



Наталія ДАЩЕНКО

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка*

УДК 81'37

ПАРОНІМІЧНІ АСОЦІАЦІЇ У ГАЗЕТНОМУ ТЕКСТІ

У статті розглянуто прийом паронімічної атракції та близьких до неї явищ кореневого повтору, етимологізування та псевдоетимологізування як засобів експресивної виразності газетного тексту.

На матеріалах всеукраїнської газети «Україна молода» вивчено паронімічні вислови. Проілюстровано, як вони вирізняються на тлі усталеної сполучуваності, як звукова атракція графічно і семантично підсилює їх емоційно-експресивний потенціал. Підтверджено, що при зіставленні залучається і формальне звукове зближення, і загальмоване та контекстуальне асоціативне значення атрактантів. Зібраний матеріал демонструє: поєднання паронімів, однокореневих слів і їх форм, контекстуальне етимологізування (псевдоетимологізування), графічне виділення окремої частини слова – актуальні стилістичні прийоми у сучасному медіатексті. Встановлено, що тенденція залучати паронімічні ресурси мови до актуалізації змісту міцно закріпилася у сучасному медійному тексті, на відміну від попередніх періодів, коли стилістичні прийоми паронимазії та паронімічної атракції характеризували мову поезії та переважно гумористичних прозових жанрів.

***Ключові слова:** паронімічна атракція, кореневий повтор, етимологізування, псевдоетимологізування, графічне виділення, експресивність, газетний текст.*

Вступ. Сучасний газетний текст використовує випрацюваний мовною практикою великий ряд виразально-зображальних засобів. У газетному дискурсі засобами інтенсифікації та експресивної виразності повідомлення виступають елементи усіх мовних рівнів, а також особливості верстки, виділення кольором, підбору шрифтів, побудови фоторяду та інші формально-технічні та змістово-інформаційні чинники. Оскільки у газетно-публіцистичних текстах «експресивність мовних одиниць виявляється на тлі автоматизованих засобів вираження як протиставлення мовним штампам» [8, с. 328], то нашу увагу привертають саме ті складові медійної комунікації, які супроводжуються різного роду асоціаціями, інтерпретаціями, оцінно-експресивним забарвленням або формують їх.

Сьогодні журналісти виявляють неабиякий творчий пошук, при цьому активно послуговуючись напрацюваннями своїх попередників, митців різних напрямків, народними джерелами та ін. Таким чином газетний дискурс набуває ознак ситуативної образності. «Сукупність асоціативних зв'язків слова створює його асоціативну валентність, яка знаходить вираження на всіх рівнях мовної системи й дозволяє по-різному інтерпретувати формально-змістову структуру знака, перетворювати потенційний зміст в актуальний» [1, с. 77]. Підсилення, підкреслення факту, події, наголошення на них може здійснюватися завдяки багатьом засобам, що або самі собою є експресивними, або набувають цієї властивості завдяки мовному чи позамовному контексту.

Вивчення патронімічної атракції (далі – ПА) (лат. *attractio* – притягування, привернення) як специфічного явища, якому властиві деякі парадоксальні характеристики, викликало потребу систематизації цієї групи мовних елементів. Типізація паронімів, яка опирається на фонетичні характеристики співвідносних слів, представлена у працях В. Григор'єва «Паронимическая аттракция в русской поэзии XX в.» [4], «Поэтика слова» [5].

Традиційним вважається широке розуміння паронімів як слів, близьких за звучанням, але різних за семантикою (О. Пешковський, А. Гвоздев, Д. Шмельов, Д. Розенталь, І. Качуровський). Під паронімією розуміють також тільки однокореневі співзвучні слова, які мають подібні граматичні ознаки і виконують в мовленні аналогічні синтаксичні функції (Ю. Бельчиков та М. Панюшева, О. Вишнякова, Н. Колесніков, Л. Ткаченко).

Вивченню стилістичних можливостей паронімії українські науковці присвятили немало досліджень, зокрема: паронімічній атракції в українському поетичному (Н. Дашенко, Р. Ріжко, Л. Оліфіренко), прозовому (А. Білозуб), публіцистичному дискурсах (О. Стишов, Ю. Полтавець, О. Ємець), в англо- та франкомовних текстах та при їх перекладі (О. Воронюк, Ю. Кіщенко, В. Бондаренко, В. Павличук, О. Сидоренко).

