

О. А. Кузина
Севастополь, Россия

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ СОБЫТИЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ НА УКРАИНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

АННОТАЦИЯ. Целью данной работы является выявление фразеологизмов и анализ их функционирования в текстах статей американских и британских периодических печатных изданий, темой которых становится политический кризис на Украине. Описывается воздействующая функция средств массовой информации, роль медиаресурсов в трансляции внешней политики одного государства по отношению к другому, к процессам, происходящим в другом государстве, и к действиям этого государства на международной арене. Делается акцент на языковых средствах интерпретации информации о важных политических событиях. Дается определение фразеологических единиц в рамках теории когнитивной лингвистики как языковых знаков и носителей информации об окружающей действительности. Указывается на роль фразеологизмов в построении метафоры, метонимии и олицетворения. При работе над практическим материалом используются описательный метод, метод контекстуального анализа и анализа словарных дефиниций. С помощью этих методов описывается этимология и значения фразеологизмов, выделяется их образный и экспрессивный потенциал, затем определяется их оценочная нагрузка в контексте конкретного политического дискурса. Приведенные примеры демонстрируют, что почти за каждой фразеологической единицей находится метафорический образ. Проведенный анализ показывает, что употребление фразеологизмов в текстах СМИ позволяет автору статьи создать однозначный, четкий, но в то же время яркий образ описываемого явления с определенной оценочной нагрузкой. Отбор фразеологизмов в текстах массмедиа во многом нацелен на донесение необходимой точки зрения на политическое событие до реципиента с целью формирования определенных политических ценностей среди населения. Результаты исследования могут быть применены в курсах стилистики, лингвистики текста и медиалингвистики, а также послужить основой дальнейшего рассмотрения языковых средств конструирования политического образа Украины в медиадискурсе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: фразеологическая единица; когнитивная структура; средства массовой информации; оценка; политические события; Украина.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кузина Ольга Андреевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков, филиал МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе; аспирант кафедры перевода и переводоведения, Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина, г. Пушкин; 299001, г. Севастополь, ул. Героев Севастополя, 7; e-mail: mojipisma@yandex.ru.

В современном мире наши представления о том, что происходит в разных странах, во многом обусловлены образами и интерпретациями, которые ежедневно тиражируются с помощью средств массовой информации. Недаром стал уже поистине классическим тезис Н. Лумана: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором мы живем, мы узнаем через массмедиа» [Луман 2005: 8].

С развитием новых технологий мы получаем информацию не дозированно, как раньше, из периодической печати и выпусков радио- и теленовостей, а фактически существуем в окружающем нас информационном пространстве. В связи с этим основатель российской медиалингвистики Т. Г. Добросклонская ввела понятие инфосферы, т. е. постоянного информационного слоя, который создается и поддерживается СМИ и состоит из бесконечного множества производимых и распространяемых медиатекстов [Добросклонская 2005: 181].

Средства массовой информации выступают сегодня не только как посредники в передаче информации, но и как средства, конструирующие собственную реальность. При этом информационная функция СМИ отходит на второй план, уверенно выдвигая вперед функцию воздействия. «Средства массовой информации становятся средствами массового воздействия, призванного формировать мнение аудитории в заданном направлении», — пишет Ю. Н. Шаталова [Шаталова 2014: 174].

На воздействующий эффект СМИ также указывает Е. С. Кубрякова. По мнению ученого, СМИ — это «средства разъяснения и популяризации, передачи особым образом обработанной, препарированной и представленной информации особому — массовому — адресату с целью воздействия на него» [Володина 2008: 184].

Таким образом, информация в СМИ формирует, используя термин Н. Лумана, лишь «замкнутый каркас» [Луман 2005: 9], на который нанизываются средства вербализации этой информации, создавая воздействующий потенциал, который непосредственно связан с интерпретацией.

Интерпретация событий, как указывает Т. Г. Добросклонская, представляет собой конкретное воплощение определенного смысла в определенной форме и имеет решающее значение в развертывании информационной цепочки [Добросклонская 2005: 11]. По мнению А. Л. Леонтьева, информационная цепочка выглядит следующим образом: из реальности вычленяется отдельный фрагмент, он рассматривается под определенным углом зрения, затем знание об этом фрагменте переводится на словесный язык, разворачиваясь в совокупности вербальных суждений [Володина 2008: 153].

