

## СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ ПОЛІТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ 2022-2023 РОКІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНСЬКОМОВНИХ НОВИН)

У сучасній лінгвістиці велика увага приділяється медіадискурсу, який стає важливим складником сучасного життя. Обсяг текстів у медіа-просторі значно перевищує обсяг тексту в усіх інших сферах людської діяльності, тому медіа та ЗМІ мають визначальний вплив на формування світогляду своєї аудиторії. Один із важливих напрямків медіадискурсу – політичний. Для багатьох людей саме сучасні медіа є основним засобом отримання інформації про політичні події. У тексті часто використовуються фразеологізми, які надають йому образності, виразності, емоційності та мають маніпулятивний ефект. В умовах війни питання використання фразеологізмів в медіадискурсі набуло ще більшої актуальності, адже все, що відбувається сьогодні, впливає не тільки на специфіку використання наявних фразеологізмів, але й створення нових фразеологічних одиниць. Метою роботи є з'ясування специфіки вживання та семантики фразеологізмів, які зафіксовані в англійськомовних і українськомовних медійних текстах політичної тематики у період 2022–2023 років.

Фразеологізми в українськомовних та англомовних текстах слугують емоційними маркерами подій, додають текстам виразності. Автори новинних повідомлень використовують їх для оцінки подій та впливу на думку читачів, формуючи їхні уявлення про ті чи інші ті події або про того чи іншого того політичного діяча. В англомовних текстах здебільшого функціонують фразеологізми з негативною конотацією. Часто вживаються такі фразеологізми з негативним змістом, як: *achilles heel* (ахіллесова п'ята), *pyrrhic victory* (ніппова перемога), *to play with fire* (грати з вогнем). З-поміж усіх фразеологізмів в англомовних текстах виділяються фразеологізми з семантикою азартних ігор, як *to hold all the cards* (мати всі картки), *high-stakes* (високі ставки) тощо. Таких фразеологізмів більшість, вони широко використовуються як у заголовках, так і в основному тексті статей, новин. Фразеологізми з семантикою азартних ігор також можна віднести до тих, що мають негативну конотацію.

Українські медійники по-іншому висвітлюють ті ж самі події російсько-української війни. Відбір українських фразеологізмів

відрізняється від тих, якими користуються англومовні автори. Якщо в англومовних текстах фразеологізми вживаються для яскравої констатації фактів, то вжиті в українських текстах фразеологізми відрізняються сильним емоційним забарвленням. Це пояснюється різним поглядом на війну – знаходячись у країні, яка другий рік поспіль страждає від російської агресії, українська аудиторія більш чутливо реагує на новини, що стосуються війни чи політики, ніж західна. Після початку повномасштабного вторгнення росії в українських медіа почали превалювати фразеологізми з семантикою війни, крові, загибелі. Внаслідок війни в Україні з'явилося чимало нових слів та словосполучень – неологізмів. Серед них є і фразеологізми. Найпопулярніші з них: *жест доброї волі, відправити слід за російським кораблем, хороші рускі, отрицательное наступление, отрицательный рост, та Київ за три дня*. Більшість фразеологізмів, що виникли, мають сатиричний характер: *Батальйон «Монако», батальйон «Відень», концерт Кобзона*. На відміну від інших фразеологізмів, що вживаються в медійних текстах, нові фразеологічні одиниці позначають політичні явища і не вживаються окремо від політичного контексту.

Використання фразеологізмів у заголовках розкриває їхній маніпулятивний потенціал, адже заголовок зазвичай містить основну ідею та авторський задум журналіста. Вдале використання фразеологізмів у заголовках дозволяє автору сформулювати думку читача про події, що описуються в тексті, ще до того, як цей текст буде прочитано, наприклад: *«Сидіти на двох стільцях більше не вийде» – WORK.UA внесло ще 200 міжнародних компаній у санкційний список*. Тому фразеологічні одиниці широко використовуються в заголовках як англومовних, так і українсько-мовних новин.

Отже, використання фразеологізмів у політичних текстах є ефективним засобом впливу на думку читача, створення яскравих образів та оцінки подій. В англومовних політичних текстах фразеологізми використовуються для констатації фактів, створення образу політиків, політичних явищ. Найпопулярнішими фразеологізмами в англومовних текстах є фразеологізми з негативною конотацією та семантикою азартних ігор. В українських політичних текстах та новинах використовуються більш різноманітні за семантикою та більш емоційні фразеологізми, що пояснюється різним поглядом на російсько-українську війну. Війна вплинула і на створення нових фразеологічних одиниць – з'явилася велика кількість інноваційних фразеологізмів, які відображають почуття, переживання українців, розкривають сучасні події, висміюють російську пропаганду.