Оскільки сучасна періодика постійно шукає способи і засоби впливу на читача, залучаючи різноманітні можливості мови (зокрема звукові, значеннєві, графічні), то вивчення таких засобів **актуальне** через їх дієвість у конкретному контексті, зумовленому позамовними чинниками: актуальністю подій, їх політичним контекстом, реакцією на них у суспільстві. За словами, Ю. Полтавець, «використання паронімічної атракції як дієвого засобу емоційно-оцінного впливу на читача стає невід'ємною ознакою не лише поетичного мовлення, а й публіцистики» [13, с. 49].

У цій статті робимо спробу описати особливості використання окремих прийомів вираження експресивності у сучасному газетному дискурсі, а саме паронімічної атракції, кореневого повтору та псевдоетимологізування, що, з одного боку, вирізняються на тлі усталеної сполучуваності та своєрідних стандартів подання інформації у публіцистичному тексті, а з іншого – представляють різноманітність виражально-зображальних засобів стилю.

Матеріалом для спостережень слугувала щоденна інформаційно-політична газета «Україна молода» (за 2007-2008 рр., 2014-2016 рр.).

Виклад основного матеріалу. Звукосмислові зв'язки, що ґрунтуються на відношеннях паронімічної атракції, стають досягненням авторського стилю або виступають характерною ознакою редакторського підходу до формування змістово-формального обличчя видання. Аналіз газети «Україна молода» засвідчив, що звукосмислові зв'язки набули великого поширення в матеріалах багатьох журналістів. Тому ПА не варто сприймати і розглядати тільки як суб'єктивний акт, що залежить від волі автора, адже сучасне медійне мовлення прагне до увиразнення й урізноманітнення використовуваних засобів, тому включається у загальну тенденцію – оновлення внутрітекстових зв'язків.

Ю. Полтавець пропонує характеризувати ПА за трьома основними критеріями: 1) свідоме чи несвідоме зближення у плані вираження мовцем паронімічних одиниць; 2) експліцитне чи імпліцитне зближення слів-паронімів; 3) оказіональне чи узуальне зближення слів-паронімів. Із урахуванням цих характеристик науковець пропонує таке тлумачення: «паронімічна атракція – це різновид лексико-семантичної атракції, явище і результат свідомого чи несвідомого зближення паронімів у свідомості і/чи мовленні, що реалізуються через синтагматичні зв'язки або парадигматичні відношення» [13, с. 50].

Прийоми зіставлення спільнокореневих і різнокореневих слів відрізняються. Між спільнокореневими словами існує реальна близькість значень у самій мові, тоді як між різнокореневими можлива лише контекстуальна семантизація, художнє перетворення

слів. З огляду на це, доцільно розглядати кореневий повтор та текстуальне зближення співзвучних слів як два взаємозалежні засоби художньої експресивності.

Явище контекстуальної семантизації слів, зіставлених на основі глибокої звукової подібності, ми вважатимемо **паронімічною атракцією**. До неї наближається випадкова звукова подібність слів. Однак природа цього явища полягає не у випадковій подібності слів на тлі очевидної різниці, а на очевидній подібності слів, що імітують відношення похідності. Наслідком такого процесу є виникнення семантичної атракції, яка більше відома під назвою народної, хибної або поетичної етимології.

Паронімічна атракція. Аналіз лексико-семантичних особливостей атрактантів засвідчив здатність слів, що належать до різних лексико-граматичних розрядів, вступати у відношення ПА й утворювати смислові центри із образним навантаженням. Основну масу атрактантів складають загальні назви, що є найбільш інформативними з точки зору лексичного змісту. У процесі зближення подібних за звучанням абстрактних та конкретних назв виявляється тенденція до поєднання слів, що належать до віддалених смислових груп: фактор і фактура; спікер здав скіпетр; шок від шоколаду; мер руйнує мир; бриз під блюз; містерія міністеріалізму; прелюдія до оприлюднення; коаліція покололася, баталії через батальйони тощо. Найчастіше на основі звукової близькості встановлюються точки дотику між конкретними і абстрактними поняттями.