Таким образом, интерпретируя события окружающей действительности, СМИ создают необходимые образы политических деятелей, событий, стран и т. д., акцентируя внимание на одних чертах и намеренно иг-

норируя или делая менее заметными другие. Возникает подобное преломление фактической информации во многом потому, что интерпретация событий в СМИ неотделима от политических взглядов автора отдельной статьи, редакционного коллектива издания, а также господствующих политических ориентаций населения и курса внешней политики государства в целом. Один из отечественных специалистов по медиалингвистике И. В. Ерофеева указывает, что медиатекст нужно оценивать только в политико-социальном контексте, чтобы увидеть его в реальном действии, вытекающем из реальности и создающем реальность [Ерофеева 2009: 132]. В. З. Демьянков высказывает мнение о том, что при анализе медиадискурса даже с чисто филологической точки зрения исследователь «боковым зрением» должен смотреть на фон: политические и идеологические концепции, господствующие в мире интерпретатора [Володина 2008: 376].

Воздействующая и интерпретирующая функция в СМИ реализуется как при отборе фактов, так и при выборе языковых средств их описания.

По мнению Е. В. Покровской, воздействующая функция создается прежде всего особой языковой тканью [Покровская 2006: 81]. Создатели текстов СМИ выбирают средства и способы вербализации, которые наилучшим образом подходят для передачи взгляда на политическое событие, который журналист хочет сформировать у аудитории.

В. З. Демьянков образно сравнивает дискурс СМИ, в том числе и политический, с закусочной Макдоналдса: такой дискурс должен легко перевариваться и быстро производить свой эффект («усваиваться», как и любая fast food), позволяя по возможности незаметно манипулировать сознанием аудитории [Володина 2008: 374]. В связи с этим вполне логично наличие в текстах СМИ большого количества разного рода клишированных фраз, среди которых велика доля и фразеологических единиц (ФЕ). ФЕ, как правило, национально-специфичны и у носителей одного языка и одной культуры вызывают в сознании вполне фиксированные образы, т. е. они легко «усваиваются». В то же время, обладая экспрессивностью, фразеологизмы создают яркие образы, которые вызывают эмоциональный отклик читателя, и, следовательно, могут выполнять функцию воздействия.

В рамках данной работы фразеологизмы считаются элементами когнитивной системы, поскольку ФЕ как языковой знак является «хранителем» наших знаний о мире и рассматривается как носитель информации,

особой структуры знания [Кубрякова 1994: 45]. Под ФЕ в этом контексте понимается устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением [Кунин 1996: 53].

Как и любой другой языковой знак, ФЕ имеет внутреннюю форму (содержание) и внешнюю форму. Во внутренней форме ФЕ заложены этимологические процессы ее образования. «Внутренняя форма, хранящая конкретное представление о каком-либо факте, событии, явлении, которые когда-то были актуальными, часто повторялись, представляет собой сложную по организации когнитивную структуру», — указывает А. И. Федоров [Федоров 1973: 13]. Так, внутренняя форма ФЕ является важнейшим фактором формирования семантической структуры ФЕ, одним из его конститутивных и дифференциальных признаков [Добровольский 1996: 74].

ФЕ как когнитивные структуры могут делиться на множество мелких структур, асимметричных по объему, входящих в более крупные образования или же только пересекаться с ними. Таким образом, значение фразеологической единицы становится понятным только в контексте других когнитивных структур, или блоков знаний (фреймов, сценариев).

ФЕ характеризуются образностью. В основе образности лежит «совмещенное видение двух картин», одна из которых создает образное (переносное) значение слова (или выражения), а другая соответствует его буквальному (исходному) значению. Указанные картины, соответствующие двум различным значениям, накладываются друг на друга, причем образное значение находится на первом плане, а буквальное — на втором, исходном.

В структуре фразеологического образа широкую реализацию находит метафора и метонимия как не просто тропы, а когнитивные инструменты познания человеком действительности, основанного на человеческой способности соизмерять, ассоциировать разные категории, и такое измерение происходит в соответствии с собственно человеческим масштабом знаний и представлений.

