



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГТТУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Функционирование фразеологизмов в публицистическом тексте

Выпускная квалификационная работа по направлению

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

**Направленность программы бакалавриата
« Русский язык. Литература »
Форма обучения заочное**

Проверка на объем заимствований:

87 % авторского текста

Работа рекомендуется к защите

рекомендована/не рекомендована

« 12 » января 2021 г.

зав. кафедрой М.А. МОРЯ

(название кафедры)

М.А. МОРЯ ФИО Глухих И.А.

Выполнила:

Студентка группы ЗФ-615-075-6-1

Валитова Ангелина Артуровна

Научный руководитель:

профессор кафедры русского языка и
МОРЯ

Александра Анатольевна Миронова

Челябинск
2021

Оглавление

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 3 |
| ГЛАВА 1. ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ФРАЗЕОЛОГИЗМЕ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ | 7 |
| 1.1 Понятие и свойства фразеологизмов | 7 |
| 1.2 Классификация фразеологических оборотов..... | 11 |
| 1.3 Источники происхождения фразеологизмов в русском языке | 15 |
| Выводы по первой главе | 17 |
| ГЛАВА 2. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В ЯЗЫКЕ ПУБЛИЦИСТИКИ..... | 19 |
| 2.1 Публицистический стиль. Языковые и лексические особенности публицистического стиля русского языка | 19 |
| 2.2 Функции фразеологизмов в текстах газет и журналов | 22 |
| 2.3 Фразеологические единицы в заголовках газет..... | 25 |
| Выводы по второй главе..... | 29 |
| ГЛАВА 3. ТРАНСФОРМАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ..... | 31 |
| 3.1 Трансформация фразеологических единиц как активное средство его языкового воздействия..... | 31 |
| 3.2 Способы трансформации фразеологических единиц..... | 34 |
| 3.3 Конспект урока по анализу трансформации фразеологизмов на материале статей | 38 |
| Выводы по третьей главе | 42 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 44 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 46 |
| Научная литература | 46 |
| Словари | 49 |

ВВЕДЕНИЕ

Фразеологизмы как лингвистический феномен существуют на протяжении всей истории языка. С конца XVIII века в России существовали специальные сборники, а также словари, в которых объяснялись фразеологизмы, существуя под различными наименованиями (крылатые выражения, афоризмы, идиомы, пословицы и поговорки). Но специально фразеологический состав языка стал исследоваться относительно не так давно.

Фразеологизмы метки, яркие, образны, собственным содержанием затрагивают все стороны и свойства нашей жизни, вследствие чего они широко применяются в качестве изобразительного средства в произведениях художественной литературы, в публицистике, а также в разговорной речи. Во фразеологических словосочетаниях, как правило, не допускается замена и перестановка слов, потому они именуются еще устойчивыми словосочетаниями. Фразеологизмы рождены языковым творчеством народа. Они прочно закрепились в нем, и как сокровище культуры берегут в себе давно забытые реалии, особенности национального характера, традиции и исторические события.

Почти все фразеологизмы берут свое начало в профессиональной деятельности людей. Большая часть фразеологизмов рождена именно живой разговорной речью, раскрытием творческого потенциала людей, его национально-культурными особенностями. Факт безостановочной творческой языковой деятельности народа наглядно отражают фразеологизмы: они постоянно дополняются все новыми устойчивыми выражениями во фразеологическом словаре .

Актуальность исследования обусловлена постоянной трансформацией фразеологизмов в структуре публицистических текстов и появлением новых устойчивых выражений.

Тема фразеологизмов всегда притягивала к себе внимание многих ученых лингвистов, таких как И. Я. Горлов, Б. Н. Головина, Г. Ч. Гусейнова, В. А. Добрыднева, А. И. Молотков, В. С. Третьякова, Н. М. Шанский, В. В. Виноградов, М. А. Чепасова, но к единству во мнениях до сих пор прийти не получалось. Хотя и появление фразеологической науки обычно ассоциируется с учением швейцарского языковеда Шарль Балли (1865–1947), сама фразеология как лингвистическое учение сформировалась в роли самостоятельной научной дисциплины приблизительно пятьдесят лет назад. Впервые фразеологизмы в истории лингвистики были изучены Шарль Балли, тем самым заложив основу фразеологии как самостоятельного раздела лингвистики, и научно обосновал необходимость особого изучения устойчивых словосочетаний в языке.

