

# **АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА**

*На правах рукописи*

## **АКТУАЛИЗАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ МАСС-МЕДИА**

Специальность: 5708.01 – Германские языки

Отрасль науки: Филология

Соискатель: **Керимова Наргиз Эльчин гызы**

### **АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
доктора философии

**Баку – 2026**

Диссертационная работа выполнена на кафедре Английского языка и литературы Университета Хазар.

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Велиева Нигяр Чингиз гызы**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, доцент  
**Абдурахманова Кенуль Эльхан гызы**

доктор филологических наук, доцент  
**Гурбанова Лала Гадир гызы**

доктор философии по филологии  
**Ахмедова Хаяла Рамиз гызы**

Диссертационный совет FD 2.12 Высшей Аттестационной Комиссии при Президенте Азербайджанской Республики, действующий на базе Азербайджанского Университета Языков.

Председатель диссертационного совета: доктор филологических наук, профессор  
**Мамедов Азад Яхья оглы**

Ученый секретарь диссертационного совета: доктор филологических наук, доцент  
**Мамедбейли Айсель Ильгар гызы**

Председатель научного семинара: доктор филологических наук, профессор  
**Вейсялли Фахраддин Ядигар оглы**



## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы и степень разработанности.** В рамках современной лингвистической парадигмы фразеологический фонд языка осмысливается как многоуровневое и изменчивое образование, выходящее за пределы простого набора устойчивых экспрессивных единиц. Фразеологизмы выступают отражением ментальных, культурных и социокоммуникативных процессов, характерных для конкретного языкового сообщества, аккумулируя его исторический и социокультурный опыт. Через фразеологические единицы вербализуются способы концептуального освоения действительности, проявляются оценочные ориентиры, когнитивные стереотипы и прагматические установки носителей языка.

Традиционно формирование и функционирование фразеологических единиц связывалось преимущественно с устной разговорной практикой, фольклорной традицией и художественной литературой. Однако в условиях интенсивного развития цифровых технологий и трансформации коммуникативных форм наблюдается активное расширение сфер употребления фразеологии. Современные исследования отмечают процессы семантического переосмысления, структурных изменений и функциональной адаптации фразеологических единиц, обусловленные их включённостью в масс-медийную коммуникацию, ориентированную на динамичность, прагматическое воздействие и удержание внимания адресата.

В этом контексте особую значимость приобретает дискурс средств массовой информации, представляющий собой совокупность разножанровых устных и письменных текстов, распространяемых как посредством традиционных каналов, так и через интернет-пространство. Масс-медийный дискурс в современных условиях выступает одной из ключевых форм общественного взаимодействия, влияющих на интерпретацию событий, формирование общественного сознания и моделирование социальной реальности. Использование фразеологических единиц в медиатекстах объясняется их

способностью к ёмкой и образной номинации, выражению оценочности, усилению экспрессии и реализации воздействующего потенциала языка.

Англоязычный медиадискурс занимает ведущие позиции в глобальном информационном пространстве, что обусловлено значительным объёмом англоязычного медиаконтента и его широким тематическим охватом, включающим социальные, политические, экономические, культурные и этноконфессиональные аспекты. В данных условиях фразеологические единицы выполняют важную интерпретативную функцию, способствуя формированию у адресата определённого восприятия и оценки транслируемой информации.

Актуальность настоящего исследования определяется устойчивым интересом современной лингвистики – прежде всего медиалингвистики, дискурсологии и переводоведения – к изучению языковых механизмов масс-медийной коммуникации. Несмотря на существование отдельных работ, посвящённых фразеологии английского языка, в отечественной научной традиции до сих пор не выработан комплексный подход к анализу функционирования фразеологических единиц в дискурсе современной англоязычной масс-медиа, а также остаются недостаточно разработанными проблемы их интерпретации и перевода на русский язык. Указанные обстоятельства обуславливают необходимость дальнейшего теоретического осмысления медиафразеологии и практического исследования способов межъязыковой передачи фразеологических единиц, что и предопределяет выбор темы данного исследования.

Отсутствие единого мнения о фразеологизмах и их особенностях среди лингвистов обусловлено их сложностью как объекта исследования. Изучение фразеологических единиц языка широко освещено в исследованиях многих русских и английских лингвистов. В них представлен обзор конкретных идей и концепций В.В. Виноградова, А.В. Кунина, А.А. Шахматова, А.И. Смирницкого, Н.М. Шанского, Д.О. Добровольского, А.А. Васильевой, В.П. Жукова, Б. Фрейзера, Дж. Катца и П. Постала, К. Фелбаум, М. Свенсона, Л. Смита и др.

В работах азербайджанских лингвистов был представлен достаточно широкий взгляд на природу и функционирование фразеологии. В целом труды таких азербайджанских лингвистов, как К. Алиев, Г. Байрамов, Н. Велиева, Ю. Сеидов, А. Гаджиева, М. Исламов, М. Сурек, К. Гулиева, Т. Гулиев и другие в полной мере отражают все сложности становления теоретической мысли в области фразеологии.

Следует отметить, что проблемой изучения дискурса с различных аспектов занимались как зарубежные (Э. Бенвенист, З. Харрис и М. Фуко, Р. Водак, Б. Гаспаров, Ю. Караулов,) так и отечественные ученые (А. Мамедов, Л. Зиядова, Ф. Вейсалли). Среди молодых азербайджанских ученых следует отметить П. Мевсумову, Э. Алиеву, А. Шукурову, А. Мамедбейли, А. Мамедзаде).

Сложный анализ дискурса масс-медиа находит отражение в трудах таких азербайджанских и английских языковедов, как А.М. Будагова, Н.М. Иманова, А. Белл, Г. Маклюен. Среди русских и украинских ученых важным наследием для медиа-дискурсивных исследований стали научные работы лингвистов Т.Г. Добросклонской, А.В. Голоднова, Е.О. Кожемякина, Г.К. Солганика, Г.К. Яцымерской, Н. Драган. Ученые направляют свои усилия для определения сущности дискурса масс-медиа, его функциональных, прагматических, когнитивных, языковых особенностей.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования выступают дискурсы англоязычной масс-медиа.

Предметом исследования является изучение особенностей актуализации фразеологических единиц в дискурсе англоязычных средств массовой информации.

**Цели и задачи исследования.** Цель данной работы заключается в комплексном лингвистическом исследовании процессов фразеологизации в контексте дискурса масс-медиа в рамках сложившейся языковой действительности англоязычной культуры.

В соответствии с намеченной целью при проведении исследования предполагается решить следующие задачи:

– провести исследование и комплексный анализ существующей научно-теоретической литературы, посвящённой фразеологии в английском, азербайджанском и русском языках;

– описать сферы употребления фразеологизмов в английском языке;

– отобрать и систематизировать фрагменты дискурса из англоязычных периодических изданий (журналов и газет) для их дальнейшего использования и анализа в исследовании;

– исследовать аспекты употребления фразеологизмов в дискурсе англоязычной масс-медиа, осуществить их анализ и обобщить полученные результаты ;

– разработать классификацию фразеологизмов, выделенных из дискурса англоязычных масс-медиа;

**Методы исследования.** Методология исследования опирается на комплексный подход, что обусловлено многоаспектностью объекта анализа. В работе применялся метод критического дискурс-анализа, позволивший выявить социально-идеологический контекст функционирования фразеологических единиц в медиатекстах. Описательный метод использовался для детального изучения их синтаксических и семантических свойств, в то время как компонентный и контекстуальный анализ обеспечили точное определение внутренней структуры и значений единиц в реальном коммуникативном окружении. Для отбора материала был задействован метод целенаправленной выборки, а количественный анализ позволил определить частотность и распределение фразеологизмов по лексико-семантическим полям.