В качестве материала исследования взяты статьи с новостных сайтов ведущих изданий Великобритании и США, посвященные кризису на Украине (март — декабрь 2014 г.). В указанный период тема Украины активно поднималась во всех мировых СМИ, особенно в связи с событиями в Крыму и на Донбассе и годовщиной начала Евромайда-на, чем было обусловлено создание ярких, но порой противоречивых образов, дававших большой простор для использования

самых разных лингвостилистических средств, среди которых, безусловно, встречаются и фразеологические единицы.

Отражение событий на Украине в медиадискурсе разных стран в последние годы достаточно часто становится объектом лингвистических исследований. Материалом исследований выступают как иноязычные, так и русскоязычные новостные издания и информационные порталы сети Интернет. Объектом исследования становится как медиаобраз украинского кризиса в целом (А. Б. Бушев), так и отдельно метафорический образ Украины (Н. Г. Смирнова) и сравнительный — Украины, России и ЕС (А. О. Уржумцева). Исследуются и особенности речи украинских политиков: Ю. Тимошенко (О. Н. Кондратьева, К. А. Ковалева), П. Порошенко (Е. С. Экс). Не остался без внимания лингвистов и «крымский вопрос». А. А. Алексеева провела работу по изучению конфликтных речевых тактик на материале страниц групп социальной сети «ВКонтакте», где поднималась тема присоединения Крыма к России. Кроме того, И. А. Сергеева и А. П. Чудинов описали метафорические модели слоганов Крымского референдума. Е. Н. Молодыхенко изучила лингвистическое выражение отношения Америки к референдуму в Крыму путем анализа речи Б. Обамы. Столь острый вопрос, как конфликт на Донбассе, тоже стал предметом исследования. А. А. Казаков рассмотрел освещение событий на юго-востоке Украины в рамках новой для нашей страны, но уже хорошо закрепившейся на Западе методики фреймов. Одним из популярных объектов исследования в рамках украинской темы стали также разговорные новообразования, появляющиеся на страницах СМИ и в социальных сетях (Н. В. Костромичева, А. С. Поляков, Ю. Я. Тагильцева, Т. М. Полякова). Немалый интерес представляет работа Э. В. Будаева, который затронул аспект идеологии и топонимики, а именно употребление определенного артикля в английском языке перед названием страны «Украина».

Можно заметить, что аспекты и объекты лингвистических исследований, связанных с Украиной, очень многообразны, однако еще не было статей, посвященных фразеологии как средству создания образа Украины, в результате чего данное исследование можно считать актуальным. Изучение отдельного аспекта — фразеологии — поможет внести вклад в комплексный анализ языковых средств конструирования образа Украины в англоязычном политическом медиадискурсе.

Итак, обратимся к исследованию функционирования фразеологических единиц в

политическом дискурсе англоязычных средств массовой информации и попытаемся выявить их воздействующий потенциал.

Вот, например, предложение из статьи издания *The Daily Telegraph*, посвященной годовщине начала Евромайдана в Киеве: *And when the three political opposition leaders finally signed the February 21 agreement with Mr Yanukovich, the rank and file on the streets refused to accept it* (*The Daily Telegraph*. 21.11.2014).

Здесь использован фразеологизм «rank and file», который возникает в английском языке в XVI в. и первоначально соотносится с военной сферой, а именно способом маршировки солдат — «in reference to the horizontal and vertical lines of soldiers marching in formation» (1590); потом значение расширяется до «common soldiers» (1796). Затем ФЕ приобретает многозначность, получая значение «common people, general body of any group» (1860) [OED].

Употребление этой ФЕ в газетной статье направлено на противопоставление простых жителей — участников протестов и политиков, которые представляли официальную оппозицию действующей власти. Подчеркивается не только противопоставление политиков и простого народа, но и их действий. Осуществляется это с помощью лексических средств: «signed the agreement» — «refused to accept it». То есть ФЕ является и компонентом антитезы. При анализе оценочности данного предложения необходимо учитывать внешнюю политику Британии по отношению к Украине, которая тиражируется в ведущих британских СМИ, а именно распространение мнения о народном характере протеста в Украине. В связи с этим можно предположить, что идиома имеет положительную оценочную коннотацию в данном контексте.

