (*the Chinese puzzle* – китайська загадка (дуже складне завдання) [6];

*“The Serb army is becoming a sitting duck”, claimed Armed Forces Minister Douglas John Henderson.* – “Сербська армія стає легкою наживою”, – заявив міністр оборони Дуглас Джон Хендерсон (*a sitting duck* – легка нажива) [5];

*They were people, who decided to take on this crusade.* – Це були люди, які вирішили виступити у хрестовий похід (*to take on crusade* – починати боротьбу проти чогось) [7].

Функції, що аналізуються, як і стилістична функція, «загострюються» здатністю сталих словесних комплексів до семантичних трансформацій. Ці особливості дають змогу більш органічно включати фразеологічні одиниці у відповідний інформативний матеріал. Так, індивідуально-авторське, оказіональне використання фразеологізмів має позитивний вплив. У текстах періодичного видання емоційна виразність дуже часто залежить від новизни та доречності використання певних типів сталих словесних комплексів. Наведемо приклади: *You can't teach an old dog new tricks* (Старого собаку нових фокусів не навчиш). – *You can't teach a new mouse old clicks* (Нова мишка по-старому не запрацює) [8, с. 183]. Така авторська заміна та інверсія семантико-синтаксичної структури початкової форми фразеологічної одиниці призводить до виникнення нового стилістичного відтінку значення.

Кумулятивна функція притаманна прислів'ям та приказкам, що функціонують як узагальнений життєвий досвід народу, досвід, що реалізується в мовленнєвому просторі як порада, застереження. Наведемо приклади: *Alan Krueger, chairman of the president's Council of Economy Advisors, wrote in a blog post “American's house is his castle”.* – Алан Крюгер, голова президентської ради з питань економіки, розмістив у своєму блозі пост «Будинок американця – його фортеця» [9]. Це речення також презентує авторську модифікацію: здійснюється заміна елемента *Englishman's house* на одиницю *American's house*.

*For example, residential investment jumped 15.3 percent – everything comes to him who waits.* – Наприклад, житлове інвестування збільшилося на 15.3% – хто чекає вміє – свого дочекається [10].

Директивна функція також характерна для паремій, оскільки, вводячи їх у канву тексту, адресант певним чином виховує адресата, впливає на формування моральних, етичних пріоритетів особистості, тобто відбувається певна моралізація реципієнта. Нами визначено такі приклади використання прислів'їв з директивною функцією:

*“Strike while the iron is hot” – this is the motto of this organization. And they follow it successfully.* – “Куй залізо, поки гаряче” – це девіз цієї компанії, і вони дотримуються його дуже вдало [11].

*“When you are at Rome, do as the Romans to” – it is very appropriate statement to explain what the creators of New Gun Laws should do.* – “У чужій монастир зі своїм статутом не ходять” – це дуже вдала фраза для творців нових законів про зброю [12].

*In the case of our government actions, we must always remember: it is a silly fish that is caught twice with the same bait.* – Щодо дій нашого уряду, то ми маємо завжди пам'ятати, що дурна та риба, яка двічі ловиться на одну принаду [9].

Зазначимо, що на сторінках газетно-публіцистичного тексту паремії можуть зазнавати таких структурно-семантичних перетворень: змін компонентного змісту паремій, морфологічних перетворень паремій та трансформації їхньої синтаксичної структури. Такі перетворення пов'язані зі змінами лексичного складу сталої словесної одиниці, її граматичної форми, що, безумовно, впливає на зміст та емотивний характер висловлювання. Також на особливу увагу заслуговують прийоми трансформації англійських паремій, у результаті яких утворюються індивідуально-авторські вислови та афоризми. У разі утворення авторських оказіоналізмів на основі прислів'їв та приказок найбільш яскраво розкривається творчий потенціал автора-публіциста, виразно спостерігається взаємодія

лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів у процесі використання паремій у пресі.