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Актуализация фразеологических единиц в дискурсе англоязычных средств массовой информации представляет собой сложное лингвистическое явление, основанное на когнитивно-перцептивном и аффективном коллективном опыте языкового сообщества. Особенности функционирования фразеологических единиц определяются их структурными и семантическими характеристиками, отличающими их от свободных лексических сочетаний.

2. Актуализация фразеологических единиц в дискурсе англоязычной масс-медиа может быть обусловлена как внутрилингвистическими, так и экстралингвистическими факторами, оказывающими влияние на языковое сознание индивида. Фразеологизмы не функционируют в дискурсе англоязычной масс-медиа вне контекста.

3. Существуют возможности случайной актуализации для разных типов фразеологизмов, важную роль при этом играет контекст. Выделяются структурные типы окказиональной актуализации фразеологизмов и границы их формообразования, в результате чего происходят семантические трансформации значения фразеологизма в тексте.

4. Основные типы структурных и контекстно-семантических преобразований фразеологических единиц в дискурсе англоязычной масс-медиа, их функции представляют собой систему, обслуживающую конкретную коммуникативную цель изучаемого стиля.

5. Исследуемые фразеологические единицы обладают определенным прагматическим потенциалом при использовании в современном дискурсе англоязычной масс-медиа.

**Научная новизна исследования** определяется тем, что в нём впервые в азербайджанской лингвистике на основе метода дискурс-анализа осуществляется системное изучение функционирования фразеологизмов в англоязычном дискурсе средств массовой информации. В работе рассматриваются различные направленности дискурса масс-медиа, в том числе политическая направленность в период 44-дневной Отечественной войны в Карабахе, а также экономическая и иные тематические направленности. Исследование предполагает комплексный анализ семантических, структурных и стилистических характеристик фразеологических единиц в их дискурсивной обусловленности. Отсутствие до настоящего времени целостных исследований англоязычного масс-медийного дискурса как среды функционирования фразеологизмов в рамках азербайджанского языкознания и обуславливает научную новизну данной работы.

### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Теоретическая значимость исследования определяется его вкладом в развитие лингвистической теории фразеологической репрезентации в медиадискурсе. Данное исследование способствует уточнению понятийного аппарата фразеологии и дискурсивной лингвистики, раскрывая специфику функционирования устойчивых словосочетаний в условиях медиаконтекста.

Практическая ценность. Основные положения и полученные результаты диссертационной работы могут быть использованы в теоретических курсах общего языкознания, лексикологии английского языка, стилистики английского языка, в подготовке курса по лингвострановедению. Результаты проведенного исследования могут найти практическое применение в лексикографии и фразеографии в процессе составления фразеологических словарей и разработки учебно-методических пособий.

**Апробация и применение.** Основные положения диссертации отражены в публикациях в научных журналах различных высших учебных заведений республики, а также в статьях, опубликованных в международных научных изданиях. Результаты исследования были апробированы и представлены в докладах на вузовских, межвузовских, республиканских и международных научных конференциях. По материалам диссертации опубликовано 9 научных статей. Одна из статей опубликована в Польше в 2023 году в журнале *Colloquium*.

Материалом исследования послужили 200 фразеологических единиц, функционирующих в дискурсе англоязычной масс-медиа. Данные для исследования были отобраны методом целенаправленной выборки из медиатекстов в соответствии с выделенными тематическими направлениями на материале англоязычных периодических изданий за 2020-2024 гг. (*The official website of the President of the Republic of Azerbaijan, BBC News, The Independent, The Economist, The Guardian, Azernews, The Times, The Indian Express, The Irish Sun, The Telegraph, The Washington Post, Metro, Newsweek*). При

формировании исследовательской базы использовались данные фразеологического словаря Longman, Oxford Dictionary of English Idioms, Азербайджанско-англо-русского фразеологического словаря Н.Велиевой (2016) и Англо-русско-азербайджанского фразеологического словаря К.Мамедзаде (2008).

**Название организации, в которой выполняется диссертационная работа.** Диссертационная работа выполнена на кафедре Английского языка и литературы Университета Хазар.

**Структура и объем диссертации, в знаках, с указанием объема каждого структурного подразделения в отдельности.** Диссертация состоит из введения (7 страниц с 11004 знаками), трех глав (первая глава – 3 разделов, 37 страниц, состоящих из 60984 знаков; вторая глава – 4 разделов, 44 страниц, состоящих из 72724 знаков; третья глава – 4 разделов, 53 страниц, состоящих из 84956 знаков), заключение (3 страниц, состоящих из 5017 знаков), списка использованной литературы и приложения. Общее число символов данной диссертационной работы, за исключением списка использованной литературы и приложения, составляет 234685 знаков.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** диссертации обосновываются актуальность и степень научной разработанности темы, определяются объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи исследования, описываются методы, основные положения, выдвигаемые на защиту, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, а также приводятся сведения об апробации результатов и структуре исследования.

Первая глава диссертации под названием **«Теоретические основы исследования фразеологических единиц»** состоит из трех параграфов. Первый параграф называется **«Происхождение фразеологических единиц в современном английском языке»**. В данном параграфе рассматривается происхождение фразеологических единиц. Источники формирования фразеологических

единиц в современном английском языке отличаются значительным разнообразием. По своему происхождению английские фразеологические единицы можно разделить на три основные группы: фразеологические единицы, заимствованные из иностранных языков; фразеологические единицы, заимствованные из американского варианта английского языка, исконно английские фразеологические единицы. В целом фразеологизмы в английском языке, как и фразеологизмы других языках, представляют собой проявление креативности народа, его жизненной мудрости и языковой интуиции. Одним из основных источников формирования английских фразеологизмов являются заимствования из других языков. По способу заимствования фразеологические единицы подразделяются на следующие виды:

1. Полное калькирование, которое, в свою очередь, делится на две подгруппы

а) В английском языке встречаются случаи, когда используется калька, однако ее прототип не функционирует в языке-реципиенте. Примеры: *baptism of fire* – (боевое крещение (греч. погружение в воду – священный обряд в христианстве))

б) В ряде случаев в английском языке употребляются как калька, так и ее прототип: */with a grain of salt/* – (с недоверием, сомнением).

2. Фразеологизмы, претерпевшие определенные изменения по сравнению с оригиналами. Это наблюдается в тех случаях, когда в языке имеет место несоответствие в расположении лексем: */softly lays, but hard to sleep/* – (Мягко стелет, да жёстко спать).

3. Отдельную группу составляют словесные обороты, созданные по образцу иностранного слова или фразы: */by all that's blue!/* – (черт возьми!) (фр. *parbleu* – эвфемизм вместо *pardieu*).

4. К ним также относятся шуточные псевдоклассические обороты: */omnium gatherum/* – (нестрое сборище, мешанина, всякая всячина) *Omnium* (лат.) – все, *gatherum* – псевдолатинское образование от глагола *gather*.

Фразеологические единицы, заимствованные из американского варианта английского языка, отличаются от заимствованных из других языков тем, что они, как правило, непереводимы. Они функционируют в рамках одного литературного языка, что полностью или частично исключает возможность их калькирования<sup>1</sup>.

Многие фразеологизмы связаны с античной мифологией, историей и литературой / *the golden age*// – (золотой век), / *the apple of discord*/ – (яблоко раздора). Следует подчеркнуть, что большинство таких фразеологизмов носят интернациональный характер, поскольку они употребляются и в других языках<sup>2</sup>.

Во втором параграфе под названием «**Основные положения и признаки фразеологизмов**» отмечается, что теория фразеологии фактически начинается с «Курса общего языкознания» Ф. де Соссюра. Изучение фразеологических единиц со структурной точки зрения связано с именем И.А.Бодуэна де Куртене. В начале своей академической карьеры Бодуэн де Куртене написал важную теоретическую статью, в которой дал оценку несинтаксическим выражениям в немецком языке и рассмотрел язык как систему: это пословицы, поговорки, заученные стихотворения. Автор не употребляет термин фразеология<sup>3</sup>.