Следующие примеры связаны с актуальной политической темой сотрудничества Украины с НАТО: *In Washington, a State Department spokeswoman, Marie Harf, said that the United States had an open mind on Ukraine's joining NATO and that the alliance itself had an open door* (*The New York Times*. 24.12.2014).

В данном примере ФЕ употреблены в цитате, переданной в косвенной речи. Первый фразеологизм в предложении представлен в своем полном структурном виде (*to have an open mind* — *to be willing to listen to or accept new ideas or suggestions* [OALD]) и служит для демонстрации сдержанной поддержки политики Украины со стороны США, второй фразеологизм употреблен в трансформированном виде. Словарь дает следующие два варианта ФЕ:

1) *To leave the door open for smth/smb — make sure that there is still the possibility of doing smth* [OALD];

2) *Open door — free and unrestricted admission* [OALD]. В таком варианте ФЕ впервые употребляется в 1856 г. в значении открытости международных торговых сделок [OED].

Значение второй ФЕ усиливает поддержку политического курса Украины, таким образом можно сказать, что обе ФЕ имеют положительную оценочность. Трансформация структуры второй ФЕ, очевидно, связана с синтаксической организацией предложения, а именно употреблением параллельных конструкций для большей выразительности.

Эти ФЕ создают метафорический образ: США в роли гостеприимного хозяина открывает дверь для Украины как своего гостя.

Статья из «The Associated Press» передает идею о движении Украины в НАТО с помощью другой ФЕ — «*paving the way*»: *Ukraine's parliament dropped the nation's nonaligned status Tuesday, possibly **paving the way** for a bid to join NATO in defiance of the Kremlin's wishes* (The Associated Press. 23.12.2014).

«Oxford Advanced Learner's Dictionary» определяет ФЕ «*to pave the way*» как «*to create the situation in which smb will be able to do smth or smth can happen*» [OALD]. Этимологический источник указывает на то, что переносное значение «*make smooth*» глагол «*pave*» приобретает в конце XVI в. [OED]. Данная ФЕ показывает стремление Украины в НАТО, однако наречие «*possibly*», употребленное перед ней, смягчает высказывание. Создается метафорический образ Украины — строителя дороги к месту назначения. Наличие в этом же предложении метонимической фразы «*in defiance of the Kremlin's wishes*» создает впечатление еще больших усердий и усилий со стороны Украины. Можно сказать, что ФЕ имеет положительный оценочный оттенок значения.

Однако перспектива вступления Украины в НАТО не кажется абсолютно безоблачной. Рассмотрим следующий пример: *It is likely to take years for Ukraine to meet the technical criteria for accession to NATO and, even then, there is no certainty that the alliance is ready to take on such a political **hot potato*** (The Daily Telegraph. 24.12.2014).

ФЕ «*hot potato*» (a problem, situation etc that is difficult and unpleasant to deal with [OALD]) принадлежит к разговорной лексике. Структура фразеологизма расширена за счет предшествующего прилагательного «*political*», которое вносит определенное уточнение: именно политически Украина является проблемной страной. Коннотация ФЕ определенно отрицательная.

Рассмотрим еще один пример, где фразеологический образ строится на метонимии. В статье, описывающей результаты выборов в парламент Украины осенью 2014 г., упоминается премьер-министр Арсений Яценюк в следующем контексте: *The result suggested that Poroshenko, a billionaire chocolate tycoon, would probably continue working in tandem with Yatsenyuk, who has been more hawkish on Russia than the president but is considered **a safe pair of hands** for the economy* (The Guardian 27.10.2014).

А. Яценюк описывается при помощи ФЕ «*a safe pair of hands*», которую «Oxford Advanced Learner's Dictionary» определяет как «*a person that you can trust to do a job well*» [OALD]. Этимология фразеологизма прослеживается до XVI в., когда он предположительно возник в связи со школьными спортивными соревнованиями по крикету и регби, где в команде нужен был человек, который бы хорошо ловил мяч и на которого можно было бы положиться. Затем с XVIII в. ФЕ стала употребляться в политическом контексте [OED].

Фразеологический образ построен на основе метонимии: умелое действие рук во время ловли мяча трансформировалось в характеристику человека. Контекстное окружение ФЕ конкретизирует ее значение («*a safe pair of hands for economy*»), таким образом указывая, что Яценюк может принести пользу Украине преимущественно в секторе экономики. Фразеологизму предшествует пассивная безличная конструкция «*is considered*», из которой не вполне понятно, кто считает Яценюка хорошим экономистом, следовательно, объективность положительной оценки ставится под сомнение.