Власні і загальні назви активно і своєрідно виявляють свої образотворчі можливості та здатність підтримувати між собою звукосмислові зв'язки, зумовлені їх власним значенням і контекстом. У сучасній газетній практиці, наприклад, винесена у заголовок власна назва має змістову і звукову мотивацію у підзаголовку, в ліді чи у тексті: *Рая, вигнана із «раю»*. [лід] *Партія регіонів виключила зі своїх лав [Раїсу] Богатирьову через прогрузинські заяви; Горе в Горі*. [лід] *Убивці, мародери, твалтівники. Російські окупанти спустошили грузинське місто; Кров на Покрову* (про безчинства під Верховною Радою 14 жовтня 2014 р.); *Мессі як месія*. (Мессі – гравець ФК «Барселона»); *Ремарка про Ремарка* (німецький письменник).

Звукова подібність у межах ПА зумовлює виникнення відношень контекстуальної «синонімії» та «антонімії». *Рік, рок, рак...* [лід] *Від раку помер 65-річний клавішник Pink Floyd Ричард (Рік) Райст; Шустрі Шустер і Шуффрич; Дзеркало тижня – Головний і «Глорія»; Термінал і термінатори; як ми оплакуємо та оплачуємо Чорнобиль?; Не помолитись, а помилуватись* та ін.

Відношення ПА побудовані переважно на нових та незвичних сполученнях слів, що вирізняються на тлі загального контексту. Використання різних типів звукової атракції спрямоване на виокремлення, виділення, семантичне «самовираження» пари зіставлених слів. Ці риси вказують на близькість ПА до процесів метафоризації.

Кореневий повтор. Контекстуальне зближення спільнокореневих у сучасній українській мові слів є виявом одного із універсальних і емоційних за своєю природою прийомів – повтору, зокрема кореневого. «Із ряду різних повторів кореневий повтор виділяється тим, що виявляє та актуалізує найсуттєвіше в слові – його корінь. Тому кореневий повтор – це і засіб аналізу слова в системі його образно-понятійних зв'язків, і засіб пізнання речей в процесі їх називання» [9, с. 13].

Використання двох-трьох спільнокореневих слів або цілого їх ланцюжка у межах одного-трьох речень нормами стилістики розглядається як певне порушення – тавтологія. Однак у тексті, що містить художньо-образні елементи, синтаксична семантика тавтологічних сполучень полягає в актуалізуванні повторюваного елемента, у вираженні типовості, повноти чи інтенсивності ознаки, явища, процесу. Як-от у прикладах: почути почуття; вічні питання у вічному місті; перестраховка від страху; дива не для того, щоб подивувати; нова рада – нова зрада; зі щитами й на щиті; смітники починаються зі сміття... в головах та ін. Інтенсивність вираження у «тавтологічному» сполученні може сягати оксиморонної: місцеві вибори: без виборців та права вибору; вибір без вибору; торкнулись недоторканності (про зняття з депутатів недоторканності); вільний невірник та ін.

У випадку кореневого повтору залучається вплив на реципієнта актуалізованого звукового комплексу та з'ясування певного лексичного значення шляхом етимологізування: похорони охорони; тяганина з тягачами; вибороти вибори; ще одна криза від антикризової; якщо нема кризи, то чому є антикризова коаліція?; поправки до непоправного [закон про Кабмін]; гризота з Огризком; Росія гризе Огризка; осінній синдром: жовте листя і жовтяниця; прорив чи прірва? та ін.

Загалом же поєднання однокореневих слів і форм одного слова – сильний засіб зіставлення подібних понять, один із важливих стилістичних прийомів у сучасному медіатексті, що є засобом пізнання речей у їх образно-понятійних зв'язках, характеризує авторську манеру, виступає багатофункціональним явищем. У його межах «оголюються» і семантизуються формальні елементи, словотворчі морфеми, засоби деривації, граматична форма, стилістичне значення.

