

The use of Russian phraseological units in a journalistic style

Turdieva Nargiza Mardonovna. International University of Tourism and Cultural Heritage "Silk Road"

Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences nargiza.turdieva@univ-silkroad.

ABSTRACT

Phraseological units occupy a special place in the language system, providing expressiveness and cultural richness of the text. In a journalistic style, their use allows not only to enhance expression, but also to make texts more convincing and emotional. This article examines the features of the use of Russian phraseological units in journalistic discourse using the example of modern mass media (mass media). The article examines various functions of phraseological units, such as expressive, emotional, evaluative and culturological. The analysis of texts of various genres of journalism in which phraseological units are actively used to create emotional impact and formulate the author's position is carried out.

ARTICLE INFO

Received: 8th July 2024

Accepted: 6th August 2024

KEY WORDS:

phraseological units,
journalistic style,
expression, culture,
Russian language, mass
media.

Использование русских фразеологизмов в публицистическом стиле

Турдиева Наргиза Мардоновна. Международный университет туризма и культурного наследия

«Шёлковый путь» доктор философии (PhD) по педагогическим наукам nargiza.turdieva@univ-silkroad.

Аннотация

Фразеологизмы занимают особое место в системе языка, обеспечивая выразительность и культурную насыщенность текста. В публицистическом стиле их использование позволяет не только усиливать экспрессию, но и делать тексты более убедительными и эмоциональными. Настоящая статья исследует особенности использования русских фразеологизмов в публицистическом дискурсе на примере современных средств массовой информации (СМИ). В статье рассматриваются различные функции фразеологизмов, такие как экспрессивная, эмоциональная, оценочная и культурологическая. Проведён анализ текстов различных жанров публицистики, в которых фразеологизмы активно используются для создания эмоционального воздействия и формулировки авторской позиции.

Ключевые слова: фразеологизмы, публицистический стиль, экспрессия, культура, русский язык, СМИ.

Введение

В современном мире каждый индивид неизбежно сталкивается с огромным потоком информации, поступающим из разных источников. Не секрет, что самым распространенным средством передачи новых сведений считаются средства массовой информации, что относится к публицистическому стилю. Именно они формируют в обществе определенное отношение ко всем происходящим в мире событиям — политическим, историческим, культурным. Во многих средствах массовой информации Узбекистана статьи, рубрики, интернет материалы, блоги публикуются как на узбекском, так и на русском языке. Русский язык характеризуется богатым набором фразеологических единиц, которые

часто используются в публицистическом стиле. Фразеологизмы — это устойчивые выражения, которые имеют целостное значение и не могут быть поняты исходя из значений отдельных слов. В языке они выполняют множество функций, от чисто семантических до экспрессивных и оценочных. В разных функциональных стилях языковой системы их роль варьируется, но в публицистическом стиле их использование особенно ярко и выразительно.

Публицистический стиль — это стиль, который используется в средствах массовой информации для передачи информации, убеждения и воздействия на массовую аудиторию. В условиях стремительного развития цифровых технологий и увеличения потока информации публикации в СМИ должны привлекать внимание читателей и быть запоминающимися. Фразеологизмы играют здесь ключевую роль, так как они обеспечивают текстам эмоциональность, образность и культурную насыщенность, что особенно важно для публикаций, стремящихся повлиять на общественное мнение. Цель данной статьи — проанализировать роль фразеологических единиц в современном публицистическом дискурсе, выявить их функции и показать, каким образом они влияют на восприятие информации читателем.

Материал

Публицистический стиль уже давно стал объектом для исследований филологов. Многие динамические процессы, протекающие в современных литературных языках, стимулируются средствами массовой информации, особенно телевидением, интернетом. Несомненно, публицистическая речь не получает столь тщательной эстетической шлифовки, как речь художественной литературы, над которой скрупулезно и требовательно работают мастера слова. Отсюда многочисленные случаи небрежного словоупотребления, бесцветность многих слов и оборотов, шаблонность и штампованность языка средств массовой информации, которые нередко становятся объектом справедливой критики со стороны писателей и требовательных читателей. Публицистическая речь вместе с тем более оперативна, стилистически подвижна и открыта экстралингвистическим веяниям, в связи с чем она дает больше возможности для оперативного отбора и обкатки языковых средств (Мокиенко В.М. 2016. 8с.)