Достаточно нагружены ФЕ журналистские комментарии, связанные с референдумом в Крыму. Вот, например, заключительное предложение статьи из «The Guardian», посвященной уходу украинских войск из Крыма: *Certainly, if Nato wants **to be fit for purpose** in the 21st century, then it should regard Mr Putin's Crimean adventure as **a wake-up call to get its act together**. Otherwise, as the Russian leader no doubt hopes, we will soon be sounding its **death knell*** (The Guardian. 25.03.2014).

В двух предложениях автор употребляет четыре ФЕ, что позволяет ему наиболее четко и образно выразить свои мысли и отношение к происходящему. Первый фразеологизм «*to be fit for purpose*» имеет несколько структурных вариаций — *to see/think/be fit for smth*, — которые обладают общим значением «*to consider it right or acceptable to do smth*» [OALD]. Автор статьи употребляет

именно вариант «to be fit for purpose» со следующим конкретизированным значением в словаре: (*of an institution, facility, etc.*) *well equipped or well suited for its designated role or purpose* [OALD]. Этимология ФЕ прослеживается до XIX в., изначально она употреблялась только в контексте атлетики («*in condition, properly trained for action*»), затем произошло расширение значения. Первоначально фраза была авторской, ее впервые употребил Г. Спенсер в 1867 г. в работе, посвященной происхождению видов [OED].

Вторая ФЕ «a wake-up call» в данном контексте употреблена в значении «an event that makes people realize that there is a problem that they need to do sth about» [OALD]. Фразеологизм впервые зафиксирован в 1968 г. со значением «a call one received from the hotel desk in the morning» [OED]. Затем он стал многозначным, развил второе переносное значение.

Третья ФЕ «to get your act together» (*to organize yourself and your activities in a more effective way in order to achieve smth*) [OALD]) также датируется 60-ми гг. XX в. Первоначально ФЕ имела лишь два компонента в своей структуре — «get together» — и значение «to organize (oneself), to collect, to gather, to meet, to assemble». Когда происходит расширение внешней формы и обобщение значения до современного, не известно [OED].

И последняя в данном комментарии ФЕ «death knell» сегодня имеет переносное значение «an event that means that the end or destruction of smth will come soon» [OALD]. Фразеологизм уходит своими корнями еще в древнеанглийский, где было предположительно звукоподражательное слово «сnyll», обозначающее определенный вид колокольного звона на похоронах. Вплоть до конца XIX в. словосочетание «death knell» употреблялось только в значении похоронного звона колокола [OED]. Затем, как и в случае с «wake-up call», ФЕ приобрела многозначность и развила второе значение.

Фразеологические образы «оживляют» НАТО: организация, как человек, должна быть в хорошей физической форме и начать действовать. Таким образом, создается олицетворение. Интересно также то, что автор сочетает в одном отрывке разговорную ФЕ (*to get your act together*) и более формальную (*to be fit for purpose*). Смешение стилей делает текст более выразительным. Яркость образа создается и благодаря парной градации, которая заложена в лексемах в структуре ФЕ. Так, сначала НАТО должно быть в хорошей форме (*fit*), а затем — начать действовать (*act*); а также действия России сначала указываются как призыв (*call*), а если на них не обратить внимания,

то призыв превратится в колокольный звон, который не будет предвещать ничего хорошего (*knell*).

Весь отрывок статьи звучит как призыв, как предупреждение, что НАТО необходимо внимательно отнестись к внешней политике России, поэтому определить оценочную коннотацию ФЕ достаточно сложно. Вводное слово «*certainly*», за которым идет условное предложение первого типа, но с модальным глаголом *should*, вносит оттенок неуверенности, понижая положительную коннотацию ФЕ «to be fit for purpose» и «to get its act together». Помещенная в этот же контекст ФЕ «a wake-up call» характеризуется скорее отрицательной коннотацией, так как в своем определении содержит слово «*problem*». Второе предложение начинается с противительного наречия «*otherwise*», вводя возможный результат невыполнения рекомендаций первого предложения, затем стоит усиливающая вводная конструкция «*no doubt*», после которой употреблен глагол во времени Future Continuous, также выражающий высокую вероятность события в будущем, перед ФЕ «*death knell*» с однозначно отрицательной смысловой нагрузкой. Таким образом, оценочная нагрузка отрывка все же скорее отрицательная.

