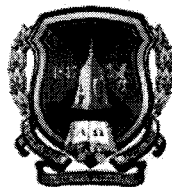


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УДК 80(063)
ББК 80я43
Ф 51

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»



Відповідальний редактор:
Дрьомін Віктор Миколайович, проректор з наукової роботи
Національного університету «Одеська юридична академія»,
доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України

Заступник відповідального редактора:
Петлюченко Наталія Володимирівна, завідувач кафедри
германських та романських мов
Національного університету «Одеська юридична академія»,
доктор філологічних наук, професор

Матеріали

III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

ФІЛОЛОГІЯ ХХІ СТОЛІТТЯ: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ПЕРСПЕКТИВИ

25 квітня 2014 р., м. Одеса

Електронне видання
на CD-ROM

Одеса
2014

Філологія ХХІ століття: теорія, практика, перспективи: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції / за загальною редакцією д.ю.н., професора В.М. Дрьоміна. – Електрон. дані. – Одеса : Національний університет «Одеська юридична академія», 2014. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – 129 с.

ISBN 978-617-7178-04-9

Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Філологія ХХІ століття: теорія, практика, перспективи» містять дослідження з актуальних проблем лінгвістики, перекладознавства та юридичного дискурсу.

Видання буде корисним для філологів-лінгвістів – магістрантів, аспірантів, докторантів, викладачів і всіх науковців, хто цікавиться проблемами загальної, контрастивної, юридичної лінгвістики, перекладу та риторики.

УДК 80(063)
ББК 80я43

ISBN 978-617-7178-04-9

© Національний університет «Одеська юридична академія», 2014

Лакомська І.В.
викладач,
Одеська національна академія харчових технологій,
аспірант,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СУГЕСТИВНА СПЕЦИФІКА ІМПЕРАТИВІВ У МЕЖАХ ЗАГОЛОВКОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Сугестивність засобів масової інформації визнає багато дослідників (І. Вікентьєв, І. Гольхман, О. Гостев, В. Зазикін, Т. Ковалевська, Н. Кутуза, Г. Почепцов, В. Різун, О. Семенюк), проте впливові складники газетного жанру сьогодні тільки починають досліджувати (В. Бадрак, В. Германов), що визначає актуальність пропонованої статті. В цьому аспекті газетний заголовок як концентр медійного повідомлення виступає своєрідним сугестивним стрижнем, що максимально скеровує увагу, запам'ятовується, впливаючи на читача. Увіразнює впливову потужність газетного заголовку залучення фразеологічних одиниць як активних сугестогенів (О. Дуденко, Ж. Колоїз, Л. Кудрявцева, О. Кунін, Н. Непийвода, Т. Свердан, О. Тимчук), а у їхній структурі – імперативних елементів (див. праці Б. Поршнева). Наведене визначає мету статті, скеровану на виявлення та пояснення впливового потенціалу фразеологізмів з імперативами в газетних заголовках української преси.

Спираючись на аналіз фактичного матеріалу (64 заголовки газет «Голос України», «Демократична Україна», «Україна молода», «Урядовий кур'єр» за період 2009 – початок 2014 років), можемо стверджувати, що сугестивним елементом активно виступають імперативи, оскільки вони виконують спонукальну функцію, у спектрі якої можна висловити прохання, пораду, пропозиції, побажання, дозволи, заборони, застереження та ін. Це, у свою чергу, доволі жорстко програмує дії потенційного читача, скеровуючи їх у чітко визначеному автором напрямі, що й ілюструє впливову маркованість таких комплексів.

Аналізовані імперативи активно вживаються у II особі однини (69%) – «Знай наших!» (Україна молода, 18.10.11) та множини (24%) – «Орій Фещенко: Тривалий кашель? Бийте тривогу!» (Україна молода, 26.03.13), рідко вони представлені I особою множини (7%) – «Не рубаймо гілку, на якій сидимо!» (Урядовий кур'єр, 10.10.13). Продуктивність імперативів II особи однини пояснюється додатковими комунікативними потребами – зробити повідомлювану інформацію конкретно адресованою сприймачеві, прагненням скоротити дистанцію між автором та читачем, оптимізуючи вплив.

Також впливові особливості імперативів увіразнює їхня семантика. Частково спираючись на класифікацію І. Вихованця, який виокремлює предикати дії, процесу, стану, якості, кількості і локативні предикати, ми розподілили аналізовані імперативи на такі семантичні групи: дієслова, що охоплюють лексеми на позначення фізичної дії: *бийте, наступи, відріж, роби, підкиньте* (46%); процесові дієслова (33%), виражені лексемами мовлення:

скажи, замовте, питай, волаймо; володіння й належності: май, тримай; та дієслова стану (21%): довіряй, перевіряй, бережи, надійся. Семантична специфіка імперативів у межах ФО свідчить про вживання різних дієслівних значень і доводить продуктивність дієслів на позначення фізичних дій, що можна пояснити прагненням журналіста надати динамічності повідомленню та максимально активізувати процеси сприйняття.

Отже, вживання у заголовках фразеологізмів, які лаконічно й образно відображають систему цінностей, суспільну мораль, етику, ставлення до світу, настанови є дуже активним і дієвим способом привернути увагу читача й оптимізувати впливову потужність повідомлення. Імператив у складі ФО – один з основних сугестивних елементів таких заголовків. Це пояснюється тим, що імперативи містять наказ, команду або прохання, які завжди спонукають до певної дії, але в таких висловленнях значення безапеляційної імперативності дещо нейтралізується узагальненою констатацією необхідності й доцільності виконання дії. З огляду на основну функцію медійних повідомлень, яка полягає у здійсненні впливу на свідомість і підсвідомість читача, вивчення таких мовних конструкцій є актуальним, що виявляє загальну перспективність обраної проблематики.

Список використаної літератури:

1. Анатомія рекламного образу / [под общ. ред. А.В. Овруцкого]. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.
2. Вихованець І., Городенська К. Теоретична морфологія української мови / І.Р. Вихованець, К.Г. – Київ: Пульсари, 2004. – 400 с.
3. Поршнев Б. Ф. О начале человеческой истории. Проблемы палеопсихологии / Борис Федорович Поршнев. – М.: Мысль, 1974. – 487 с.
4. Черепанова И.Ю. Заговор народа. Как создать сильный политический текст. / Ирина Юрьевна Черепанова – М.: КСП+, 2002. – 464 с.