Советский и российский лингвист-русист В. Г. Костомаров говоря о языке средств массовой информации, упомянул, что он имеет склонность к стандартизации, подразумевающая присутствие значительного числа готовых элементов и предоставляющая читателю с легкостью и быстротой ориентироваться в огромном объеме информации, а также к раскрывающей авторскую точку зрения тенденции высокого уровня экспрессивности. Сходства между свойствами фразеологического оборота и тенденциями публицистического стиля подтверждают универсальность фразеологизмов для использования в прессе. Фразеологические единицы и газетный стиль неразрывно связаны друг с другом, так как именно фразеологизмы придают тексту живой разговорный тон, служат незаменимым источником для языковой игры и проявления творческих способностей автора, при трансформации которых формируется свой собственный неподражаемый стиль.

Объектом исследования выступают фразеологические единицы, функционирующие в текстах публицистических изданий.

Предметом исследования является семантические, структурные, стилистические особенности фразеологических единиц в текстах газет.

Цель работы - изучение функционально-стилистических особенностей употребления фразеологизмов в публицистических текстах. Поставленная цель позволила определить конкретные задачи исследования:

уточнить понятие «фразеологизм», рассмотреть различные способы классификации фразеологизмов;

выявить основные свойства фразеологических единиц;

рассмотреть публицистический стиль как один из функциональных стилей языка;

выявить языковые и лексические особенности публицистического стиля;

изучить функции фразеологизмов в публицистических текстах на теоретическом и практическом уровнях.

В данной работе для обнаружения и описания фразеологизмов в текстах публицистического стиля применялись различные методы и приемы такие, как метод лингвистического наблюдения и описания, сравнительно-сопоставительный метод, метод контент-анализа и метод сплошной выборки.

Материал, представленный в данной работе, основывается на исследовании Козырева Ю. В. в журнале САХГУ (2004) , газетах «Комсомольская правда» (2008) , «Русский мир» (2004) , и «Улица Московская» (2002) . Материалом послужили 188 фразеологизмов, отобранных методом сплошной выборки в газетах «Русский мир», «Улица Московская», «Комсомольская правда», «Вести», «Московская правда»; в статьях Д. Зеленина «Доброе начало» , «Труд-7», «СНГ: новая стратегия», «Платов – наш губернатор».

Теоретическая значимость определяется тем, что в ней раскрывается структура преобразования фразеологических единиц в структуре

публицистических текстов, отражающие быстро языковые и речевые изменения в обществе, оценку; обобщаются сведения по фразеологической стилистике.

Практическая значимость исследования заключается в использовании результатов на спецкурсах и семинарах по риторике и стилистике, лекционных занятиях по фразеологии.

Работа содержит введение, три главы, заключение и список использованных источников, включающих 36 наименований.

ГЛАВА 1. ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ФРАЗЕОЛОГИЗМЕ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

1.1 Понятие и свойства фразеологизмов

Фразеологические единицы — это основная сущность лексического богатства языка. В основном, они четкие, емкие, образные и в тоже время заключают в себе большой смысл. Исследователи выделяют следующие свойства фразеологических единиц: устойчивость, воспроизводимость, семантическую целостность, эмоционально экспрессивную окрашенность, раздельнооформленность, дословную непереводимость на другие языки, возможность вариантов и новообразований.

Понятие фразеологические единицы, или идиомы, очень условно и состоит из обширного круга словосочетаний, к примеру: пословицы и поговорки, обороты из античной литературы, библейские и евангельские выражения, крылатые выражения, воспроизведенные писателями и поэтами, иными словами все устойчивые, неделимые словосочетания, которые закрепились в употреблении. Так и появилась разница в терминологии фразеологические выражения, которыми обозначают фразеологические единицы, фразеологические сочетания, устойчивые сочетания, идиомы, идиоматические выражения, фраземы и др.

«Фразеологизм, или фразеологическая единица – единое название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации при организации высказывания, а производятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава»¹.

¹ Кунин А. В. Вопросы английской фразеологии / А. В. Кунин. – Москва : Высш. школа, 1987. – 148 с.

Реализация двух главных функций языка, которыми являются сообщения и воздействия, и языковое общение обусловлены взаимодействием свободных и связанных языковых единиц, таких как слова, словосочетания и предложения. Как известно, в каждом языке есть единство и борьба двух основных тенденций. Первая тенденция — это свободное творчество пользующихся языком, основанное на продуктивности языковых форм и моделей. Она дает возможность развивать и творить язык, реализовать функцию воздействия с помощью свободных форм и словосочетаний. Вторая — это воспроизведение готовых сложных форм, связанность, систематическая воспроизводимость, которая экономит усилия пользующихся языком, накапливая «сокровищницу словосочетаний», готовых составных блоков–клише, отобранных данным речевым коллективом как оптимальные для выражения данного понятия или мысли, нацелена на функцию сообщения и реализуется в речи посредством устойчивых единиц².

