

Князь Т.М. Когнітивні механізми репрезентації дійсності засобами фразеології в медійному дискурсі. Мат-ли підсумкової наук. конф. професорсько-викладацького складу, аспірантів і здобувачів наукових ступенів: у 2-х ч. Харків: ХНАУ, 2021. Ч.І. С.86-88.

УДК 811.161.2'373.7

## **КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ДІЙСНОСТІ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ**

**Князь Т. М., канд. філол. наук, доцент  
кафедра мовних дисциплін**

Проблема вивчення репрезентації дійсності різними мовними засобами в медійному дискурсі має міждисциплінарний характер і досліджується в аспектах лінгвістики, когнітивних наук, соціології, психології, логіки тощо. Особливий інтерес при цьому становить взаємозв'язок когнітології й дискурсології, коли дискурс розглядають з позиції когнітології як особливу форму створення знань, існування знань й оперування ними.

Ментальна репрезентація є ключовим поняттям у когнітології, що належить як до процесу репрезентації світу у свідомості людини, так і до дослідження механізмів вилучення, зберігання і передачі знань за допомогою мови. Аналіз ментальних процесів учасників комунікації передбачає психологічні, мовностилістичні, а також соціокультурні аспекти розуміння мовлення комунікантів. Отже, функціонування дискурсу обумовлюється соціально-культурним контекстом.

У процесі дискурсивної діяльності відбувається постійне оброблення інформації, що надходить із медійних видань, внутрішніх когнітивних ресурсів комунікантів і зовнішньої ситуації спілкування. У зв'язку із цим у теоретичних дослідженнях дискурсу проводиться відмінність між експліцитною, буквальною інформацією, що має мовне вираження, з одного боку, і імпліцитною, затекстовою інформацією, з іншого. Як правило, експліцитна інформація пов'язана із пропозиційним змістом або семантичною репрезентацією, яка відновлюється у процесі декодування висловлення. Імпліцитна інформація відображається інтенцією мовця. Важливо відзначити, що інтенція повідомлення в медійному дискурсі змінюється або конструюється безпосередньо під час комунікації, у ситуації спілкування з адресатом, який, урахувавши свої знання, досвід, доповнює текст повідомлення і «добудовує» його зміст. На думку Л. Цурикової, імпліцитна інформація утворюється в результаті динамічної взаємодії таких чинників, як семантичний потенціал мовної одиниці, особливості контексту її вживання, індивідуальні і соціальні характеристики учасників комунікації [3, с. 153].

Інтенції, розумові процеси передують вербалізації інформації, отже, розуміння того, яким чином людина структурує об'єктивну дійсність, дозволяє з'ясувати вплив ментальних процесів на вибір лексико-фразеологічних способів номінації навколишнього дійсності. Відповідно утворення фразеологічних

одиниць (ФО) є типовою реакцією особи на сприймання позитивного або негативного явища навколишньої дійсності. Що ж до вибору фразеологізму для називання певного фрагменту дійсності, то Н. Амосова підкреслює, що ідіомотворення – це завжди спонтанний процес, не орієнтований ні на які регулярні семантичні правила вибору й комбінації слів. Процес ідіомотворення – це включення сполучення слів у метафору (чи інший троп) на основі подібності того смислу, що покладений в основі номінативного задуму, й того, що означається сполученням у його «буквальному» значенні, і що, до того ж, включається в певну структуру знань про світ – певний «сценарій» чи «фрейм» [2, с. 60]. Фреймовий аналіз дозволяє більш детально описати значення фразеологізму, що відображене у свідомості носія мови, виявити когнітивні ознаки, актуальні для комунікантів під час сприйняття певної одиниці, а також з'ясувати зміни в значенні фразеологізму.

На нашу думку, когнітивний підхід є основою дискурсивного аналізу й дозволяє не тільки з'ясувати відмінності між різними напрямками лінгвістичного дослідження, але й об'єднати, інтегрувати різні аспекти вивчення особливостей функціонування фразеологічних одиниць у текстах медійних видань. Мовні засоби пов'язані з когнітивними структурами та процесами, відповідно процес комунікації пов'язаний із мисленням [1, с. 63]. У процесі сприймання інформації з різних жанрів медійного дискурсу комуніканти вилучають із пам'яті й обробляють не тільки контекстуальну інформацію, але й ту, що зберігається на більш глибоких рівнях пам'яті й належить до соціокультурних знань і досвіду особистості.

У межах когнітивно-дискурсивної парадигми зосереджуємо увагу на семантиці ФО, що відображає мовну свідомість особистості, її суб'єктивне сприйняття дійсності. Аналіз семантики фразеологічних засобів сприяє більш глибокому розумінню особливостей взаємозв'язку мови й свідомості в контексті дослідження процесу сприймання інформації, пізнання світу. Саме тому важливо простежити, через які когнітивні процедури кодування і сприйняття здійснюється процес співвіднесення мовних засобів і національно-культурної інформації. Відповідно ФО розглядаємо як засіб «кодування», зберігання та передачі знань, моральних цінностей про навколишній світ.

Отже, когнітивний аспект аналізу дискурсу передбачає вивчення питань роботи свідомості, інтелекту і розуму людини, існування систем, що забезпечують різні когнітивні процеси існування знань. Фразеологізми є способом вербалізації ментальної системи особистості. Вони відображають формування національної свідомості, зміни суспільно-політичних поглядів та інтересів українців у різних сферах суспільства сьогодення.

## Література

1. Князь, Т.М. Когнітивний аспект дослідження фразеологізмів української мови в медійному дискурсі. Лінгвостилістичні студії, вип. 13, 2020, с. 62–71. <https://doi.org/10.29038/2413-0923-2020-13-62-71>
2. Телия, В. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты: монография. Москва, 1996.

3. Цурикова, Л. Проблемы когнитивного анализа дискурса. Вестник Воронежского государственного университета. Серия 1, Гуманитарные науки, № 2, 2001, с.128–157.