

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Хасибулина Диана Альбертовна

аспирант

ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

ПРИМЕНЕНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

В ГАЗЕТНОМ СТИЛЕ

Аннотация: в наше время изучением фразеологизмов занимаются многие лингвисты. Авторы газетных текстов часто используют фразеологизмы из-за их уникальной эмоциональности. В данной статье автор рассматривает газетные тексты и заголовки с модифицированными фразеологическими единицами.

Ключевые слова: публицистический стиль, модифицированные фразеологизмы, газетный текст, заголовки.

В настоящее время, использование фразеологических единиц в публицистике является актуальным вопросом для отечественных и зарубежных лингвистов, в силу новизны и разнообразной игре слов. Авторы газетного стиля, зачастую, прибегают к использованию фразеологических единиц, преобразовывая их на структурно-семантическом уровне, в результате возникает интерес со стороны читателя. Благодаря функционированию модифицированных фразеологических единиц, в газетном стиле возникает экспрессивная и информационная функция. Множество фразеологических единиц, особенно в газетных заголовках и зачинах, определяют смысл и содержание статьи, в добавок, благодаря своей рекламной функции и экспрессии читатель может заинтересоваться статьей или же нет. Авторы тщательно подбирают фразеологические обороты, используют различные приемы, видоизменяют ФЕ.

Например, *Дети брачного возраста; Бот в помощь; Правозащитники берутся за мертвые души; Врать можно – главное сдать вовремя; Тайна двух островов; Вашингтон играет с огнем; Кремль ждет глобальное потепление;*

Великий русской файервол; Грибы после первых заморозков; Подвижной кадровый состав; Нефть переливают из пустого в прогнозное; О бедном курящем замолвите слово; Скованные одним долгом; Бьют часы для Гайзера; Дешевые дешевеют; Лихач по определению; Пересчитают по пальцам; Бумажный поток; Считаю долгом сообщить; Между молотом и наковальней; Общество ответственных авторов и пользователей; Враг должен быть обозначен; Горькая правда про сладкое; Золотые черные дыры; ФАС выловит иностранный капитал из моря; «Единая Россия» в Ульяновске наступает на Иркутские грабли; Пятерка засела в кулках.

«Язык газеты рассматривается как разновидность литературного языка со своими ресурсами образности, выразительности, эмоциональности» [О.А. Лаптева, 1978: 18]. «Испанский филолог Ф.Л. Карреретер считает, что газетный стиль обладает «культурной миссией», которая заключается в функциональном использовании языка в газете является одной из ведущих тенденций его развития – появление новых слов, новых значений слов, новых выражений, словосочетаний и т.д., обогащающих сам язык» [Кайда, 2015: 38].

Газетные тексты, зачастую, сравниваются и соотносятся с художественными текстами. В художественной литературе, также необходима экспрессия и поэтому так часто можно встретить, как и простые фразеологические единицы, так и преобразованные. «В художественной литературе и публицистики на первый план выдвигается образность фразеологических оборотов. В художественной литературе и публицистике можно встретить различные приемы необщепринятого употребления фразеологизмов: обновляются их значения, изменяется их состав или грамматическая форма и т.д.» [Рахманин, 2015: 65–66].

С каждым десятилетием, газетные тексты претерпевают значительные изменения. В современной публицистике, авторы избегают сложные синтаксические конструкции и предложения, часто используют перефразирование, особенно в газетных заголовках. В добавок, газетный заголовок включает в себя наибольшую экспрессию, даже чем сам текст. Основная задача заголовка, заинтересовать и оказать определенное воздействие на читателя. А главная задача

автора заголовка, максимально точно и кратко, вложить основную идею статьи, в этом прекрасно помогают фразеологические единицы, которые, зачастую, содержат глубокий смысл и различные интерпретации.

«В газетном заголовке элементы информации сочетаются с элементами оценки, что в заголовках используется лексика с различной стилистической окраской, каламбуры, разложение фразеологических единиц и другие стилистические приемы» [Арнольд, 2015: 348].

Говоря о газетных текстах, сложно будет не упомянуть о публицистическом стиле. «Публицистический стиль – это стиль, главная цель которого – информация с одновременным воздействием на читателя или слушателя» [Баронова, 2015: 122].

Зачастую, в публицистическом стиле встречаются все стили русского языка, в большинстве случаев, автор выбирает тот стиль, который будет интересен и необходим читателю. Преимущественно, для публицистического стиля характерна эмоционально-экспрессивная окраска. Благодаря им, текст приобретает выразительный характер и заинтересовывает читателей. «Речевая ткань публицистики насыщена проявлениями модальности, которые играют здесь исключительную роль. Отношение к действительности субъективно-объективное, прямое, оценивающие и анализирующие, осложненное философскими, политическими, социально-идеологическими теориями» [Солганик, 2015: 21].

Важным условием для любого газетного текста является оригинальность, новизна, актуальность, привлекательность, экспрессия, повествование, информирование. Данные условия тесно связаны с газетными заголовками и зачинами.

В публицистике, все чаще и чаще, авторы применяют фразеологические единицы с семантическими и структурно-семантическими модификациями. Благодаря этому, у лингвистов и возникают вопросы, насколько эти модификации необходимы и уместны в том или ином контексте. Многие лингвисты относятся отрицательно, к появлению авторских фразеологизмов, не воспринимая их всерьез. Однако, автор сам в праве решать, как преобразовывать фразеологизмы в

своей статье, а ученым выбирать, насколько данное преобразование изменено и под какую категорию его можно отнести.