В отличие от штампов, образных средств, утративших свою выразительность, фразеологизмы, на наш взгляд, не могут восприниматься негативно, обладая четкой семантикой и экономно выражая мысль. Фразеологизмы делают речь живой, образной и яркой, что наряду с экспрессивностью и оценочностью способствует эмоциональному воздействию текста на аудиторию. Одна из основных функций публицистического стиля – воздействие, требующее экспрессии. Он одновременно и подвижен, так как обслуживает меняющуюся социальную действительность, и консервативен, так как тяготеет к штампу. Одной из характерных особенностей медиапублицистики является частотность использования фразеологизмов, наряду с другими стилистическими приемами, используемыми с целью привлечения внимания читательской аудитории. (Нагорная М. Р. 2020. 88 – 97с.)

Для проведения исследования были отобраны тексты из СМИ, охватывающих разные жанры публицистики: новостные статьи, репортажи, колонки, аналитические обзоры и интервью. Особое внимание уделялось использованию фразеологических оборотов в текстах новостных агентств, газет («Даракчи» «Аргументы и Факты»), а также материалов популярных интернет-ресурсов (Газета.uz, «Новости Узбекистана», «Эффект Макаренко» «Кун.uz»). Важно было проанализировать не только количественное использование фразеологизмов, но и качество их применения — насколько они усиливают выразительность текста, как влияют на восприятие аудитории, и какие культурные и исторические контексты за ними стоят.

В публицистике активно функционируют как нейтральные, так и стилистически окрашенные фразеологизмы, иллюстрирующие как книжный, так и разговорный характер сочетаний: «Пока мяч в воздухе: расклады для Узбекистана после половины шахматной олимпиады», «Он бросал вызов всем опасностям», («Газета.uz»). «Проблема не решена, но деньги и усилия — коту под хвост» «Единственный, кто в этом здании соответствует категории «как сыр в масле катается», «идти до конца настроена и супруга» («Эффект Макаренко»)

Методология

Методология исследования включает несколько этапов анализа:

1. Лексико-семантический анализ. На первом этапе проводился лексико-семантический анализ текстов, в ходе которого выделялись фразеологические единицы, использованные авторами. Этот этап позволил определить, какие типы фразеологизмов используются наиболее часто в публицистических текстах.

2. Контекстуальный анализ. Далее каждый фразеологизм рассматривался в контексте, чтобы выявить его функцию в тексте. Этот этап был направлен на исследование того, каким образом фразеологические обороты влияют на восприятие текста, какие эмоции и оценки они передают.

3. Классификация функций фразеологизмов. На основе контекстуального анализа была проведена классификация функций фразеологизмов: экспрессивная, эмоциональная, оценочная, аргументативная и функция создания культурного контекста.

4. Сравнительный анализ. На последнем этапе проводился сравнительный анализ фразеологических единиц в разных жанрах публицистики для выявления характерных особенностей их использования в новостях, аналитике и комментариях.

Результаты

Результаты исследования показали, что русские фразеологизмы в публицистике выполняют несколько ключевых функций, каждая из которых по-разному влияет на восприятие текста читателем.

1. Экспрессивная функция

Одна из основных функций фразеологических единиц в публицистическом стиле — это экспрессия, то есть придание тексту большей выразительности. Экспрессивные фразеологизмы, такие как "заложить за воротник", "не в своей тарелке", "играть первую скрипку", позволяют авторам сделать текст ярче и интереснее для аудитории. Например, использование фразеологизма "играть первую скрипку" в политическом контексте сразу создаёт у читателя представление о лидере или доминирующей фигуре в обсуждаемой ситуации.

2. Оценочная функция

Фразеологизмы часто используются для выражения авторского отношения к описываемым событиям, людям или явлениям. Они помогают сформировать у читателя представление о положительном или отрицательном характере описываемых объектов. Например, фразеологизмы "пыль в глаза пускать", "водить за нос", "пускать слюни" явно выражают критическую оценку действий людей или организаций. Оценочная функция фразеологических единиц усиливает риторическую составляющую текста и способствует формированию определённой позиции у читателя.