Фразеологизмы в своем подавляющем большинстве берут начало в народной речи, внутреннее содержание которых отображает различные стороны жизни людей: отношения между людьми, их жизненные впечатления и чувства, ссоры и примирения, соперничество, осуждение, наказание и т. д. Совокупность различных по характеру значения и структуре фразеологических единиц образует фразеологический состав языка.

Вопреки достаточной разработанности проблематики фразеологических единиц в отечественной и зарубежной лингвистике, до сих пор не выработано единого определения фразеологизмов. Предлагаю для рассмотрения несколько определений фразеологических единиц разными лингвистами.

² Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пос. для студ., аспирантов и соискателей / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово, 2000.

А. В. Кунин, доктор филологических наук, профессор Московского лингвистического университета, определяет фразеологические единицы как «устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением»³.

А. О. Иванов, доктор физико-математических наук, научный руководитель грантов Российского Фонда Фундаментальных Исследований, принимает определение фразеологических единиц как словосочетания, в котором семантическая монолитность (цельность номинации) господствует над структурной отдельностью составляющих его элементов. Подчеркивая семантическую монолитность фразеологических единиц, он добавляет: «обладающее особым фразеологическим значением, являющимся результатом переосмысления (частичного или полного) входящих в него единиц»⁴. Так, оба ученых акцентируют внимание на обязательном наличии переосмысления значения входящих в устойчивое словосочетание единиц.

Основываясь на определении, данное в Лингвистическом энциклопедическом словаре, фразеологические единицы – это «устойчивые словосочетания, характеризующиеся постоянством лексического состава и осложненной семантикой». Значение фразеологических единиц понимается как самостоятельная семантическая сущность, и, как указывается далее в той же статье, не делится на элементы, соответствующие элементам его внешней формы⁵. Однозначное толкование и интерпретация их смысла недопустимы без

³ Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – 3-е изд., перераб. – Дубна : Феникс, 2005 – 479 с.

⁴ Кунин А. В. Асимметрия в сфере фразеологии / А. В. Кунин // Вопросы языкознания. – 1988. – № 3. – С. 98-107.

⁵ Бизунова Е. В. Фразеологизмы и соотношение в них денотативных и образных составляющих / Е. В. Бизунова // Язык, сознание, коммуникация / ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – Москва : МАКС-Пресс, 2005. – № 29 – 93 с.

анализа широкого контекста, характеризующую ситуации, а также, в первую очередь, знания семантических особенностей и признаков данных единиц, сочетающиеся в них по-разному.⁶

Согласно мнению многих современных исследователей, характерной чертой фразеологизмов является противоречие плана содержания плану выражения, что устанавливает специфику фразеологических единиц, привносит глубину и гибкость ее значению. Эти возможности коренятся в самой природе фразеологизма – замкнутом микро-контексте, в котором реализуются не только формальные связи между планом выражения и планом содержания такого знака, но и ассоциативно-семантические⁷. Внутренняя форма фразеологизма — это лексико-семантическое содержание свободного словосочетания, на основе метафоризации которого возник фразеологизм: тот изначальный образ, который позволил свободному индивидуальному словоупотреблению постепенно стать фразеологической единицей со своим собственным устойчивым значением⁸.

Рассмотрим разницу фразеологических единиц и свободных сочетаний слов. Свободное сочетание слов создается по грамматическим нормам данного языка при языковом общении по заданию каждой данной речевой ситуации для выражения определенной мысли, общий смысл которого создается из значения каждого из составляющих его слов. Это и есть синтаксическое словосочетание. В несвободном же сочетании, т.е. у фразеологических единиц, каждый из компонентов утрачивает свою семантическую самостоятельность и образует с другими одно неразрывное устойчивое сочетание. Устойчивость словосочетания

⁶ Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Советская Энциклопедия, 1990. – 685 с.

⁷ Козырева Ю. В. Английская идиоматика на межъязыковом уровне / Ю. В. Козырева. – САХГУ, 2004. – № 5. – С. 91-104.

⁸ Виноградов В. С. Перевод : общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – Москва : КДУ, 2006. – 184 с.

определяется тем, что оно состоит из строго определенных слов, замена любого компонента которых невозможна без нарушения смысла. Стоит также отметить о воспроизводимости фразеологических единиц. Они не создается говорящим в момент речи, употребляются в готовом виде, то есть в таком виде, в каком они закрепились в языке и остались в памяти. При такой семантической целостности компоненты устойчивого словосочетания не являются самостоятельными членами предложения, но всё устойчивое сочетание в целом образует один член предложения, за исключением пословиц, которые могут быть по своей структуре равны целому предложению. Фразеологической единице присуща устойчивость грамматической формы их компонентов: каждый член фразеологического сочетания воспроизводится в определенной грамматической форме, которую нельзя произвольно изменять. Например, тянуть канитель(не канители), попасться на удочку(не на удочки) и т. д. Таким образом, устойчивое сочетание отличается закреплённостью формы и определенного значения, семантической целостностью и традиционностью употребления.