Етимологізування. Увага до зв'язку форми і змісту, звучання і змісту, звуку і значення (смислу) пов'язана «і з атракцією образних ресурсів мови, і з прагненням до подолання автоматизму мовлення, і з пошуками етимологічного значення як першоджерела смислу. Увага до етимології слів складає людську потребу» [9, с. 12]. У сучасному мовленні, спрямованому на емоційно-експресивний вплив, подібна актуалізація переросла у засіб пізнання і моделювання світу, оголивши зв'язок форми і змісту в самій мові, базуючись на справжніх та псевдоетимологічних дериваційних процесах. Наприклад: Історія трьох сумок. [лід] У Сумах відкрили пам'ятник сумці, на знайдені кошти у якій, за легендою, козаки й заснували місто; Шах «Еліті-Центру». [лід] Головний організатор київської будівельної афери Олександр Шахов уже в Лук'янівському СІЗО; Де «зарвав» ченця чудесний сон. [лід] На планеті є не так уже й багато сакральних місць, пов'язаних зі з'явами Богоматері. Одне з них – Зарваниця; ситий Ситник (голова НАБУ Артем Ситник); шоковані Шокіним (про кандидатуру Віктора Шокіна на посаду генпрокурора); Борисе, борись!; нелегальні Галі; шустрый Шустер та б. ін. У появі таких висловів, без сумніву, виявляється природне прагнення віднаходити внутрішню форму для пояснення значення без урахування походження слів.

Фонографічне виділення у сучасній газеті виступає одним із улюблених прийомів актуалізації певного лексичного значення. Графічно (за рахунок шрифту, кегля, рідше кольору) виділяють ту частину слова – не обов'язково сумірну із морфемним поділом лексеми, – яка несе основне семантичне навантаження. Інші складові такої одиниці зорозово сприймаються як супроводжувальні або допоміжні. Проте у загальному змісті вислову обов'язково враховується значення повного і «недеформованого» слова. Наприклад: Януковича приПЛЮЩать потім? [про можливе використання проти кризи впливу голови Ради нацбезпеки]; МІНЮст на підтанцьовці [підзаголовок] МЮ демонструє скорочення функцій: тепер вони, в основному, зводяться до тлумачення ходів Мороза і Януковича та їх нахвалання; ФУНДАМЕНТальна церква [про Десятинну церкву]; ПЛАСТИчна операція зі зміни світогляду української молоді триває от уже 95 років [про діяльність організації «Пласт»]; ПРОти кого ПРО? [протиракетні системи]; Фатальне гОЙдання [про загибель неповнолітніх дівчаток]; Яромір доЯГРався [про одруження відомого хокеїста] та ін. Як бачимо, у таких випадках зміст графічних виділень залучає у семантичне поле заголовків позатекстову інформацію загальновідомого характеру, а також виникає на основі повідомлюваних фактів і супроводжується емоційним підкресленням (ОЙ – занепокоєння, трагедії; насмішки, легкого гумору в останньому прикладі, де слово догрався зберігає свою граматичну форму, але набуває іншого семантичного наповнення через заміну кореня на ЯГР – прізвище хокеїста).

Поширеність застосування подібності у звучанні і написанні слів спонукає понятійно окреслити це явище. Часто графічні виділення підкреслюють певні морфеми (префікси, корені): проТАРАНені знання; конституція оСИРОТіла; коаліція йде на ПОСАДку. Трапляються і такі, котрі не пов'язані із морфемним членуванням лексеми або представляють яскраво виражене переосмислення значення, етимологізування, псевдодериваційні процеси: МОРОтворці; ПАРАДуємось; КАДРисти; ГАЙдамаки.

Жителі Сирця мужньо борються з забудовою заповідного гаю; Дим цигарок з МЕНТОлом. Правоохоронці (жаргонне – мент – авт.) штрафуватимуть за куріння в недозволенних місцях та ін. В основі усіх прикладів лежить звукова спорідненість – в одних випадках словотвірна (пароніми у вузькому значенні), в інших – за звуковим складом (паронімічна атракція; паронімія у широкому розумінні). На цій підставі розглядуване явище можна б окреслити як графічно-паронімічне. (графодеривати – Ю. Полтавець, Т. Шмельова [13, с. 52]) До питання про остаточне понятійне визначення варто залучити думки дослідників мови медіа.

Висновки. У сучасному газетному тексті сповна застосовуються паронімічні можливості мови. Вони використовуються своєрідно, глибоко продумано і надзвичайно вагомо. При зіставленні залучається не тільки формальне звукове зближення атрактантів, але й асоціативний потенціал їх загальмованого значення і того, контекстуального, на виникнення якого спрямоване «зіштовхування». Як наслідок, спостерігаємо виникнення глибоких звукосмислових образів. Тенденція залучати паронімічні ресурси мови до актуалізації змісту, відновлення відношень похідності чи створення контекстуальної псевдоспорідненості міцно закріпилася у сучасному медійному тексті, на відміну від попередніх періодів, коли стилістичні прийоми паронімії та паронімічної атракції характеризували мову поезії та переважно гумористичних прозових жанрів.