Велика и роль русского исследователя А.А.Шахматова в развитии теории фразеологии. В своем труде «Синтаксис русского языка» он подошел к проблеме фразеологии с синтаксической точки зрения, создав оригинальное учение о неделимых словосочетаниях<sup>4</sup>.

Дальнейшее развитие теории фразеологии связано с исследованиями В.П. Жукова, который выявил сходства и различия фразеологических единиц и слов на лексическом,

---

<sup>1</sup> Керимова, Н.Э. Происхождение фразеологизмов в современном английском языке // – Вакі: Elm və təhsil, Filologiya məsələləri, – 2022. № 2, – с. 90

<sup>2</sup> Там же, – с.89

<sup>3</sup> Бодуэн де Куртене, И.А. Избранные труды по общему языкознанию / – Москва: Изд-во Юрайт, – 2024. – с.52-53

<sup>4</sup> Шахматов, А.А. Синтаксис русского языка. / Изд. 2. – М.: Учпедгиз, – 1941. – с.278-279

семантическом и синтаксическом уровнях и выделил основные признаки фразеологизмов: воспроизводимость, семантическую неделимость (идиоматичность), раздельнооформленную конструкцию и специфическую сочетаемость компонентов<sup>5</sup>.

Когнитивный аспект фразеологии раскрывается в работах А.Н.Баранова и Д.О.Добровольского, которые подчёркивают важность внутренней формы фразеологизма и образной мотивации его значения. Ученые отмечают, что изменения значений фразеологических единиц преимущественно связаны с процессами метафорического переосмысления компонентов<sup>6</sup>.

В азербайджанском языкознании сравнительно-типологическое направление представлено исследованиями Н.Ч.Велиевой, которая впервые провела лингвистический анализ фразеологических единиц в языках разных систем, таких как английский, азербайджанский и русский<sup>7</sup>. Идиомы являются отражением образа жизни, религиозных верований, этнопсихологических особенностей и традиционных занятий соответствующего народа.

Специалист по фразеологическому синтаксису русского языка И.Гамидов разработал принципы классификации паремиолого-фразеологических предикативных конструкций, то есть выражений, известных как пословицы и поговорки, рассматривая данную проблему как один из основных вопросов современной паремиологии<sup>8</sup>.

М.Гусейнзаде был одним из первых исследователей, представивших сведения о фразеологии азербайджанского языка в учебной литературе<sup>9</sup>. Значительным событием в истории

---

<sup>5</sup> Жуков, В.П. Русская фразеология: учебное пособие. / В.П.Жуков, А.В.Жуков. – М.: Высшая школа, – 2006. – с.6

<sup>6</sup> Баранов, А.Н. Основы Фразеологии: (Краткий Курс): Учебное Пособие. / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский – М.: Флинта; Наука, – 2016. – с.130

<sup>7</sup> Vəliyeva, N.Ç. Frazeoloji birləşmələrin müqayisəli linqvistik təhlili (Azərbaycan, ingilis, rus dillərinin materialları əsasında). / – Bakı: Ünsiyyət, – 2001. – s.179

<sup>8</sup> Həmidov, İ.H. Azərbaycan dilinin frazeologiya lüğəti / İ.H.Həmidov, M.Q.Qocayev, R.Ə. Məmmədova: [və b.]. – Bakı: TEAS Press. – 2020. – 1560 s.

<sup>9</sup> Hüseynzadə, M. Müasir Azərbaycan dili. / M.Hüseynzadə. – Bakı: ADU-nun nəşriyyatı, – 1954. – s.104

изучения фразеологии стал учебник Г.Байрамова «Основы фразеологии азербайджанского языка», в котором впервые были разъяснены такие вопросы, как объект фразеологии, ее характеристика, типы значения, их связь со словами и свободными выражениями, а также способы образования фразеологических единиц<sup>10</sup>.

В своей монографии Ю.Сеидов всесторонне проанализировал лексико-синтаксические особенности свободных и устойчивых словосочетаний, функционирующих в структуре современного языка. По его мнению, возникновение различных представлений о свободных и устойчивых словосочетаниях объясняется сходством этих выражений, которое, в свою очередь, связано с их происхождением<sup>11</sup>.

Таким образом, несмотря на значительное количество исследований, универсального подхода к определению границ фразеологизмов и их терминологического статуса до настоящего времени не выработано. Вместе с тем существующие трактовки сходятся в признании системной организации и функциональной специфики фразеологических единиц, что позволяет отличать их от свободных словосочетаний. Фразеологизмы характеризуются устойчивостью в языке, однако остаются динамичными, подвергаясь культурным и метафорическим изменениям и выполняют номинативную и образно-выразительную функции. Основные признаки – некомпозиционность, институционализированность и фиксированность – формируют теоретическую основу для понимания фразеологизмов как самостоятельных и культурно-маркированных единиц языка.

Третий параграф называется *«Дискуссионные вопросы классификации фразеологизмов»*. В данном параграфе рассматривается проблема классификации фразеологических единиц, которая являлась одной из ключевых уже на этапе становления фразеологии как самостоятельной лингвистической

---

<sup>10</sup> Bayramov, H. Azərbaycan dili frazeologiyasının əsasları. / H.Bayramov. – Bakı: Maarif nəşriyyatı, – 1978. – s.121

<sup>11</sup> Seyidov, Y. Azərbaycan ədəbi dilində söz birləşmələri. / Y.Seyidov. – Bakı: Maarif, – 1966. – 340 s.

дисциплины. Труды известного русского лингвиста В.В.Виноградова считаются поворотным этапом в изучении фразеологического фонда различных языков. Ученый выделил три типа фразеологических единиц: *фразеологические сращения (идиомы)*, *фразеологические единства*, и *фразеологические сочетания*<sup>12</sup>. Недостатком данной классификации является отсутствие единого критерия фразеологичности: для фразеологических сращений и единств основным критерием выступает семантическая целостность, тогда как для сочетаний – аналитичность, при этом степень авторской мотивированности носит субъективный характер и не учитывается.

Альтернативные подходы к классификации представлены в работах Н.Ч.Велиевой. Исследователь делит фразеологические сочетания на глагольные и неглагольные, подчёркивая ведущую роль глагола как центрального компонента. Неглагольные фразеологизмы, по её мнению, формируются из двух и более слов и классифицируются в зависимости от типа грамматической связи между компонентами<sup>13</sup>.

Семантико-культурный аспект классификации отражён в исследованиях А.Гаджиевой, Э.Наджафова и А.Джафарова, которые выделяют пять групп идиом: связанные с традициями, содержащие имена собственные, заимствованные из других языков, образно переосмысленные и полностью идиоматизированные<sup>14</sup>.

А.Маккей отметил, что до 1972 года большинство ученых ограничивались изложением значения фразеологических единиц в алфавитном порядке, то есть их перечислением<sup>15</sup>.

Только в 1963 году Дж.Катц и П.Постал, представив всестороннее исследование фразеологических единиц,

---

<sup>12</sup> Виноградов, В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. / В.В.Виноградов. – Москва: Высшая школа, – 1986. – с.33

<sup>13</sup> Vəliyeva, N.Ç. Müxtəlif sistemli dillərdə feili birləşmələrin tipoloji təhlili. / N.Ç. Vəliyeva. – Bakı: Avropa, – 2008. – 862 s.

<sup>14</sup> Həjiyeva, A. English Phraseology. / A.Həjiyeva, E.Nəcəfov, A.Jəfarov. – Bakı, – 2009. – 228 p.

<sup>15</sup> Makkai, A. Idiom Structure in English. / A.Makkai. – New York: Walter de Gruyter, – 2013. – p.27

разграничили лексические и фразовые идиомы. По мнению исследователей, лексическая идиома представляет собой сочетание двух или более морфем, значение которого не выводится из значений этих морфем. Такие идиомы относятся к синтаксическим категориям низшего уровня: существительным, глагольным, прилагательным и др. В фразовых идиомах ни один компонент низшего синтаксического уровня не доминирует над другими<sup>16</sup>.