Для полноты охвата всех ключевых событий украинского кризиса обратимся к примеру употребления ФЕ в контексте, связанном с военными событиями на Донбассе. Газета «The Daily Telegraph» описывает подготовку выборов в Донецкой и Луганской народных республиках вопреки Минским договоренностям: *That agreement now lies in tatters. By staging their own elections in the areas of Donbass region under their control, the pro-Russian rebels have humiliated Mr Poroshenko and driven a coach and horses through the Minsk deal* (The Daily Telegraph 04.11.2014).

Первая ФЕ «*in tatters*» обозначает «*ruined or badly damaged*» [OALD]. Это переносное значение многозначной ФЕ, которая имеет скандинавское происхождение и употреблялась уже в XV в. в значении «*rags, tatters, tattered garment*». Второе, переносное значение фразеологизма появилось в XIX в. [OED].

Вторая ФЕ «*to drive a coach and horses through smth*» имеет значение «*to spoil smth, for example a plan*» [OALD]. Данная фраза была впервые употреблена в переносном значении в XVII в. ирландским адвокатом С. Райсом: «*I will drive a coach and six horses through the Act of Settlement*». После этого фразу стали употреблять в контексте неэффективности закона или соглашения, а количественное числительное постепенно выпало из структуры [OED].

В обоих предложениях данного отрывка заложена одна и та же идея: Минские соглашения нарушены решением протестующих на Донбассе провести свои собственные выборы. Таким образом, наблюдается повторение ключевой идеи в двух вариациях с помощью разных ФЕ со схожим значением для усиления силы воздействия на адресата: *agreement — in tatters; driven a coach and horses through the Minsk deal*. Оценочная коннотация обоих фразеологизмов отрицательная, следовательно, акцент автора стоит на том, что ополченцы Донбасса поступают неправильно. В данном примере также явно прослеживается трансляция через СМИ официальной точки зрения Великобритании и определенное навязывание ее читателям.

Проанализировав функционирование фразеологизмов в новостных и аналитических политических статьях английских периодических изданий, можно сделать вывод, что употребление фразеологии в СМИ позволяет создавать яркие, эмоциональные образы, которые помогают авторам выразить оценочное отношение к политическим событиям и реализовывать воздействующую функцию текста. Для достижения этой цели авторы, как правило, выбирают те фразеологические единицы, которые понятны всем носителям языка и вызывают фиксированные образы, часто реализуемые с помощью метафор и метонимий, т. е., употребляя фразеологическую единицу, автор статьи может быть уверен в однозначности создаваемого образа.

O. A. Kuzina
Sevastopol, Russia

PHRASEOLOGICAL UNITS AS A MEANS OF REPRESENTATION OF POLITICAL SITUATION IN UKRAINE (IN THE MODERN ENGLISH MEDIADISOURSE)

ABSTRACT. *The aim of this article is to select and analyse the function of phraseological units in the texts of British and American periodicals, the topic of which is the political crisis in Ukraine. Interpretation function of mass media is described, with the attention paid to the role of media recourses in demonstration of foreign policy of one state towards another, towards events taking place in another state and towards behaviour of this state on the international political scene. The emphasis is put on the language means of interpreting information about important political events. Phraseological units are defined within the paradigm of cognitive linguistics as language signs and data media about the surrounding world. The role of phraseological units in metaphor and metonymy building is identified. Practical material is analysed with the help of descriptive method, method of contextual analysis and analysis of dictionary definitions. These methods are applied in describing etymology and meaning of phraseological units, identifying their expressive potential, defining their evaluation component in the context of political discourse. The selected examples point out that there is a metaphorical image behind practically every phraseological unit. The conducted analysis shows that the use of phraseological units in mass media helps the author to create unambiguous, precise but at the same time bright image with definite evaluation load. Selection of phraseological units in mass media is mainly aimed at transmitting a certain point of view on some political events to instill particular political values in the population. The results of the study can be applied in the courses of stylistics, text linguistics and media linguistics as well as become the basis for further study of language means in the construction of political image of Ukraine in media discourse.*