И. В. Арнольд, специалист в области лексикологии, стилистики и риторики, считает наиболее общими признаками фразеологических единиц «языковую устойчивость, семантическую целостность и раздельнооформленность»⁹.

В силу своего структурного и семантического многообразия фразеологизмы вызывают разные трактовки ученых. Например, А. В. Кунин помимо общепринятых критерий семантическое единство и устойчивость, также выделяет еще один критерий – раздельнооформленность слов. Под раздельнооформленностью понимается особенность строения синтаксического единства,

⁹ Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык / И. В. Арнольд. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Флинта, 2002. – С. 160

закрывающаяся в том, что составляющие его единицы являются отдельными словами, то есть грамматически оформленными компонентами¹⁰.

Основатель научной школы исследования русской фразеологии, доктор филологических наук А. М. Чепасова выделяет общее свойство семантики фразеологических единиц - способность объединяться в семантико-грамматические классы; в основе каждого из них лежит одно категориальное значение.¹¹ По выделенному признаку профессор объединяет все фразеологизмы в семь классов:

- 1) Фразеологические единицы со значением предмета;
- 2) Фразеологические единицы со значением признака;
- 3) Фразеологические единицы со значением действия, процесса;
- 4) Фразеологические единицы со значением качества действия или степени проявления признака;
- 5) Фразеологические единицы со значением количества;
- 6) Грамматические фразеологические единицы (предлоги, союзы, частицы);
- 7) Класс модальных фразеологизмов.

Как и вводные слова, фразеологизмы являются средством выражения отношения говорящего к высказанной мысли, средством выражения его оценки действий, событий, состояний и т.д. Фразеологизмы этого класса называются модальными от лат. *modalis* - модальный; лат. *modus* - мера, способ. Модальные фразеологизмы - это один из многочисленных и активно пополняющихся классов во

¹⁰ Кунин А. В. Асимметрия в сфере фразеологии / А. В. Кунин // Вопросы языкознания. - 1988. - № 3. - 68 с.

¹¹ Чепасова А. М. Семантико - грамматические классы русских фразеологизмов: учеб. пособие / А. М. Чепасова. - Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Челябинский гос. пед. ун-т». - 2-е изд., испр. и доп. - Челябинск : ЧГПУ, 2006. - 143 с.

фразеологии. Существует многообразие терминов для обозначения фразеологических единиц с модальным типом семантики (междометные эмоциональные идиомы, междометные фразеологизмы, модально-междометные фразеологизмы и т.д.).

В современной научной и учебной лингвистической литературе модальные фразеологизмы не отграничиваются от соответствующих им по содержанию и функции лексических единиц и определяются как «модальные слова», «междометия», «модальные словосочетания», или «вводные слова», «вводные словосочетания». Характерными признаками модальных фразеологических единиц являются раздельнооформленность, цельность значения, соотносимость с лексическими единицами (модальными словами и междометиями). Модальные фразеологизмы являются одним из важнейших средств оформления категории модальности в русском языке.

Фразеологизмы очень разнообразны и с точки зрения их принадлежности к функциональным стилям. Многие из них являются разговорными, просторечными, некоторые — даже вульгарными, другие, напротив, используются в книжных стилях; есть также и те, что совершенно лишены эмоциональной окраски, и наоборот — те, что обладают большим «эмоциональным зарядом»¹². Они играют важную роль в общении и придают разные оттенки выражения: могут сделать высказывание (текст) более эмоциональным, придать ему выразительность, определенным образом направить эстетическое восприятие, обеспечить те или иные культурные ассоциации т. д. Очень часто фразеологизмы служат своего рода кодом узнавания статуса текста (собеседника, темы высказывания, отношения между участниками

¹² Маслов Ю. С. Введение в языкознание. Общее языкознание: учебник / Ю. С. Маслов. – Санкт-Петербург : Академия Переплет, 2006. – С. 119

коммуникаций и др.)¹³. Такие стилистические особенности фразеологизмов широко используются авторами художественных произведений.

1.2 Классификация фразеологических оборотов

Классификация фразеологизмов по степени их семантической слитности была разработана академиком В. В. Виноградовым. Он выделил три основных типа фразеологических единиц, каждый из которых отличается рядом дифференциальных признаков: фразеологические сращения, фразеологические единства и фразеологические (несвободные) сочетания¹⁴.

