

DOI 10.36074/grail-of-science.10.11.2023.48

ТЕМАТИЧНІ ГРУПИ КЛІШОВАНИХ ОДИНИЦЬ МАСМЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

Лукаш Наталія Миколаївна 

канд. філол. наук, старший викладач кафедри української мови
*Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка, Україна*

Подгорна Аліна Олександрівна

здобувач вищої освіти факультету філології та журналістики
*Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка, Україна*

Мові ЗМІ притаманне раціональне використання готових універсальних структур – кліше. Особливості їх функціонування в медіадискурсі стали об'єктом прискіпливої уваги українських лінгвістів, зокрема С. Бибик, М. Нагорняк, Н. Романюк, Н. Шарманової та ін. Причинами активного застосування розгляданих одиниць у журналістських текстах є суттєве загострення суспільно-політичного життя в Україні, перманентне акцентування уваги на його драматично-трагедійному компоненті, наявність жорстких часових меж тощо [1].

Н. Шарманова виокремлює такі тематичні групи мовних кліше, зафіксованих у новітніх українських медіа: 1) соціально-культурна сфера; 2) політичні поняття; 3) кліше на позначення економічної галузі; 4) виробнича сфера діяльності; 5) кліше на позначення інтелектуально-аксіологічних понять; 6) мистецька царина; 7) військова галузь [2].

Аналіз наявного фактичного матеріалу дає підстави об'єднати мовні кліше, зафіксовані в сучасному медіадискурсі (зокрема на сайтах «Українська правда» та «ТСН»), у такі тематичні групи: 1) мовні кліше соціально-економічної сфери; 2) мовні кліше політичної сфери; 3) мовні кліше воєнного часу; 4) мовні кліше офіційно-ділової сфери; 5) мовні кліше культурно-мистецької сфери та ін.

Продуктивними в сучасному вітчизняному медіапросторі є клішовані мовні одиниці, які належать до соціально-економічної сфери (*захист прав споживачів, корупційні схеми, брудні гроші, стабілізація національної валюти, медичне обслуговування, міграційна криза, соціально незахищені верстви населення, фінансова допомога, стратегія валютних послаблень, оплата послуг, курс долара, економічний розвиток, економічна криза, дрібне підприємництво, фінансовий ґрунт, готівковий ринок, валютний ринок, іноземна валюта, міжнародна допомога* тощо). Вони створюють уявлення про важливі події із життя українського соціуму. Значення розгляданих мовних одиниць полягає в тому, щоб забезпечити адекватне реагування реципієнтів на ті чи ті суспільні події, факти, явища та їхню оцінку з боку соціуму [2].

Функційно активними в сучасному медіадискурсі є кліше політичної царини (*самопроголошений президент, право вето, проукраїнська позиція, двосторонні відносини, перезавантаження влади* та ін.). Злободенною, як і в попередні роки, є тема євроінтеграції, з якою пов'язані такі мовні кліше: *курс на євроінтеграцію, європейська інтеграція, євроатлантична інтеграція, європейські стандарти, європейські прагнення, європейський вибір, євроінтеграційна ініціатива* і под.

У досліджуваному контенті фігурує велика кількість мовних кліше воєнного часу, зокрема тих, що позначають військову агресію Російської Федерації проти України (*велике вторгнення, збройна агресія, повномасштабна війна, повномасштабне вторгнення*), воєнні дії та їх наслідки (*вогневе ураження, вогневий вплив, ворожий вогонь, здійснити масовану атаку, дістати поранення, зазнати / завдати втрат у живій силі / техніці*), країну-агресора та підконтрольні їй військові формування (*країна-агресор, російські загарбники, незаконні збройні формування, російські окупаційні війська, російські терористи*), окуповані Росією території (*тимчасово окуповані території, тимчасово окупований*), українських захисників (*оборонці Маріуполя, українські захисники, сили оборони*), загрозу для населення й алгоритм дій у разі її виникнення (*повітряна тривога, триває повітряна тривога, безпечне місце, не ігноруйте сигнали повітряної тривоги, прямуйте в укриття, негайно в укриття, перебувайте в укриттях, пройдіть до найближчого укриття, перебувайте в безпечному місці*).

Офіційно-ділова сфера представлена низкою мовних кліше на зразок *порядок денний, викликати обурення, ухвалити резолюцію, висловитися проти, виступати проти, набрати чинності, дати змогу, довести до відома, надати допомогу* тощо.

Активно функціонують у медійних текстах кліше культурно-мистецької сфери (*культурний фронт, культурні цінності, культурний продукт, сольна кар'єра, стояти на сцені, Ми всі разом пишемо історію України*).

Отже, мова медіакомунікації характеризується тенденцією до глобальної клішованості – актуалізації готових, стереотипних елементів з різним структурним оформленням. Мовні кліше виконують роль конструктів, структуруючи суспільну інформацію в новітніх медіа, дослідження чого є перспективним у розбудові медіалінгвістики загалом, теорії комунікації, теорії кліше.

Список використаних джерел:

- [1] Нагорняк М. В. Кліше і штамп у новинах на радіо (на прикладі інформаційних повідомлень 1-го каналу Національного радіо). *Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти* : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ : Інститут журналістики, 2016. С. 110–115. Вилучено з: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35602/1/fmc2.pdf>
- [2] Шарманова Н. Мовні кліше в медіакартині світу. *Філологічні студії : науковий вісник Криворізького національного університету* : збірник наукових праць. Кривий Ріг, 2019. Вип. 20. С. 87–99. Вилучено з: <https://core.ac.uk/download/pdf/277361957.pdf>