В свою очередь, М.Маккарти разработал семантическую классификацию идиом, выделив прозрачные (*transparent idioms*), полупрозрачные (*semi-opaque idioms*) и затемнённые идиомы (*opaque idioms*) в зависимости от степени выводимости значения из их компонентов<sup>17</sup>.

Попытки классификации фразеологических единиц на основе семантических и грамматических критериев предпринимаются также в работах М.Стаббса<sup>18</sup>.

В рамках настоящей диссертационной работы мы придерживаемся деления фразеологизмов по основному компоненту: а) глагольные фразеологические сочетания, обозначающие действия или ситуации и выполняющие, как правило, функцию сказуемого; б) неглагольные фразеологические сочетания, компоненты которых могут состоять из существительного, прилагательного или числительного.

Таким образом, предлагаемая классификация учитывает функциональные и семантические особенности фразеологизмов, что делает её удобной для анализа в рамках медиадискурса и других языковых исследований.

Вторая глава под названием **«Соотношение понятий текст – дискурс – медиадискурс в лингвистике»** состоит из четырех параграфов. В первом параграфе под названием **«Общетеоретические проблемы лингвистики текста»**

---

<sup>16</sup> Katz, J. Semantic Interpretation of Idioms and Sentences Containing Them. Quarterly progress report. / J.Katz, P.Postal. – 1963. № 70. – p. 275

<sup>17</sup> McCarthy, M. Vocabulary. / M.McCarthy. – Oxford: Foreign Language Study, – 1990. – p.43-44

<sup>18</sup> Stubbs, M. Words and Phrases: Corpus Studies of Lexical Semantics. – Oxford: Blackwell, – 2002. – p.201

рассматривается тот факт, что последние десятилетия характеризуются повышенным интересом к текстовым проблемам, которые стали объектом лингвистических исследований.

На современном этапе развития лингвистики обращение к тексту как объекту исследования было заложено фундаментальными работами Бодуэна де Куртенэ и получило дальнейшее развитие в работах А.А.Леонтьева, И.В.Арнольд, И.Р.Гальперина и многих других ученых.

Как отмечает И.В.Арнольд, для формулирования общего определения, отличающего текст от других языковых уровней, необходимо ответить на ряд вопросов: 1) какой фактор играет ключевую роль для текста; 2) каковы границы текста; 3) какие измерения может иметь текст и что определяет эти измерения; 4) каковы связи между текстом и другими уровнями языка<sup>19</sup>.

О сущности текста азербайджанский учёный К.М.Абдуллаев пишет: *«Текст представляет собой такой синтаксический комплекс, который устраняет относительную бесконечность других синтаксических образований, то есть их семантическую неполноту в смысловом отношении. Тем самым текст демонстрирует свою абсолютную завершённость»*<sup>20</sup>. Исходя из этого, можно утверждать, что текст является ключевым фактором в процессе восприятия и интерпретации смысловой информации реципиентом. По мнению ученого, именно ограничения традиционной синтаксической теории обусловили развитие лингвистики текста, в рамках которой предложение трактуется как промежуточная, а не конечная единица анализа<sup>21</sup>.

Сходную позицию занимает А.Греймас, утверждающий что *«текст есть единое целое, расчлененное на высказывания, а*

---

<sup>19</sup> Арнольд, И.В. Стилистика: современный английский язык: учебник / И.В.Арнольд; науч. ред. П.Е.Бухаркин. – 14-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, – 2021. – с.191

<sup>20</sup> Abdullayev, K.M. Azərbaycan dilinin sintaksisinin nəzəri problemləri. / K.M.Abdullayev. – Bakı: Maarif, – 1999. – s.13

<sup>21</sup> Abdullayev, K.M. Azərbaycan dilinin sintaksisinin nəzəri problemləri. / K.M.Abdullayev. – Bakı: Maarif, – 1999. – s.19

*не результат их сочетания»*<sup>22</sup>. Текст, по его мнению, обладает двойственной природой – релевантностью и подвижностью. Н.Энквист выделяет параметры текста по теме /topic/, направленности /focus/ и связности /linkage/<sup>23</sup>.

А.Мамедов рассматривает текст как единицу, входящую в синтаксическую иерархию и превосходящую предложение по уровню структурной и семантической сложности<sup>24</sup>.

Ф.Вейсалли подчёркивает коммуникативную природу текста, отмечая, что именно она определяет выбор синтаксических средств и обеспечивает его коммуникативную завершённость. При этом текст и предложение подчиняются различным законам организации<sup>25</sup>. Существенную роль в формировании текстовой целостности играют лексические, грамматические, фонетические и интонационные средства, а также связь текста с конкретной коммуникативной ситуацией<sup>26</sup>. По мнению Ф.Вейсалли, в устной форме коммуникации используются паралингвистические средства (движения бровей и глаз, различные движения тела, жесты и др.), тогда как в письменной форме применяются знаки препинания (точка, точка с запятой, восклицательный и вопросительный знаки и др.).

По мнению Н.Энквиста, *«текст должен существовать в рамках некоторой реальной ситуации»*<sup>27</sup>.

---

<sup>22</sup> Греймас, А.Ж. Структурная семантика: Поиск метода / Пер. с франц. Л.Зиминой. – М.: Академический Проект, – 2004. – с.56

<sup>23</sup> Enkvist, N.E. From Text to Interpretability: A. Contribution to the Discussion of Basic Terms in Text linguistics. / N.E.Enkvist // Connexity and Coherence: Analysis of Text and Discourse. Ed. By W.Heydrich. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, – 1989. – p.377

<sup>24</sup> Məmmədov, A. Mətn yaranmasında formal əlaqə vasitələrinin sistemi / A.Məmmədov. – Bakı: Elm, – 2002. – s.22

<sup>25</sup> Veysəlli, F. Diskurs təhlilinə giriş. / F.Veysəlli. – Bakı: Təhsil, – 2010. – s.89

<sup>26</sup> Там же, – с.90

<sup>27</sup> Enkvist, N.E. From Text to Interpretability: A. Contribution to the Discussion of Basic Terms in Text linguistics. / N.E.Enkvist // Connexity and Coherence: Analysis of Text and Discourse. Ed. By W.Heydrich. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, – 1989. – p.371

Итак, текст рассматривается как динамичная и многогранная структура, являющаяся одновременно продуктом языковой системы и социально-когнитивным феноменом. Он представляет собой сложную систему, в которой формальные языковые элементы переплетаются с коммуникативными намерениями автора, интерпретируемыми адресатом. Следовательно, текст выступает не только объектом лингвистического анализа, но и активным субъектом коммуникации, служащим носителем смыслов в процессе социального взаимодействия.

Во втором параграфе второй главы рассматриваются понятия **«Метатекст, паратекст, интертекст»**. Первоначально метатекст трактовался как неопределённое понятие, поскольку включал различные способы вербализации – слова, фразы и их последовательности. В рамках теории текста, стилистики и прагмалингвистики метатекст рассматривается как компонент, который вводит субъекта речи, раскрывает принципы организации текста и указывает на эквивалентные и иерархические связи между предложениями<sup>28</sup>.