Контактоутворююча функція передбачає встановлення «сприятливого спілкування», тобто необхідність створити так званий емоційний контакт між автором та реципієнтом. Підкреслимо, що з цією метою саме одиниці Фразеології-1 та Фразеології-2 (фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення, фразеологічні зрощення та ідіоматичні колокації) найчастіше використовуються в англомовних текстах газетно-публіцистичного стилю. Так, наведемо приклади: *great seizer – шериф; man's woman – жінка, яка подобається чоловікам; turky corners – темні сховища; numb hand – незграбна людина; scare-head – сенсаційний заголовок; grandstand player – позер, людина, яка піклується про зовнішній ефект своєї поведінки та своїх промов* [9; 5].

Аналіз автентичних газетно-публіцистичних текстів показав, що резюмуюча функція (фразеологічна одиниця є стислим резюме попереднього висловлювання, що «заохочує» логічну презентацію подальшого матеріалу) здебільшого характерна для кліше: *In conclusion... – На закінчення...; After all is said... – Після всього сказаного...* Однак виявлено приклади, коли резюмуюча функція була представлена пареміями: *All's well that ends well. – Все добре, що добре закінчується* [12].

Текстоутворююча функція характерна для кліше, газетних та літературно-публіцистичних штампів. Так, одиниці, що досліджуються, впливають на композиційно-тематичну структуру тексту. Зазначимо, що важливою рисою мовних штампів в англомовних текстах преси є тенденція до трансформації їхньої семантики або оновлення власної структури. Оказіональні модифікації кліше є своєрідною «візитною картою» сучасної англомовної преси.

Використання кліше та газетно-літературних штампів детерміноване також характерною для них функцією лаконізації мовлення, яка вимагає певної компресії та економії мовленевих ресурсів.

Отже, практичний матеріал дослідження підтверджує, що реалізації мотивів, представлених вище, сприятиме викори-

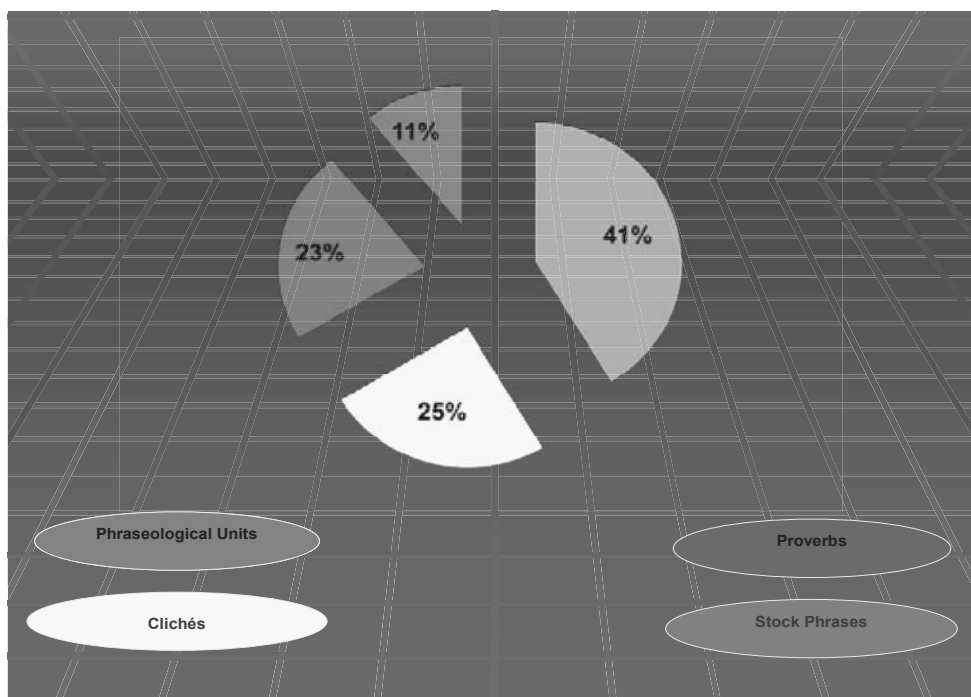


Рис. 2.

