РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ

З.О.Салохиддинова

Мақолада оммавий ахборот воситаларида фразеологизмларни қўллашнинг ўзига хос хусусиятлари рус тилида чоп этилувчи республика нашрлари – "Народное слово", "Учительская газета", "Правда Востока" газеталари мисолида кўриб чиқилган.

***Калит сузлар**: фразеологизм, муаллиф, тил шакли, экспрессив бўёқ, сарлавҳа, лексик-фразеологик воситалар.*

В статье рассматриваются особенности употребления фразеологизмов русского языка в средствах массовой информации на примере русскоязычных газет Республики Узбекистан "Народное слово", "Правда Востока", "Учительская газета".

***Ключевые слова**: фразеологизм, автор, языковая форма, экспрессивная окраска, заголовок, лексико-фразеологические средства.*

The article deals with the so called phraseological units of the Russian language and their peculiarities in the use of mass media in matters of newspapers "Narodnoye slovo", : Pravda Bostoka" and "Uchitelskaya gazeta".

***Key words**: phraseologism, author, language form, expressive style, title, lexico-phraseological means.*

Журналисты нередко обращаются к фразеологическому богатству русского языка как к источнику речевой экспрессии. Образны и выразительны их материалы во многом благодаря частому обращению к собственно фразеологизмам, особенно к пословицам и поговоркам. В различного рода газетных статьях фразеологизмы употребляются в их обычной языковой форме с присущим им значением, что наблюдается при стремлении журналистов усилить экспрессивную окраску текста и привлечь внимание читателей к самой статье. Итак, введение в текст различного рода фразеологизмов обусловлено желанием журналистов усилить экспрессивную его окраску. Например: "Волга вместе с её лихими водителями *словно сквозь землю провалилась"* ("Народное слово"). Присущая фразеологизмам образность в данном примере оживляет повествование, придаёт ему шутливую, ироническую окраску.

Довольно часто авторы газетных материалов используют разговорную, стилистически сниженную фразеологию, нередко прибегая к смешению стилей для создания комического эффекта: "Обосновался, и давай во всякую щель свой *нос совать*. Ох, и мастер он *строить козни"* ("Учительская газета").

В лексическом составе русского языка фразеологические единице занимают определённое место, образно и точно передавая мысли и отражая различные стороны реальной действительности. Кроме того, ряд устойчивых словосочетаний способны не только характеризовать те или иные явления, но и давать им определённую оценку.

В смысловом же отношении они соответствуют (чаще всего) единым понятиям, выражая значение предметности, процесса, качества, свойства или способа действия, имеют определённые грамматические категории, определяющиеся морфологическими формами и синтаксической функцией в предложении, выявляют закономерности в соотношении с общей системой языка, которые проявляются в их сочетании со словами в тексте, стилистической и эмоционально-экспрессивной (коннотативной) семантической характеристике и парадигматических отношениях.

Н.М.Шанский считает, что исследование фразеологических оборотов позволяет решить целый ряд очень важных и сложных вопросов, касающихся значимых единиц языка в целом, характера лексического значения слова, соотношения синтаксической сочетаемости слова и его значения, различных вопросов словообразования и этимологии, ряда проблем орфографии, стилистики, художественной речи и.т.д. [2.102].

Современная действительность отличается всё увеличивающимися скоростями: в передаче информации, общении друг с другом, работе в любой отрасли. В настоящее время появляется большое количество новых изданий различных направлений, ориентирующихся на читателей определённых социальных слоёв общества. Исследование газетных материалов, на наш взгляд, является актуальной темой, а характеристика фразеологизмов в них представляет определённый интерес.

Яркий стилистический эффект создаёт, например, пародийное использование книжных фразеологических оборотов, употребляемых нередко в сочетании со стилевыми лексико-фразеологическими средствами:

«… призывала дать по рукам добытчикам чёрного золота, распоясались добытчики зелёного…..» ("Народное слово")

Важно отметить, что во всех подобных случаях фразеологизмы употреблены в их традиционной языковой форме с присущим им значением.

Сама природа фразеологизмов, нередко обладающих образностью, эмоционально-экспрессивно-оценочной окраской создаёт предпосылки для их использования в художественной и публицистической речи. При этом ничего принципиально нового в употреблении фразеологизмов журналист не вносит, он черпает экспрессию из готового народного источника. Эстетическая функция фразеологических средств определена в них образностью, эмоциональностью, а также умением автора отобрать нужный материал и внести его в текст. Такое употребление фразеологизмов обогащает речь, служит "противоядием" противречивых штампов и клише. Однако, как нам представляется, возможности применения фразеологизмов значительно шире, чем простое их воспроизведение в газетных материалах. Довольно часто они придают тексту афористичность, ритмико-мелодическую упорядоченность. Как правило, они употребляются и в заголовках, и в самих статьях.