В высказывании субъект указывается как отправитель и создатель данного текста. Связь метаплана с категорией отправителя (автора текста) указывает на особенно заметный тип метатекста, представленный в элементах, ограничивающих высказывание, таких как заголовок, введение, индекс, примечание и т.д. Исследователь Н.Пигей-Гросс, анализируя данное явление, утверждает, что паратекстуальность относится к любым отношениям, которые текст устанавливает с паратекстом, тем самым способствуя более четкой ориентации в интертекстуальной линии<sup>29</sup>. В то же время Ж.Женет рассматривает паратекст как значимый элемент при обсуждении пяти типов транстекстуальных отношений<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Heinrich, Plett. 'Intertextualities' in Intertextuality / Plett Heinrich, edited by Heinrich Plett. – Berlin – New York: Walter de Gruyter, – 1991. – p.18

<sup>29</sup> Piegay-Gross, N. Poetika intertekstualitetit. / N.Piegay-Gross. – Parnas, Prishtinë, – 2011. – p.23

<sup>30</sup> Genette, G. Paratexts: Thresholds of Interpretation / G.Genette. – Cambridge: University Press, –1997. – p.121.

Плодотворные исследования, в том числе работы Ш.Тахира-Гюрджаглара<sup>31</sup> и Р.Ватса<sup>32</sup>, уделяют особое внимание паратексту и проблемам его перевода.

Паратекст не обязательно должен быть письменным или устным материалом. Разнообразие форм паратекста весьма широко и включает в себя авторские примечания, внешние комментарии и пояснительные материалы. Ж.Женет подчеркивает, что паратекст может существенно различаться в пространстве между одним текстом и другим, а в эпоху массовой информации дискурсы, окружающие текст и ранее не существовавшие, стремительно множатся<sup>33</sup>. К типичным примерам паратекста относятся заголовки и подзаголовки, предисловие, посвящения, эпиграфы, примечания, эпилоги и послесловия.

Интертекстуальность, введённая Дж. Кристевой в 1960-х годах, описывает способ, посредством которого один текст взаимодействует с другим независимо от прямого воспроизведения<sup>34</sup>. Н.Пигей-Гросс уточняет, что в концепции Дж.Кристевой интертекстуальность не сводится к искажению предшествующего текста, а представляет собой динамический процесс, разворачивающийся внутри текста<sup>35</sup>.

Ж.Женет рассматривает интертекстуальность как отношение сосуществования двух или более текстов или как реальное присутствие одного текста в другом. Текстовую трансцендентность он обозначает термином транстекстуальность,

---

<sup>31</sup> Tahir-Gürçaglar, Şehnaz. What Texts Don't Tell: The Use of Paratexts in Translation Research / Şehnaz Tahir-Gürçaglar // In Theo Hermans (ed.) Crosscultural Transgressions. Research Models in Translation Studies II: Historical and Ideological Issues. – Manchester: St. Jerome, – Manchester. – p.44-60

<sup>32</sup> Watts, R. Translating Culture: Reading the Paratexts to Aimé Césaire's Cahier d'un retour au pays natal // TTR:Traduction, Terminologie, Rédaction – 2000. 13(2), – p.29-46

<sup>33</sup> Genette, G. Paratexts: Thresholds of Interpretation. / G.Genette. – Cambridge: University Press, –1997. – p.2-3

<sup>34</sup> Kristeva, J. Against Intertextuality // Philosophy and Literature, – 1980. 28 /2 – p.227-242.

<sup>35</sup> Piegay-Gross, N. Poetika intertekstualitetit. / N.Piegay-Gross. – Parnas, Prishtinë, – 2011. – p.20

включающим пять типов отношений: паратекстуальность, архитектурность, гипертекстуальность, интертекстуальность и метатекстуальность<sup>36</sup>.

В широком смысле интертекстуальность – это связь между текстами, прежде всего литературными, при которой одни произведения влияют на другие, отражают их или противопоставляют себя им. Она используется для анализа литературных жанров, в качестве дани уважения, а также для пародирования или критического осмысления.

Таким образом, метатекст, паратекст и интертекст представляют собой взаимосвязанные уровни организации текста, обеспечивающие его структурную и семантическую целостность, ориентацию читателя и взаимодействие с другими текстами. В совокупности эти компоненты подчеркивают динамичность текста как коммуникативного и культурного феномена, демонстрируя его многоуровневую природу и способность к взаимодействию в дискурсивном пространстве.

Третий параграф второй главы называется *«Дифференциация текста и дискурса с позиций современной лингвистической теории»* и посвящен рассмотрению сущности текста и дискурса, а также и их анализу с точки зрения современной лингвистики. Дискурс как языковая единица появился в лингвистике в результате сосредоточения внимания исследователей на человеческом факторе речи. В англо-американской школе анализа дискурса он отождествляется с диалогом и понимается как дискурсивная практика. Для немецкой школы главным аспектом является языковая составляющая коммуникативного процесса, при этом дискурс рассматривается как совокупность текстов, объединенных единой темой.

А.Мамедов акцентирует роль формальных средств коммуникации в создании текста, уделяя особое внимание его информационной структуре, соотношению новой и известной

---

<sup>36</sup> Genette, G. Paratexts: Thresholds of Interpretation. / G.Genette. – Cambridge: University Press, –1997. – p.132

информации, а также вопросам перевода в дискурсе<sup>37</sup>.

Английские исследователи Р.Ходж и К.Кресс рассматривают текст и дискурс как взаимодополняющие понятия, подчеркивая как их социальный, так и лингвистический уровни<sup>38</sup>. В.Е.Чернявская, обобщая трактовки дискурса, сводит его к двум основным типам: 1) конкретному коммуникативному событию, зафиксированному в письменных текстах и устной речи и реализуемому в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве; 2) совокупности тематически связанных текстов<sup>39</sup>.

Ф.Вейсалли предлагает формулу «дискурс = текст + контекст + языковой (стилистический) признак», подчёркивая, что дискурс охватывает как процесс порождения текста, так и его интерпретацию адресатом. В широком экстралингвистическом смысле дискурс рассматривается как форма проявления социального опыта и средство его языкового выражения<sup>40</sup>.

Таким образом, под дискурсом мы понимаем многомерное коммуникативное явление, представляющее собой динамический процесс взаимодействия участников коммуникации, в рамках которого языковые средства служат для создания, передачи и интерпретации смыслов в конкретном социальном и когнитивном контексте. В данном процессе дискурс выступает одновременно как результат и как средство речевой деятельности, объединяя в себе текст и экстралингвистические факторы, что позволяет учитывать как лингвистические особенности, так и социальные, культурные и прагматические аспекты коммуникации. Синтез двух подходов

---

<sup>37</sup> Mammadov, A. Discourse and Translation: functional- cognitive approach. / A.Mammadov, L. Ziyadova – Baku: Letterpress, – 2012. – p.98

<sup>38</sup> Hodge, R. Language as Ideology / R.Hodge, G.Kress. – London: Routledge, – 1993. –p.74

<sup>39</sup> Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс: проблемы экономического дискурса: сб. науч. статей. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, – 2001. – с.11

<sup>40</sup> Veysəlli, F. Diskursun təhlilinə giriş. / F.Veysəlli. – Bakı: Təhsil, – 2010. – s.22

отвечает целям нашей работы и представляется оптимальным для исследования сущности дискурса масс-медиа.

Четвертый параграф второй главы называется «*Дискурс масс-медиа: параметры и разновидности*». А.Белл отмечает, что понятие медиатекста является значительно более широким и включает в себя голосовые и звуковые параметры, а также визуальные образы. Таким образом, медиатексты воплощают технологии, используемые для их создания и распространения<sup>41</sup>.

Э.О'Кифф определяет медиадискурс как публичную, продуцированную и зарегистрированную форму взаимодействия, осуществляющуюся через речевые платформы<sup>42</sup>. При этом он опирается на модель коммуникации, включающую коммуникатора, коммуниканта, канал, обратную связь, сообщение, а также процессы кодирования и декодирования.

Развивая коммуникативную модель, Т.Г.Добросклонская сравнивает медиадискурс с сообщением, включающим в себя все компоненты коммуникации, тогда как медиатекст воспринимается как сообщение в зависимости от канала, через который оно получено<sup>43</sup>.