Сьогодні функції звукосмислового поєднання – конденсація контексту, метафорична асоціативність, ефект новизни, семантико-дериваційні «натяки» (нове декодування значення пароніма), модифікація патронімічної пари та ін. – стали характерною ознакою газетних шпальт. Встановлення нових асоціативних зв'язків між формою (формальний аспект) і значенням (смысловий аспект) слова фіксуємо переважно у сильних позиціях газетних публікацій – заголовках, підзаголовках, лідах. Подібне розташування атрактантів підпорядковане вираженню настанов автора чи редакції, пов'язане із потребою зацікавити читача, актуалізувати ідейно-тематичний зміст тексту.

Подальше дослідження паронімічної атракції у публіцистичному тексті може залучати матеріали інших видів медіа, стосуватися контекстної зумовленості явища, пояснення конотацій мовних одиниць, задіяних ПА, їх функціонування у складі художніх і стилістичних прийомів тощо.

Література

1. Білозуб А. І. Паронімічна атракція як фоносемантичний прийом мовної гри в прозі представників станіславського феномена / А. І. Білозуб // Лінгвістичні дослідження : зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. Сковороди. – 2012. – Вип. 33. – С. 77-82.
2. Бондаренко В. Паронімічна атракція як спосіб реалізації парадигматичних відносин у франкомовному магрибському романі / В. Бондаренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика. – 2012. – Вип. 16. – С. 108-112.
3. Воронюк О. Паронімічна атракція в заголовку текстів англомовної масової комунікації : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / О. В. Воронюк; Одеський держ. ун-т ім. І. І. Мечникова. – О., 1998. – 16 с.
4. Григорьев В. П. Паронимическая аттракция в русской поэзии XX века / В. П. Григорьев / Сборник докладов и сообщений лингвистического общества. – Калинин : КГУ, 1975. – Вып. 5. – С. 131-164.
5. Григорьев В. П. Поэтика слова / В. П. Григорьев. – М. : Наука, 1979. – 342 с.
6. Дашенко Н. Експресивні засоби газетного дискурсу / Н. Дашенко // Лінгвістична наука : об'єкт – стиль, мета – оцінка : зб. наук. пр., присвячений 70-річчю від дня народження проф. С. Я. Ермоленко / відп. ред. академік НАН України В. Г. Складенко. – К., 2007. – С. 316-323.
7. Ємець О. Семантика та стилістичні функції паронімії у художніх, газетних і рекламних текстах / О. Ємець // Семантика мови і тексту : матеріали X Міжнар. конф. – Івано-Франківськ : Видавець Третяк І. Я., 2009. – С. 90-92.
8. Ермоленко С. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови) / С. Ермоленко. – К. : Довіра, 1999. – 430 с.

9. Зубова Л. В. Потенциальные свойства языка в поэтической речи М. Цветаевой / Л. В. Зубова. – Л-д : Изд. ЛГУ, 1989. – 262 с.
10. Кіщенко Ю. Особливості функціонування та перекладу паронімічних висловів у газетних заголовках [Електронний ресурс] / Ю. Кіщенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика. – 2011. – Вип. 15. – С. 297-302. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_2011_15_70
11. Оліфіренко Л. В. Стилістична роль паронімічної атракції у поезії В. Стуса [Електронний ресурс] / Л. В. Оліфіренко. – Режим доступу : <http://intkonf.org/kandfilolnauk-olifirenko-lv-stilistichna-rol-paronimichnoyi-atraktsiyi-u-poeziyi-vstusa/>
12. Павличук В. П. Силабічний аспект паронімічної атракції в англomовному інтерв'ю в засобах масової комунікації / В. П. Павличук // Перекладацькі інновації : матеріали II Всеукраїнської студ. наук.-практ. конф. (Суми, 15-16 березня 2012 р.) / ред.кол. : С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 113-115.
13. Полтавець Ю. С. Типи паронімічної атракції в сучасній українській газетній періодиці [Електронний ресурс] / Ю. С. Полтавець. – Режим доступу : irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?...2...
14. Ріжко Р. Л. Паронімічна атракція як домінанта українського поетичного дискурсу кінця ХХ – початку ХХІ століття / Р. Л. Ріжко // Лінгвістика : зб. наук. праць. – Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Т. Шевченка». – 2011. – № 1 (22). – Ч. II. – С. 169–182.
15. Сидоренко О. Особливості функціонування паронімії в англійській мові [Електронний ресурс] / О. Сидоренко. – Режим доступу : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1524>
16. Стишов О. А. Особливості словотворення оказіоналізмів-комполітів у мові українських ЗМІ кінця ХХ – початку ХХІ століття / О. А. Стишов // Динамічні процеси в граматиці і лексичному складі сучасних слов'янських мов : зб. наук. пр. – 2011. – С. 195–198.
17. Сютя Г. М. Паронімічна атракція в ідіостильовій системі Емми Андрієвської / Г. М. Сютя // Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова. Сер.: Філологічні науки (мовознавство і літературознавство). – К. : Вид-во НПУ ім. М. Драгоманова, 2009. – С. 66–70.