Например: *Бразды правления* взяли в руки члены Сената (“Народное слово”). Олимов Вапа *тряхнул стариной* (“Народное слово”).

Присущая фразеологизмам образность оживляет повествование, нередко придаёт ему шутливую, ироническую окраску.

1**.** *“Поматросил и бросил”* (“Народное слово”). О строительстве на территории Воронежской области завода по переработке семян подсолнечника.

2. *“Время убирать камни”* (“Народное слово”). Статья посвящена предстоящему месячнику субботников.

3. *“Оборотная сторона медалей”* (“Народное слово”). Статья о выявленных жителях Северной Осетии, выдававших себя за офицеров Российской Армии, но не являющихся таковыми.

4. *“Что имеем – не храним”* (“Правда Востока”). Реклама нового фильма о жизни семейной пары.

5. *“Вот и сказке конец”* (“Народное слово”). Судьба сборной команды города Воронежа по гандболу, не прошедшей в очередной этап соревнований.

6. *“Чем богаты, тем и рады”* (“Народное слово”). Вручение землякам, жителям Ташкентской области наград.

Абсолютное начало текста (заголовок) – типичная позиция для фразеологического оборота, так как в этом случае его употребление помогает проективно дать оценку представленному материалу, заинтересовать читателя, направить его внимание в нужную точку.

Принято считать, что специфика заголовков-фразеологических единиц состоит в том, что они, как правило, дают образную характеристику и оценку публикуемому материалу, не раскрывая при этом его содержания. Отсутствие функций информации можно объяснить широтой семантики фразеологического оборота, применением его к различным ситуациям.

Поэтому текст корреспонденции, озаглавленный фразеологизмом, обязан, во-первых, раскрыть фактическую подоплёку образного заголовка, во-вторых, подтвердить правомерность оценки, и, наконец, подкрепить саму оценку. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть функционально-стилистическую соотнесённость заголовков-фразеологических единиц с текстами различных жанров газеты.

Ряд корреспонденций, озаглавленных фразеологизмами, не имеет соотнесённости конкретно с этой же единицей в тексте. Необходимо отметить, что это явление достаточно редкое, обычно, как показывает анализ газетных материалов, журналисты стремятся вернуться к фразеологизму в тексте, обыграть его и тем самым повысить присущую ему экспрессивно-оценочную программу. В такой публикации материал в целом раскрывает смысл оценки заголовка, подкрепление её осуществляется в основном за счёт нейтральной (межстилевой) или экспрессивно-окрашенной лексики. Например: В публикации под названием *“Есть ещё порох в пороховницах”* присутствует положительная оценка, выраженная самим заголовком. В статье речь идёт о встрече депутата парламента Александра Милютина с участниками войны и тружениками тыла. Таким образом, фразеологизм семантизируется в тексте конкретным высказыванием: “Как, в минуты фронтового отдыха, ветераны лихо отплясывали. И, конечно, не обошлось без песен военных лет”. *Есть ешё порох в пороховницах.* Вера Кропачёва (“Народное слово”).

Журналисты по-разному строят материал, включающий фразеологизмы, но всё в нём подчинено одному: чётко, ёмко, ярко дать интерпретацию темы статьи, раскрыть сущность описываемого факта, иногда это делается довольно своеобразно. Так статья нередко строится “зеркально семантическому содержанию”, например, фразеологическая единица *“валить с больной головы на здоровую”* может быть истолкована как “перекладывать вину с виноватого на невиновного”.

Литература:

1. Бабкин А.М. Русская фразеология, её развитие и источники.- Л., 1970.- 263 с.
2. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка.- М., 1991.- 160 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь русского языка.- М., 1991.- 752 с.
4. Виноградов В.В. Русский язык.- М., 1972.- 614 с.
5. Кунин А.В. Заметки о фразеологии.- М., 1996.- 128 с.
6. Ларионова Ю.А. Фразеологический словарь современного русского языка.- М., 2014.- 511 с.

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети,
2015 йил 23 ноябрда қабул қилинган
(Тақризчи: доц. Ю.С.Скрыльников)