KEYWORDS: *phraseological unit; cognitive structure; mass media, evaluation; Ukraine.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kuzina Olga Andreevna, Assistant Lecturer of Foreign Languages Department, Sevastopol Branch of Moscow State University; Post-graduate Student of the Department of Translation Studies; Pushkin Leningrad State University, Pushkin, Russia.*

REFERENCES

1. Dobrovol'skiy D. O. *Obraznaya sostavlyayushchaya v semantike idiom // Voprosy yazykoznaneya*. 1996. № 1.
2. Dobrosklonskaya T. G. *Voprosy izucheniya mediatekstv (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi)*. — М. : Editorial URSS, 2005.

В то же время при намеренном нарушении структуры фразеологической единицы или помещения фразеологизма в несвойственный ему контекст возникает новое контекстное значение и получается очень яркий, запоминающийся образ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добровольский Д. О. *Образная составляющая в семантике идиом // Вопросы языкознания*. 1996. № 1.
2. Добросклонская Т. Г. *Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи)*. — М. : Едиториал УРСС, 2005.
3. Ерофеева И. В. *Аксиосфера современных СМИ: специфика и компоненты конструирования // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика*. 2009. № 8.
4. Кубрякова Е. С. *Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика — психология — когнитивная наука // Вопросы языкознания*. 1994. № 4.
5. Кунин А. В. *Курс фразеологии современного английского языка : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.* — М. : Высш. шк ; Дубна : Феникс, 1996.
6. Луман Н. *Реальность массмедиа*. — М. : Праксис, 2005.
7. Покровская Е. В. *Прагматика современного газетного текста // Русская речь : науч.-популярный журн*. 2006. № 3.
8. Федоров А. И. *Развитие русской фразеологии в конце XVIII — нач. XIX в.* — Новосибирск, 1973.
9. Шаталова Ю. Н. *Общественно-политическая жизнь в зеркале словотворчества // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом : материалы междунар. науч. семинара (Белгород, НИУ «БелГУ», 2—3 апр. 2014 г.)*. — Белгород, 2014.
10. *Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной*. — М. : Академический проект : Альма Матер, 2008.
11. *Online Etymology Dictionary = OEL*. URL: www.etymonline.com (date of access: 23.01.2016).
12. *Oxford Advanced Learner's Dictionary online*. URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (date of access: 23.01.2016).

3. Ерофеева И. В. *Аксиосфера совremennykh СМИ: spetsifika i komponenty konstruirovaniya // Vestn. Volgograd. gos. un-ta. Ser. 8, Literaturovedenie. Zhurnalistika*. 2009. № 8.
4. Kubryakova E. S. *Nachal'nye etapy stanovleniya kognitivizma: lingvistika — psikhologiya — kognitivnaya nauka // Voprosy yazykoznaneya*. 1994. № 4.

5. Kunin A. V. Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka : ucheb. dlya in-tov i fak. inostr. yaz. — M. : Vyssh. shk ; Dubna : Feniks, 1996.

6. Luman N. Real'nost' massmedia.— M. : Praxis, 2005.

7. Pokrovskaya E. V. Pragmatika sovremennogo gazetnogo teksta // Russkaya rech' : nauch.-populyarnyy zhurn. 2006. № 3.

8. Fedorov A. I. Razvitie russkoy frazeologii v kontse XVIII — nach. XIX v. — Novosibirsk, 1973.

9. Shatalova Yu. N. Obshchestvenno-politicheskaya zhizn' v zerkale slovotvorchestva // Aktual'nye problemy sovremennoy medialingvistiki i mediakritiki v Rossii i za rubezhom : materialy

mezhdunar. nauch. seminara (Belgorod, NIU «BelGU», 2—3 apr. 2014 g.). — Belgorod, 2014.

10. Yazyk sredstv massovoy informatsii : ucheb. posobie dlya vuzov / pod red. M. N. Volodiny. — M. : Akademicheskiy proekt : Al'ma Mater, 2008.

11. Online Etymology Dictionary = OEL. URL: www.etymonline.com (date of access: 23.01.2016).

12. Oxford Advanced Learner's Dictionary online. URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (date of access: 23.01.2016).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. О. Н. Морозова.