Азербайджанский исследователь Н.Иманова трактует дискурс масс-медиа как публичную, институционально обусловленную и не спонтанную форму общения, отличающуюся формальностью и ориентированностью на массового адресата, что является принципиально важным для его анализа и интерпретации.<sup>44</sup>

Повсеместность медиа заполнила жизнь каждого человека и общества в целом: современная реальность неотделима от медиaprостранства. В связи с этим таксономия данного типа

---

<sup>41</sup> Bell, A. Approaches to media discourse. / A Bell, P.Garrett. – Oxford: Blackwell, – 1998. – p.35

<sup>42</sup> O'Keeffe, A. Media and Discourse Analysis // The Routledge Handbook of Discourse Analysis by Gee, J.&Handford, M. – London: Routledge, –2011. –p.441

<sup>43</sup> Добросклонская, Т.Г. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г.Добросклонская. – [изд. 2-е.] – Москва: УРСС, – 2005. – с.200

<sup>44</sup> İmanova, N.M. Virtual kimlik və onun yeni media diskursunda linqvistik ifadəsi: /filologiya üzrə fəlsəfə doktoru dis. avtoferatı. / – Bakı, 2024. – s.129-133

дискурса вызывает определенные трудности, поскольку его можно классифицировать по множеству различных параметров и критериев. Наиболее общая типология массмедийного дискурса прежде всего основывается на видах средств массовой информации, то есть на каналах передачи информации. В соответствии с этим выделяются печатный дискурс (дискурс печатных масс-медиа); радиодискурс; телевизионный дискурс; интернет-дискурс, под которым понимаются все электронные формы коммуникации в сфере средств массовой информации<sup>45</sup>.

По мнению Е.О.Кожемякина, к функциям медиадискурса относятся следующие: коммуникативная, ценностная, познавательная и конструктивная. Коммуникативная функция заключается в использовании дискурса для воздействия, убеждения, мотивирования и информирования аудитории. Ценностная функция позволяет оценивать реальность и факты с точки зрения 'хорошее/плохое, приемлемое/ неприемлемое'. Когнитивная функция направлена на передачу знаний, объяснение и прогнозирование информации. Конструктивная функция связана с формированием желаемых или необходимых будущих ситуаций, а также норм их построения<sup>46</sup>. Это обусловлено тем, что язык медиадискурса должен быть коммуникативно понятным, но в то же время выразительным, ярким и привлекательным<sup>47</sup>.

Мы считаем, что дискурс масс-медиа – это публичная, сконструированная форма взаимодействия, не являющаяся случайной или спонтанной (в отличие от повседневной устной или письменной речи). Данный тип дискурса не относится ни к частному, ни к неофициальному формату коммуникации.

---

<sup>45</sup> Каримова Н.Э. Дискурс масс-медиа: параметры и разновидности. // – Баку, БСУ, Актуальные проблемы изучения гуманитарных наук, – 2022. № 3 – с.77-78

<sup>46</sup> Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. // – Белгород: Научные ведомости Белгородского государственного университета, – 2010. №2 (73). Вып. 11. – с.17-21.

<sup>47</sup> Васильева, Л.В. Исследование модусных категорий в эволюции медиадискурса: на материале американской прессы XX века: / автореферат дисс. канд. филол. наук / – Владивосток, 2010. – с.12

Несмотря на кажущуюся очевидность этих характеристик, они имеют принципиальное значение для анализа, описания и понимания медиадискурса.

Третья глава под названием **«Функционирование фразеологизмов в дискурсе англоязычной масс-медиа»** состоит из четырех параграфов. В ней рассматриваются особенности развития фразеологических единиц в дискурсе англоязычных масс-медиа. Первый параграф называется **«Фразеологизмы в дискурсе масс-медиа политической направленности»**. Дискурс масс-медиа политической направленности представляет собой отдельный тип дискурса, сочетающий характерные черты медиадискурса и политического дискурса. Часто используемые в англоязычном политическом медиадискурсе личные местоимения *you, we, they* актуализируют свои разнообразные значения, в частности, инклюзивность) и позволяют создать иллюзию позитивности и объективности излагаемой информации. Фразеологические единицы выступают в качестве мощного средства убеждения в политической речи.

Ниже представлен фрагмент дискурса, в котором дается описание управления Главкомандующего Вооруженными Силами Азербайджана.

*/Armenian officials and Azerbaijan on Saturday accused each other of breaching a peace deal that ended six weeks of fierce fighting over Nagorno-Karabakh, with Azerbaijan's leader threatening to crush Armenian forces with an iron fist.// (12 December 2020, The Guardian)*

Здесь фигурирует фразеологизм */iron fist/*, что в буквальном значении означает железный кулак. Фразеологизм */iron fist/*, традиционно ассоциирующийся с авторитарным стилем управления, претерпевает семантическую трансформацию в англоязычном политическом дискурсе в контексте Азербайджана. В риторике Президента Ильхама Алиева данный образ переосмысливается как метафора национального единства, силы и восстановления справедливости, а также как символ мощной армии, способной в

любой момент дать отпор любому вражескому нашествию.

В другом примере в медиадискурсе, связанном с политикой США, используется следующий фразеологизм:

*/Biden vows to 'shut down the border' if Senate immigration bill is passed. But the House speaker said deal involving border security and aid to Ukraine is 'dead on arrival' in its current form.// (24 January 2024, The Guardian)*

Выражение */dead on arrival/* используют для обозначения чего-либо изначально обречённого на провал и не имеющего шансов на реализацию. Используя данное выражение по отношению к сомнительным планам Президента Дж.Байдена, автор усиливает экспрессивность заголовка статьи и привлекает внимание читателя к обозначенной проблеме.

Таким образом, фразеологические единицы создают яркие, эмоционально насыщенные образы, позволяя авторам выражать оценку событий и воздействовать на аудиторию. Они играют ключевую роль в формировании политической идентичности, создавая у сторонников чувство единства и принадлежности. Яркие выражения, слоганы и устойчивые обороты выступают маркерами групповой идентичности, способствуют консолидации поддержки и мобилизации аудитории. Политики стратегически используют фразеологические единицы для формирования восприятия событий и укрепления лояльности, реализуя их эмоциональный и идеологический потенциал.

Второй параграф третьей главы носит название **«Фразеологизмы в дискурсе масс-медиа экономической направленности»**. Анализ фразеологических единиц в англоязычном экономическом дискурсе позволяет не только классифицировать данные лексемы, но и выявить характерные черты английского менталитета, а также особенности социально-экономических и общественно-политических отношений. Помимо фразеологической составляющей экономический дискурс обладает рядом специфических характеристик, таких как логичность изложения, точность, аргументированность и информативность. В экономической речи фразеологическая терминология охватывает наименования

денежных единиц, участников рыночных и обменных отношений, объектов и субъектов экономической деятельности, а также оценочные экономические характеристики (например, степень успешности и т.д.) Экономические фразеологические единицы охватывают следующие лексико-семантические микрополя: банковское дело и финансы, промышленно-производственную сферу, экономическую политику<sup>48</sup>.

В англоязычном экономическом медиадискурсе лексема /money/ – деньги часто функционирует в составе фразеологических единиц, актуализируя связанные с ними морально-оценочные коннотации, например: */The ties between Wall Street financiers and politicians are the subject of a lot of scrutiny. Not for nothing is Goldman Sachs, a bank, sometimes nicknamed Government Sachs. But how important are the moneybags in New York to political success in Washington, dc?// (15 September 2020, The Economist)/*

Фразеологизм /moneybag(s)/ – «денежный мешок(и)» в данном фрагменте медиатекста используется для обозначения богатых людей и обладает отрицательной оценочной окраской.

Таким образом, в англоязычном экономическом медиадискурсе фразеологические единицы обладают высокой прагматической значимостью: они способствуют наглядному описанию экономических процессов и их участников, усиливают оценочность и выразительность информации, а также влияют на формирование мнения читателя, нередко в соответствии с коммуникативными намерениями журналиста.