3. Эмоциональная функция

Эмоциональная насыщенность текста — важный элемент публицистического стиля, и фразеологизмы активно способствуют этому. Выражения вроде "кипеть от злости", "сердце разрывается", "на нервах" передают эмоциональные состояния, создавая у читателя ощущение сопричастности. В новостных и аналитических текстах это позволяет не просто информировать читателя, но и воздействовать на его чувства, создавая эмоциональный фон обсуждаемой ситуации.

4. Функция создания культурного контекста

Фразеологизмы часто отсылают к культурным, историческим и социальным явлениям. Выражения "авгиевы конюшни", "пройти огонь и воду", "яблоко раздора" основаны на общеизвестных культурных и литературных источниках, что помогает авторам публицистических текстов создавать глубину повествования. Эти фразеологизмы усиливают связь текста с культурной и исторической памятью народа, делая его более значимым и близким для читателя.

5. Аргументативная функция

Фразеологизмы также играют роль в усилении аргументации в публицистике. Они могут служить не только для передачи информации, но и для её подтверждения. Например, выражения "дело ясное как день", "семь раз отмерь — один раз отрежь" подкрепляют позицию автора, апеллируя к общеизвестным истинам и мудростям. В публицистических текстах это помогает авторам аргументировать свои мысли и убеждать читателя в правоте своих выводов.

6. Функция упрощения сложных понятий

Одной из ключевых функций фразеологических единиц в публицистике является упрощение сложных понятий и явлений. За счёт использования устойчивых выражений авторы могут легко передать сложные идеи через знакомые образы и метафоры. Например, выражение "сломать копья" передаёт идею длительных и бесплодных споров, не требуя дополнительных пояснений. Это значительно упрощает восприятие текста, особенно в тех случаях, когда обсуждаются сложные политические или экономические процессы.

Заключение

Русские фразеологизмы являются мощным инструментом в публицистическом стиле. Они играют важную роль в создании выразительности, эмоциональной насыщенности и убедительности текста. Использование фразеологизмов в СМИ помогает не только информировать, но и воздействовать на читательскую аудиторию, формируя её мнение и эмоциональный отклик. Важность фразеологических единиц заключается не только в их экспрессивной функции, но и в способности передавать культурный и исторический контекст, упрощать сложные понятия и усиливать аргументацию. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение изменений в использовании фразеологизмов в связи с развитием новых форм медиа и цифровой журналистики.

Список использованной литературы

1. Виноградов, В. В. О фразеологии русского языка. Москва: Наука, 1977.
2. Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии. Ленинград: Издательство ЛГУ, 1963.
3. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Москва: Высшая школа, 1996.
1. 4. Нагорная М.Р. Функционирование фразеологизмов в современной медиапублицистике // Современная наука и образование: новые подходы и актуальные исследования. Материалы Всероссийской научной конференции - 2020 – С. 88 - 97
4. Мокиенко В.М. Функции фразем в современных СМИ // Медиалингвистика. Международный научный журнал. – 2016. – С. 7-18.
5. Жуков, В. П. Фразеологические единицы в системе языка и речи. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2001.
6. Скрыгина, Т. А. Фразеология и её роль в развитии русского языка. Москва: Флинта, 2008.
7. Копыленко, М. М. Фразеология в разных стилях речи. Киев: Вища школа, 1999.
8. Гинзбург, Р. С. Фразеологические обороты в русском языке. Москва: Наука, 1987.
9. Караулов, Ю. Н. Лингвистическая основа фразеологии. Москва: РАН, 2002.
10. Хазагеров, Г. Г. Роль фразеологических единиц в публицистике. Екатеринбург: УРФУ, 2011.
11. Москвин, А. И. Публицистический стиль и языковые средства его выражения. Москва: Высшая школа, 2009.
12. Дудин, М. В. Словарь фразеологизмов русского языка. Москва: Просвещение, 2010.
13. Брагина, И. В. Фразеологизмы и их место в публицистике. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2015.
14. Соломоник, И. Л. Фразеологизмы как средство выразительности. Москва: Речь, 2007.
15. Иванова, Т. Г. Семантика фразеологизмов в языке СМИ. Москва: РГГУ, 2014.