Под фразеологические сращениями подразумевается абсолютно неделимые, не разложенные словосочетания, общее значение которых совершенно независит от их лексического состава, значения их компонентов, и как значение немотивированного словарного знака так же условно и произвольно. К примеру, попасть впросак «казаться в неудобном положении», комар носа не подточит «нельзя придраться, так как все выполнено качественно, очень хорошо»; точить лясы «проводить время за пустыми разговорами, сплетничать». Фразеологическими сочетаниями В. В. Виноградов назвал фразеологические обороты, образуемые реализацией несвободных значений слов. Он отметил, что большая часть значений слов ограничена в своих связях внутри семантическими отношениями самой языковой системы¹⁵. Эти лексические значения могут проявляться лишь в связи со

¹³ Козырева Ю. В. Английская идиоматика на межъязыковом уровне. – № 5.

¹⁴ Виноградов В. В. Русский язык / ред. Г. А. Золотовой. – 4-е изд. – Москва : Русский язык, 2001. – С. 24

¹⁵ Виноградов В. В. Лексикология и лексикография : избранные труды / В. В. Виноградов. – Москва : Наука, 1977. – С. 43

строго определенным кругом понятий и их словесных обозначений. Например, применительно к русскому языку, можно сказать страх берет, тоска берет, но нельзя сказать: радость берет, наслаждение берет и т.п.

Целостное значение таких фразеологических оборотов как точить лясы, бить баклуши и т.п., не выводится из значений составляющих их слов, нередко устарелых, сохраняющих архаическую грамматическую форму и не оправданную современными правилами синтаксическую связь.

Фразеологические единства – это словосочетания, в которых значение целого связано с пониманием внутри образного стержня фразы, потенциального смысла слов. Целостное значение фразеологических единств (обычно образное) в той или иной степени мотивировано отдельными значениями составляющих их слов. Например, держать камень за пазухой, выносить сор из избы, стреляный воробей и т.п. На основании признака воспроизводимости фразеологических единиц профессором Н. М. Шанским был выделен четвертый тип, который он назвал «фразеологическими выражениями»¹⁶.

Фразеологические выражения – это устойчивые в своем составе и употреблении фразеологические обороты, которые являются не только семантически членимыми, но и состоят целиком из слов со свободными значениями. К ним относятся пословицы, поговорки, крылатые слова и выражения. Например, хрен редьки не слаще; что написано пером, не вырубишь топором; взялся за гуж, не говори, что не дюж; дым отечества нам сладок и приятен и т.п. Тут надо отметить, что не каждый лингвист

¹⁶ Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка: учеб. пособие для вузов по спец. «Русский язык и литература» / Н. М. Шанский. – 4-е изд., испр. и доп. – Санкт-Петербург : Специальная Литература, 1996. – С. 165-169.

считает их фразеологизмами, например: Москва не сразу строилась; Москва слезам не верит; Свежо предание, да верится с трудом и др. Н. М. Шанский охарактеризовал фразеологические обороты с точки зрения их экспрессивно-стилистических свойств, разделив их на: межстилевые, книжные, разговорные и просторечные фразеологизмы. Межстилевой фразеологический оборот употребляется во всех стилях современного русского литературного языка. Эти фразеологические единицы – стилистически нейтральные, имеющие строго определенное, прямое для современного языкового сознания значение (часто они представляют собой стершуюся метафору), например, железная дорога, новогодняя елка, белый гриб, красный уголок и т.д.

Книжные фразеологические обороты используются в стиле художественной литературы в публицистике, научных и официально-деловых стилях, например: валаамова ослица, книга за семью печатями, глас вопиющего в пустыне, колосс на глиняных ногах, почивать на лаврах, переоценка ценностей и другие. Большинство таких фразеологических оборотов – библейского или мифологического происхождения.

Фразеологические единицы, как и слова, обладают своим категориальным значением, и эти значения равны категориальным значениям слов. В классификации А. М. Чепасовой учитывается тип категориального значения фразеологических единиц. В зависимости от типа категориального значения фразеологические единицы подразделяются на несколько семантико-грамматических классов, где учитываются как семантические признаки фразеологических единиц, так и их грамматические категории (морфологические и синтаксические).

Так, все фразеологизмы делятся на два больших объединения - изменяемые и неизменяемые единицы. Среди единиц первого

объединения выделяются три класса - предметные, процессуальные, призначные (частично).

Всего выделяют семь семантико-грамматических классов фразеологических единиц:

1. предметные фразеологизмы;
2. процессуальные фразеологические единицы;
3. призначные фразеологические единицы;
4. качественно-обстоятельственные фразеологические единицы;
5. фразеологизмы со значением количества;
6. грамматические фразеологические единицы;
7. модальные фразеологические единицы.