В третьем параграфе третьей главы под названием **«Фразеологизмы в дискурсе масс-медиа различной направленности»** рассматривается значимая роль, которую фразеологические единицы играют в англоязычном медийном дискурсе в силу своей специфической коммуникативной функции. Фразеологические выражения, содержащие элементы цветовой символики, широко представлены в англоязычных

---

<sup>48</sup> Керимова Н.Э. Фразеологические единицы в дискурсе англоязычной масс-медиа экономической направленности. // – Баки: Azərbaycan Dillər Universiteti, “Dil və ədəbiyyat”, – 2022. – s.62-67

средствах массовой информации. Значение колористических лексем в составе английских фразеологических единицах позволяет объяснить эмоциональную напряженность и насыщенность передаваемых чувств. В ряде случаев цветковые компоненты используются в прямом значении, тогда как в других основное значение фразеологизма связано с психологическими аспектами восприятия<sup>49</sup>.

*/It started when he was telephoned out of the blue by Buckingham Palace. At the time, the years before and after the Coronation, he was the world's best ...// (29 May 2022, The Sunday Times)*

Полная форма идиомы /out of the blue/ представлена выражением (out of a clear blue sky), где компонент /blue/ символизирует ясное безоблачное небо, не предвещающее неожиданных событий. Данная гиперболическая метафора усиливает эффект внезапности и способствует привлечению внимания читателя.

В следующем фрагменте, выбранном из статьи британской газеты The Times, употребляется фразеологическая единица /pigs will fly/:

*/Either way, even though I still own a miniskirt all those dead pigs will fly before I wear it. // (9 October 2021, The Times)*

Для носителя английского языка подобная ирония, основанная на игре слов с использованием хорошо известного фразеологизма, является легко узнаваемой. Данный англоязычный адинатон имеет значение 'никогда'<sup>50</sup>.

Следовательно, фразеологические единицы активно используются в заголовках и текстах англоязычных масс-медиа как эффективное средство языковой компрессии. Они выполняют информативную, экспрессивную, стилистическую и прагматическую функции, повышая выразительность текста и облегчая его восприятие. Одновременно фразеологизмы обладают

---

<sup>49</sup> Керимова Н.Э. Фразеологические единицы в дискурсе англоязычной масс-медиа с элементами цветообозначения. // – Нахчыван: Научные труды Нахчыванского Университета, – 2022. №4(28), – с.143-146

<sup>50</sup> Керимова Н.Э. Фразеологизмы в дискурсе масс-медиа различной направленности. // – Poland: Colloquium-journal, – 2023. №1 (160), – с.64

значительным оценочным и воздействующим потенциалом, что позволяет рассматривать их как важный инструмент речевого влияния и возможной манипуляции в масс-медийном дискурсе.

В четвертом параграфе третьей главы, озаглавленном **«Классификация и частотный анализ фразеологических единиц в дискурсе англоязычной масс-медиа»**, отмечается, что ранее было проанализировано 200 фразеологических единиц.

Проведенный анализ показал, что большинство рассматриваемых единиц можно классифицировать по типу главного компонента на глагольные и неглагольные. В глагольных фразеологизмах главным компонентом выступает глагол, обозначающий действие. В неглагольных фразеологизмах ведущую роль играет сочетание других частей речи (существительного, прилагательного и др.)

#### 1. Глагольные фразеологические выражения.

Главным компонентом данных выражений является глагол, обозначающий действие. Примерно 65% из 200 фразеологических единиц составляют глагольные выражения. Например: *to burn bridges* – *решительно порвать с кем-то или чем-то, сделать невозможным возвращение к кому-то или чему-то.*

#### 2. Неглагольные фразеологические выражения

В этих выражениях основным компонентом является не глагол, а сочетание других частей речи. Примерно 35 % из 200 фразеологических единиц составляют неглагольные выражения. Например: *iron fist* – *железный кулак – сила под руководством президента и сотни тысячная армия, готовая в любой момент отразить вражеское вторжение.*

Из 200 рассмотренных единиц 65%, то есть 130 фразеологических сочетаний, подразделяются на три группы: а) объектно-ориентированные глагольные фразеологизмы, б) необъектные глагольные фразеологизмы, в) идиоматические глагольные выражения. Эти выражения были проанализированы следующим образом:

а) Объектно-ориентированные глагольные фразеологизмы – 40% из 130 выражений (52 фразеологические единицы).

Значение этих фразеологизмов направлено на объект, указывая на то, на кого или на что они воздействуют. Например: *to pull chestnuts out of the fire* – сделать кому-то тяжелую работу.

б) Необъектные глагольные фразеологизмы – 25% из 130 выражений (33 фразеологические единицы) обозначают действие или состояние без указания на объект. Например: *to sit on his hands* – сидеть, сложа руки, ничего не делая.

в) Идиоматические глагольные выражения составляют 35% из 130 выражений (45 единиц). Эти фразеологические единицы обозначают действие и обладают значением, отличным от прямого значения входящих в их состав слов. Например: *to bite the bullet* – мужественно смириться с суровой необходимостью; желать чего-либо с тяжелым сердцем и скрежетом зубов.

В целом анализ 200 фразеологических единиц, отобранных из дискурса англоязычных масс-медиа, показал, что 65% (130 единиц) относятся к глагольным, тогда как 35% (70 единиц) – к неглагольным.

Статистический анализ употребления фразеологических единиц выявил их ключевую роль в формировании смысловой и эмоциональной структуры медиатекста. Наиболее распространёнными сферами являются социально-психологические состояния (29%), политика и власть (13,5%), экономическая деятельность (17%), конфликты (16,5%), этические установки (17%), а также интеллектуально-речевая активность (7%). Это свидетельствует о том, что современный англоязычный медиадискурс сосредоточен на актуальных социальных, политических и экономических проблемах, значимых для формирования общественного мнения и реализации коммуникационных стратегий.

Основные выводы исследования представлены в разделе **Заключение:**

1. Английские фразеологические единицы, как и фразеологические единицы других языков, формируются в процессе коллективной языковой практики. Они отражают когнитивный опыт, культурные ценности и языковую интуицию

носителей языка, фиксируют традиции, обычаи и верования, а также репрезентируют исторические и социальные реалии. Значительная часть фразеологических единиц закрепились в профессиональной речи, при этом переосмысление устойчивых сочетаний служит источником формирования новых фразеологизмов. Среди художественных источников большинство заимствований связано с произведениями У.Шекспира, однако по количеству единиц, интегрированных в английский язык лидирующее место занимает Библия, являющаяся одним из ключевых сакральных текстов западной культуры.

2. Во всех определениях фразеологических единиц выявляются общие инвариантные признаки. К ним относятся некомпозиционность, предполагающая семантическую неделимость выражения, при которой значение не выводится из значений его компонентов; институционализированность, отражающая широкое распространение и закреплённость единицы в языковом сознании носителей; а также фиксированность, проявляющаяся в относительной устойчивости структуры и ограниченности синтаксической вариативности.

3. На основе анализа взглядов отечественных и зарубежных лингвистов были систематизированы дополнительные характерные признаки фразеологических единиц: отдельно-оформленность, проявляющаяся в наличии внешней грамматической членности; воспроизводимость в речи, отражающая типичное использование выражений в готовом виде; и номинативность, заключающаяся в способности обозначать предметы, действия, признаки и ситуации.

4. Для теории текста принципиально важно допущение об интенциональной направленности и целостности текстового сообщения. В связи с этим особое внимание уделяется показателям границ высказывания. Метатекст не только способствует привлечению внимания читателя к структуре текста, но и делает содержащуюся в нем информацию более доступной для восприятия. Метатекст обеспечивает прояснение логических связей между различными идеями, поясняя читателю, как следует читать и интерпретировать текст.

