

С.В. Королев, кандидат филологических наук

Московский государственный институт международных отношений
(университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации,
Одинцовский филиал, Одинцово, Российская Федерация

S.V. Korolyov, Candidate of Philology

Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry
of Foreign Affairs of the Russian Federation, Odintsovo branch,
Odintsovo, Russian Federation

ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ В ДИСКУРСЕ ПЕЧАТНЫХ СМИ

LINGUOCREATIVE POTENTIAL OF ENGLISH PHRASEOLOGY IN PRINT MEDIA DISCOURSE

Рассматриваются вопросы лингвокреативности в употреблении английских фразеологизмов в заголовках печатных СМИ. Исследование проводится на материале сочинительных фразеологизмов английского языка. Раскрываются степень лингвокреативности заголовков и их pragматический потенциал.

Ключевые слова: лингвокреативность; сочинительные фразеологизмы; фразеотрансформация; дискурс печатных СМИ.

The study deals with issues concerning linguistic creativity in the use of English binomials in print media headlines. It studies the degree of linguistic creativity of transformed binomials alongside with their pragmatic potential.

Key words: linguistic creativity; binomials; coordinate set-phrases; phraseotransformation; print media discourse.

Цель данного исследования – охарактеризовать феномен фразеокреативности путем выявления наиболее частотных способов образования фразеолингвокреативов и их воздействующего потенциала в дискурсе печатных СМИ. Методика исследования включает в себя сбор эмпирического материала, дефиниционный, контекстуальный и семантический анализ.

Практическим материалом исследования является авторская картотека из более чем ста единиц зачастую трансформированных сочинительных фразеологизмов (далее – ФЕ) (e.g. *hit and run, gloom and doom*) в заголовках статей двух «качественных» газет (*The Guardian*, *The Economist*) и двух таблоидов (*The Sun*, *New York Post*) за период с 2021 по 2025 годы.

Применительно к дискурсу печатных СМИ лингвокреативность можно определить как намеренное нетривиальное использование языковых средств, с формальными модификациями или без, с целью повышения pragматического «заряда» высказывания (см. [Беляевская 2022: 62; Зыкова 2017: 638; Zykova 2023: 338]).

Фразеотрансформы обладают высоким лингвокреативным потенциалом, в частности, за счет своей измененной формы, удерживают внимание читателя, а

также передают отношение (оценку) автора статьи к ее содержанию. Так, например, на первой полосе выпуска *New York Post* за 28 августа 2024 года есть заголовок: “*Groom and Doom*”. В статье рассказывается о женихе, который погиб в автокатастрофе за день до свадьбы. В данном случае слияние слова *groom* ‘жених’ и ФЕ *gloom and doom* ‘чувство утраты надежд, грустная новость’ задает печальный настрой всей статьи, передает сочувствующую оценку автора. Механизмом образования подобного объемного смысла служит наложение значений объединяемых языковых единиц, а также распространение пейоративной оценки ФЕ на весь заголовок.

Полученные в ходе исследования результаты выявляют специфику реализации феномена лингвокреативности на материале сочинительных ФЕ, употребляемых в заголовках англоязычной прессы, показывают тесную взаимозависимость заголовка и текста статьи в осуществлении pragматической цели автора. Перспектива исследования видится в составлении типологии лингвокреативных заголовков с учетом полимодального характера дискурса печатных СМИ.

Список литературы

- Беляевская Е. Г. Лингвистическая креативность : нарушение нормы? // Вопросы психолингвистики. 2022. № 3. С. 62–73.
- Зыкова И. В. Метаязык лингвокультурологии : константы и варианты. М. : Гнозис, 2017.
- Zykova I. V. Linguistic creativity and multimodal tropes in cinematic discourse // Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 2. No. 2. P. 334–362.