1. Предметные фразеологизмы согласовываются с именами существительными и обозначают предметность в обширном смысле слова.

Обозначают человека: виновник торжества, мокрая курица, мелкая сошка, козел отпущения, отрезанный ломоть и т.д.; совокупность лиц: пушечное мясо, сильные мира сего, черная сотня и т.д.; обозначают неодушевленные предметы: длинный рубль, всякая всячина, медвежий угол, белый свет и т.д.; временные отрезки: золотой век, студенческая скамья; отвлеченные понятия, признаки, действия, состояния: здравый смысл, переливание из пустого в порожнее и т.д.

2. Процессуальные фразеологические единицы согласовываются с глаголом и обладают категориальным значением процессуальности. Они

обозначают действие, свойство, состояние как процесс (как язык проглотил, появился на свет); деятельность человека, направленную на объект (взять верх над кем-л., взять за душу кого-л.); физические, нравственные, моральные состояния человека (лезть на стенку, повесить нос, лезть в бутылку).

3. Призначные фразеологические единицы согласовываются с прилагательными, обозначают признак. Могут обозначать признаки, свойства, качества одушевленных предметов (из первых рук – достоверный, на вес золота – чрезвычайно ценный, единственный в своем роде, как на ладони, не по силам, тяжелый на подъем, свой в доску, нечистый на руку, тугой на ухо).

4. Качественно – обстоятельственные фразеологические единицы согласовываются с наречиями и словами категории состояния, имеют категориальное значение признака действия. Они обладают сложным значением, дают различные характеристики действию: место, время, условие, цель, причина. При царе Горохе – очень давно, под боком – близко, без обиняков – откровенно, голыми руками – безоружно, невооруженно, без специальных орудий, приспособлений, поговорить по душам, взглянуть одним глазком.

5. Фразеологические единицы со значением количества по своему категориальному значению согласовываются с именами числительными. Фразеологические единицы с количественным значением, не обозначают «чистое» число, а только малое или большое (неопределенное) количество: кот наплакал, по горло, ни капли, ни гроша, ни крошки.

6. Грамматические фразеологические единицы участвуют в построении связной речи, в образовании грамматических форм или

выражении определенных смысловых оттенков. Грамматические фразеологические единицы делятся на три группы:

- грамматические фразеологические единицы, которые соотносятся с предлогами. Обозначают зависимость имени от другого слова и имеют значение предлога (в грамматике – составные предлоги): с помощью чего-л., в честь кого-л., в составе кого-чего-л., в зависимости от кого-чего-л. Данные фразеологические единицы оформляют косвенные падежи имени существительного.

- грамматические фразеологические единицы, которые соотносятся с союзами. Служат для связи синтаксических единиц: с тех пор как, лишь только; по причине того, что; в связи с тем, что...

- грамматические фразеологические единицы, которые соотносятся с частицами. Имеют сложную семантику, уточняют значения слов: без малого, без пяти минут, ни много ни мало.

7. Модальные фразеологические единицы делятся на модальные и междометные. Модальные фразеологические единицы выражают отношение говорящего к происходящему: предположение, подтверждение, уверенность, неуверенность и т.д. (бог с тобой, ни к черту, бог его знает – выражение восторга, возмущения, недоумения, радости и т.д., бог ты мой! – выражение радости, удивления, восторга, негодования и т.д.)

Междометные фразеологические единицы обозначают очень короткие звуковые сигналы, которые издает человек при выражении своего чувства (фу ты, ну ты).

К разговорным фразеологическим оборотам относится большая часть фразеологических сращений, единств и пословиц, которые были

образованы в живой народной речи. Эти фразеологические обороты обладают ярко выраженной экспрессивностью, чему способствует их метафоричность, например: играть в бирюльки, с миру нитке, голому рубашка, мутить воду, на краю света и другие. Просторечные фразеологические словосочетания имеют более сниженный стилистический характер, чем разговорные, к примеру: показать кузькину мать, благим матом, драть козла и другие.

Многие из фразеологических выражений со временем пополняют основной фонд фразеологии (особенно сочетания и единства).

1.3 Источники происхождения фразеологизмов в русском языке

Незнание источника фразеологических единиц русского языка ведет к искаженному и неприемлемому употреблению устойчивых словосочетаний, что считается показателем невысокой языковой культуры. Значит, говорящий должен иметь представление о происхождении фразеологизма.