стання автором сталих словесних комплексів в автентичному газетно-публіцистичному тексті. Так, кількісний обсяг проаналізованих фразеологічних одиниць становить 41%, що наочно демонструє активність уживання цього типу сталих словесних комплексів. Мовні кліше та штампи представлені приблизно в рівних пропорціях – 25% та 23% відповідно. І останній тип – прислів'я та приказки займає лише 11% від загального обсягу сталих словесних комплексів, які були визначені в цій роботі (див. рис. 2).

**Висновки.** Матеріал, представлений вище, довів, що загальний конструктивний принцип газетного повідомлення полягає в чергуванні фактологічно-конкретного та узагальненого матеріалу, образного та абстрактного, логічного та емоційного. Така процедура набуває своєї актуалізації за умови правильного та виправданого використання сталих словесних комплексів. Визначено та презентовано потенції ідіоматичних конструкцій на сторінках англійського газетно-публіцистичного стилю. Опрацювання практичного матеріалу довело, що узуальне використання сталих словесних комплексів у текстах, жанрова приналежність яких представлена вище, характеризується комунікативно-прагматичними особливостями. Визначено комунікативну потенцію як характерну для всіх типів сталих словесних одиниць. Доведено, що прагматичний потенціал фразеологічного тезауруса мови вимагає більш вузької інтерпретації, оскільки його можливості представлено такими функціями: функцією комунікації, або спілкування, прагматичною, експресивно-образною, емотивною та оцінюючою, кумулятивною, директивною, контактоутворюючою та текстоутворюючою, а також функцією лаконізації мовлення.

#### *Література:*

1. Арешенков Ю.О. Місце інформаційного мовлення в системі функціональних стилів. Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку. Запоріжжя: Вид-во ЗДУ. Ч. 2. 1996. С. 125–128.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Наука, 2008. 264 с.
3. Сметанина С.И. Медиаекст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.). СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.

4. Микоян А. С. Проблемы перевода текстов СМИ. URL: <http://evartist.ru>
5. The Guardian. URL: <http://www.guardian.co.uk/>
6. The Wall Street Journal. URL: <http://europe.wsj.com/>
7. The Financial Times. URL: <http://www.ft.com/home/uk/>
8. Добровольский Д.О., Баранов А. Н. Аспекты теории фразеологии. М.: Языки славянской культуры, 2008. 656 с.
9. The Daily Telegraph. URL: <http://www.dailytelegraph.com.au/>
10. The Observer. URL: <http://observer.guardian.co.uk/>
11. The Globe and Mail. URL: <http://www.theglobeandmail.com/>
12. The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/>

#### **Ананьян Э. Л., Кандыба А. А. Коммуникативно-прагматические возможности использования устойчивых словесных комплексов на страницах англоязычного газетно-публицистического текста**

**Аннотация.** В статье представлен анализ коммуникативно-прагматических возможностей устойчивых словесных комплексов на страницах аутентичных текстов газетно-публицистического стиля. Путем имплементации методов сплошной выборки, классификации и описания определена частота использования каждого из типов устойчивых словесных комплексов современного английского языка в газетно-публицистическом тексте.

**Ключевые слова:** газетно-публицистический текст, устойчивые словесные комплексы, фразеологическая единица, идиоматичность, коммуникативно-прагматический потенциал.

#### **Ananyan E., Kandyba A. Communicative-pragmatic potentialities of set word complexes use on the pages of the English-language newspaper-publicistic text**

**Summary.** In the article the analysis of communicative-pragmatic potentialities of set word complexes on the pages of authentic texts of newspaper-publicistic style is disclosed. Having implemented the methods of sequential sampling, classifying and describing the frequency of use of each type of the English set word complexes in the newspaper-publicistic text is defined.

**Key words:** newspaper-publicistic text, set word complexes, phraseological unit, idiomatichity, communicative-pragmatic potentialities.