Наталія Дащенко

Паронимические ассоциации в газетном тексте

В статье рассмотрен прием паронимической аттракции и близких к ней явлений корневого повтора, этимологизирования и псевдоэтимологизирования как средств экспрессивной выразительности газетного текста.

На материалах всеукраинской газеты «Украина молодая» изучены паронимические выражения. Проиллюстрировано, как они выделяются на фоне устойчивой сочетаемости, как звуковая аттракция графически и семантически выделяет и усиливает их эмоционально-экспрессивный потенциал. Подтверждено, что при сопоставлении привлекается и формальное звуковое сближение, и общеязыковое и контекстуальное ассоциативное значение аттрактантов. Собранный материал демонстрирует: сочетание паронимов, однокоренных слов и их форм, контекстуальное этимологизирование (псевдоэтимологизирование), графическое выделение отдельной части слова – актуальные стилистические приемы в современном медиатексте. Установлено, что тенденция привлекать паронимические ресурсы языка к актуализации содержания прочно закрепилась в современном медийном тексте, в отличие от предыдущих периодов, когда стилистические приемы паронимии и паронимической аттракции характеризовали язык поэзии и преимущественно юмористических прозаических жанров.

Ключевые слова: паронимическая аттракция, корневой повтор, этимологизирование, псевдоэтимологизирование, графическое выделение, экспрессивность, газетный текст.

Nataliia Dashchenko

Paronymic Associations in Newspaper Copy

The technique of paronymic attraction and related to it phenomena of root reiteration, etymologizing and pseudo-etymologizing as means of expressive emphasis of newspaper copy were examined in the article.

Paronymic dictums exemplified in Ukraine-wide newspaper «Ukraina moloda» were studied. It was illustrated how they contrast with the background of well-established combinability, and how phonetic attraction graphically and notionally intensifies their expressive potential. That kind of actualization proves the natural tendency of the speaker to overcome automatic narrating, the search of

original spirit. This actualization also serves as means of perception and modelling of correlation in linguistic world of modern Ukrainian.

It is proved that not only formal phonetic affinity of attractants, but also associative potential of their sluggish sense and that, contextual, for appearing of which «impinging» is aimed. Consequently, formation of new phono-notional associations is observed. It is defined that the tendency towards involving paronymic language resources into actualization of the content was strongly consolidated in modern media texts contrary to previous periods when stylistic techniques of annomination and paronymic attraction characterised the language of poetry and mainly humorous prosaic genres. Collected material shows that combining of paronyms, cognate words and their forms, contextual etymologizing (pseudo-etymologizing), attraction graphical emphasis of separate word part are important stylistic techniques in a modern media text. Usage of attractants in strong positions in newspaper releases depends on expressing author's or editorial board's guide, which is connected to the need to get the reader interested and to actualize idea-driven and subject scope.

Material of the article may be supplemented by the results of reviewing of other periodic publications taking into account the flow of modern media space functioning, where the effect of newness, condensation of content, metaphorical contiguity are turned to influence and retroaction.

Key words: paronymic attraction, root reiteration, etymologizing, pseudo-etymologizing, graphical emphasis, expressivity, newspaper copy.