5. Паратексты представляют собой особую категорию, позволяющую фиксировать и описывать различные, в том числе противоречивые способы репрезентации текста. Их анализ имеет особое значение при исследовании библейских произведений, в рамках которых паратексты отражают сложившиеся традиции восприятия и интерпретации текста, а также исторически сложившиеся практики чтения.

6. Текстовая передача отражает наиболее непосредственные формы рецепции и экзегезы. Паратекстуальные элементы выполняют функцию хронологических маркеров, что позволяет проследить эволюцию традиций чтения и интерпретации. Любое языковое произведение представляет собой текст, функционирующий как средство человеческого общения. Внутри текста присутствуют элементы дискурса, равно как и в дискурсе обнаруживаются элементы текста. Между данными понятиями наблюдаются отношения взаимного проникновения и они могут быть рассмотрены как две стороны единого целого.

7. В дискурсе англоязычных масс-медиа политической направленности текст выполняет пропагандистскую функцию, передавая определённые идеи и мнения. Это предполагает эмоциональное воздействие на адресата с целью побуждения к конкретным политическим действиям. Фразеологизмы, возникающие в политическом контексте, выполняют частично концептуальную функцию, одновременно являясь элементами медийной технологии и средством языковой игры, включая каламбуры и другие экспрессивные приёмы.

8. В экономических публикациях фразеологизмы несут значительную прагматическую нагрузку. Они помогают точно описывать экономические ситуации и участников, характеризовать их деятельность и положение дел, эмоционально выделять важную информацию, а также оценивать события. При этом фразеологические единицы способствуют формированию собственного мнения читателя, которое, однако, во многом зависит от коммуникативных намерений журналиста, использующего экспрессивные средства языка.

9. Фразеологические единицы выполняют одновременно

несколько функций в медиа-дискурсе: они могут выступать средством актуализации иронии, инструментом создания драматического эффекта или саспенса, а также способом привлечения внимания к ключевым фрагментам текста.

10. Журналисты используют образные фразеологические единицы для подчёркивания значимой информации, акцентирования внимания на ключевых моментах, оценки событий и создания эмоционально выразительного текста. Фразеологизмы, способствующие экономии языкового пространства, обеспечивают лаконичность заголовков, одновременно привлекая внимание читателя за счёт высокой экспрессивности речи.

11. Анализ фактологического материала показывает, что в медиа-дискурсе редко встречаются полностью авторские фразеологизмы. Чаще используются авторско-индивидуализированные формы, которые адаптируются к конкретному контексту, демонстрируют высокий уровень вариативности и подвергаются преобразованиям на лексико-грамматическом, синтаксическом и семантическом уровнях. Наиболее востребованной функцией фразеологизмов в англоязычном медиа-дискурсе является создание образности описываемых явлений, преимущественно посредством глагольных конструкций. Семантическое доминирование фразеологизмов, связанных с социальными эмоциями, конфликтом и властью, коррелирует с целями СМИ – вовлечением аудитории, упрощением сложных явлений, созданием эффектов доверия и манипуляции, а также способствует формированию образности и эмоциональной выразительности медийного текста.

***Основное содержание и научные положения диссертации нашли свое отражение в следующих статьях и тезисах автора:***

1. Трансформации фразеологических единиц в англоязычных средствах массовой информации. // Davamlı inkişaf strategiyası: qlobal trendlər, Milli təcrübələr və yeni hədəflər, I Beynəlxalq elmi konfrans, – Mingəçevir: – 10-11 dekabr, – 2021, I cild. – s.297-299.

2. Происхождение фразеологизмов в современном английском языке // – Bakı: Elm və təhsil, AMEA, M.Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu, Filologiya məsələləri, – 2022. № 2, – s.87-95.
3. Фразеологические единицы в дискурсе англоязычной масс-медиа экономической направленности // – Bakı: Azərbaycan Dillər Universiteti, Dil və ədəbiyyat, – 2022. № 2, – s.62-67.
4. Функционирование фразеологизмов в дискурсе масс-медиа. // – Bakı: Bakı Dövlət Universiteti, Dil və ədəbiyyat. Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2022. 2(119), – s.434-436.
5. Дискурс масс-медиа: параметры и разновидности // – Bakı: Bakı Slavyan Universiteti, Humanitar elmlərin öyrənilməsinin aktual problemləri, – 2022. № 3, – s.77-80.
6. Фразеологические единицы в дискурсе англоязычной масс-медиа с элементами цветообозначения // – Naхçivan: Naхçivan Universitetinin Elmi əsərləri, – 2022. № 4(28), – s.143-146.
7. Основные тенденции изучения фразеологии в отечественной и зарубежной лингвистике // The XXII International Scientific Symposium “Turkic World Between East and West”. – Turkey: – 29 January, – 2022, – p.87-90.
8. Исследование понятия дискурс в современной лингвистике. // “Yeni dövrdə təhsil və tədqiqat fəaliyyəti: reallıqlar və çağırışlar” Beynəlxalq elmi konfrans, – Mingəçevir: – 16-17 dekabr, – 2022, I cild. – s.537-540.
9. Phraseological units with the lexeme “money” in the English language discourse of mass media of economic orientation // Taras Shevchenko 9th International congress on social sciences. – Ukrayna, Lutsk: – 14-15 August, – 2023, – p.71-73.
10. İngilisdilli kütləvi informasiya vasitələrinin (KİV) diskursunda frazeoloji vahidlərin aktuallaşması // Ümummilli lider Heydər Əliyevin 100 illiyinə həsr edilmiş Doktorant və gənc tədqiqatçıların XXVI Respublika elmi konfransı (NASCO XXVI) – Bakı: – 17-18 noyabr, – 2023, – s.80-82.
11. Фразеологизмы в дискурсе масс-медиа различной направленности // – Poland: Colloquium-journal, – 2023. №1 (160), – p.61-66.

12. General theoretical problems of text linguistics // – Bakı: “ELMİ İŞ” Beynəlxalq elmi jurnal, – 2023. 17 (7), – p.24-29.
13. Медиатекст как дискретная единица дискурса масс-медиа // 6<sup>th</sup> International Latin American scientific research congress, – Cuba, Havana: – 1-3 February, – 2024, – p.487-490.
14. Подходы к классификации фразеологических единиц в английском языке. // V Международная научно-практическая конференция. Лингвистические и культурологические аспекты современного инженерного образования. – Томск: – 13-15 ноября, – 2024, – с.79-81.
15. Фразеологические единицы в англоязычном дискурсе масс-медиа спортивной направленности // – Gəncə: Gəncə Dövlət Universiteti, Elmi Xəbərlər: fundamental, humanitar və təbiət elmləri seriyası, – 2025. № 3, – s.211-214.
16. Mass-media diskursunda təbiətlə əlaqəli frazeoloji vahidlər. // Elmi İnkişaf: Uğurlar və Çağırışlar” – Gənc Tədqiqatçıların II Respublika Elmi Konfransının materialları, – Naxçıvan: – 03–04 aprel, – 2025, – s.601-603.
17. İngilisdilli mediada tibbi frazeologizmlərin istifadəsi // – Gəncə: Gəncə Dövlət Universiteti, Elmi Xəbərlər: fundamental, humanitar və təbiət elmləri seriyası, – 2026. № 1, – s.273-277.

Защита диссертации состоится 22 мая 2026 года в 11:00 на заседании Диссертационного совета FD 2.12 действующего на базе Азербайджанского университета языков.

Адрес: AZ1014, г.Баку, ул. Р.Бехбутова, 134.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Азербайджанского университета языков.

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте Азербайджанского университета языков.

Автореферат разослан по соответствующим адресам 21 апреля 2026 года.

*Искен*

Подписано в печать: 01.04.2026

Формат бумаги: 60x84 1/16

Объем: 44801 знаков

Тираж: 70