Вопреки всей оригинальности фразеологизмов, образование фразеологизмов в языке основывается на определенных примерах. Особенности их образования связаны с типом материала, на основе которых они возникают. В русском языке выделяют пять типов:

- 1) отдельные слова русского языка;
- 2) свободные словосочетания русской речи;
- 3) пословицы русского языка;
- 4) фразеологические единицы русского языка;
- 5) иноязычные фразеологизмы.

Чаще всего фразеологизмы возникают из отдельных слов, к примеру: душа нараспашку, человек в футляре и т.д.

Большая часть фразеологизмов образуются на базе свободных словосочетаний, получая новое значение, и на базе пословиц. Голова, к примеру, сравнивается с котелком, потому котелок варит – «голова соображает». Обычно фразеологизм становится частью пословицы, без знания которой фразеологизм неясен. Например, старый воробей (старого воробья на мякине не проведешь.)

Для образования новых фразеологизмов зачастую используют такой путь, при котором фразеологизм образуется на базе терминологических сочетаний: второе дыхание, нулевой цикл и т.д. Особым видом образования считается такой фразеологизм, где изменяется его состав и значение. Это можно назвать развитием фразеологизма: со словом зеленый – «свободный», то есть зеленый свет – «свободный проезд».

По степени происхождения фразеологизмов Н. М. Шанский делит их на исконно-русские и заимствованные. Заимствованные фразеологизмы образуются на базе фразеологизмов других языков. Подавляющее число русских фразеологизмов возникло в самом русском языке или достались русскому языку от языка предков: в чем мать родила – «без одежды». Каждая профессия оставляла след в русской фразеологии. Из речи железнодорожников русская фразеология взяла выражение «зеленая улица», от плотников – «топорная работа», от скорняков – «небо в овчинку» и так далее.

Установить время и место возникновения фразеологизмов сложно, проще определить их источник. Поэтому существует предложение только о том, где они возникли и на какой основе: «квасной патриотизм» – ложный, показной возник в письме известного русского поэта и критика Л. А. Вяземского¹⁷. Более точно можно установить происхождение

¹⁷ Исконно русский оборот. Первым его употребил в «Письмах из Парижа»(1927) П. А. Вяземский: «Многие признают за патриотизм безусловную похвалу всему, что свое. Тюрго назвал это лакейским патриотизмом... у нас можно бы его назвать квасным патриотизмом».

фразеологизмов, возникших в произведении художественной литературы с тем же названием. Фразеологизм «Тришкин кафтан» возник из басни И. А. Крылова.¹⁸ Уже в составе басни этот фразеологизм имел значение: дело, когда устранение одних недостатков влечет за собой новые недостатки.

Заемствованные фразеологизмы делятся на заимствованные из старославянского языка и заимствованные из западноевропейских языков.

Старославянские фразеологизмы закрепились в русском языке после введения христианства, в большинстве своем берут начало из книг священного писания. Зачастую они имеют книжный характер: «притча во языцех», «ищите и обрящете», «метать бисер перед свиньями» и ряд других.

Заемствованные из западно - европейского языка фразеологизмы включают в себя древнейшие заимствования из латинского или древнегреческого языка, например, «терра инкогнита», нотабене (*nota bene* – букв. «заметь хорошо»), альма матер (*alma mater* – букв. «кормящая мать»), постфактум (*post factum* – букв. «после происшедшего») и т.д.. Существенное количество фразеологизмов заимствовано из древнегреческой мифологии: ящик Пандоры, Авгиевы конюшни и др.

Среди заимствованных фразеологизмов различают «чистые», т.е. без перевода, и с переводом – фразеологические кальки. Заемствованные фразеологизмы также создаются либо отдельными людьми, либо народом. К примеру, известное выражение из сказки Г. К. Андерсона «а король-то голый» является авторским заимствованием фразеологизма, что означает «новое платье короля»; приписываемое Цезарю выражение «жребий брошен» и др. Таким образом, видно, что фразеологизмы

¹⁸ Назв. басни И. А. Крылова (1815), употребляется для обозначения ситуации, когда устранение одних недостатков вызывает появление новых.

издавна использовались в речи людей, писателей для создания образности и эмоциональности своей речи.

Выводы по первой главе

Итак, в ходе работы мы выяснили, что общее определение фразеологизму как явлению дал еще Ш. Балли, определив их как «сочетания, прочно вошедшие в язык, называются фразеологическими оборотами». Нами было установлено, что в речи фразеологическая единица может варьироваться в значительно большей степени, чем слово, позволяя производить грамматические изменения элементов внутри жесткой формы.

Одной из важнейших характеристик фразеологизма является непроницаемость структуры: в них нельзя добавлять какие-либо внешние элементы. Кроме того, только в некоторых редких случаях допустимы варианты грамматических форм в рамках отдельных фразеологических единиц.

Практически для всех фразеологических единиц свойственен строго определенный порядок слов. Проанализировав различные классификации фразеологических единиц, мы пришли к выводу, что невозможно выделить какое-либо одно основание для классификации фразеологизмов. Такое основание должно выбираться каждый раз в соответствии с целями и задачами исследования. Классификация фразеологизмов позволяет решить ряд вопросов, касающийся значимых единиц языка в целом, характера лексического значения слов, сочетания слов и их значения, вопросов словообразования, стилистики речи, получить представление о происхождении фразеологизмов, их структурно-семантических и стилистических типах.

ГЛАВА 2. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В ЯЗЫКЕ ПУБЛИЦИСТИКИ

2.1 Публицистический стиль. Языковые и лексические особенности публицистического стиля русского языка

Публицистический стиль служит для воздействия на людей через СМИ (газеты, журналы, телевидение, афиши, буклеты) и характеризуется наличием общественно-политической лексики, логичности, эмоциональности, оценочности, побудительности. Помимо нейтральной лексики и фразеологии, в нём широко используется и высокая, а также эмоционально окрашенные слова, употребление коротких предложений, рубленая проза, безглагольные фразы, риторические вопросы, восклицания, повторы и др. На языковых особенностях данного стиля сказывается широта тематики: создается необходимость включения специальной лексики, требующей пояснений. С иной стороны в центре общественного внимания находится ряд тем и лексика, относящаяся к этим темам, приобретая публицистическую окраску. Среди таких тем следует выделить политику, экономику, образование, здравоохранение, криминалистику и военные темы.

Для публицистического стиля характерно использование оценочной лексики, обладающей сильной эмоциональной окраской (энергичный старт, твёрдая позиция, тяжелейший кризис). Этот стиль употребляется в сфере политико-идеологических, общественных и культурных отношений. Информация предназначена для широких слоёв общества, причём воздействие направлено не только на разум, но и на чувства адресата.

Выделяют две функции публицистического стиля:

1. Информационная — стремление в кратчайший срок сообщить людям о свежих новостях
2. Воздействующая — стремление повлиять на мнение людей по поводу какой-либо общественно-политической или социальной проблемы

Задачами речи являются воздействовать на массовое сознание, призывать к действию и сообщать информацию.

Лексика имеет ярко выраженную эмоционально-экспрессивную окраску и включает разговорные, просторечные и жаргонные элементы. Лексика, свойственная для публицистического стиля, имеет возможность употребляться и в иных стилях: в официально-деловом, научном. Но в публицистическом стиле она приобретает такую функцию, как создать картину событий и передать адресату впечатления журналиста от данных событий.

В аудитории филологов продвинутого этапа обучения особый интерес на занятиях русского языка вызывает публицистический стиль. Газетно-публицистический стиль обладает двумя подстилями: газетно-информационный и собственно публицистический. Главными стилями в сфере применения публицистического стиля являются газетный и газетно-журнальный стили. В силу того, что газетный вид СМИ по своей сущности старше остальных, газета является корнем и исторической первичной точкой зарождения и функционирования данного стиля. Ее тематика почти неограниченна: политика, экономика, философия, филология, культура, спорт, развлечения, повседневный быт и происходящие во всем мире текущие события. Область социальных отношений напрямую связана с этой сферой.

На сегодняшний день современное общество не сможет нормально функционировать без системы массовой коммуникации. Тексты данного

стиля рассчитаны на большую аудиторию, стремясь быть «на связи» с обществом. Таким образом, публицистика быстрее других стилей откликается на самые новые и активные изменения, вызванные «обретением демократических свобод (печати слова), отменой цензуры, перестройкой системы СМИ под влиянием политического и идеологического расслоения общества, развитием конкурентных отношений между СМИ, изменением коммуникативного статуса аудитории»¹⁹. Так, газета представляет собой отражение «картины мира и времени», в котором мы живем. «Карнавализация языка средств массовой информации, языка Интернета, также и языка повседневного бытового употребления стала привычной. «Строгие» тексты заменяются на «нестрогие». Бюрократический язык минувшего, «новояз», пародируется, личностное начало в речи возрастает, текстовое сопровождение рекламных роликов запоминается и активно подключается в процесс всевозможного речепроизводства.

Современные русские тексты нацелены на игру с получателями информации. По итогу игровых манипуляций получатель информации должен отгадывать словесные загадки. За счет компьютеров и художественных произведений постмодернистского толка мышление современного человека развивается в направлении от линейного к нелинейному. В переводе на простой язык означает «понимание языковой формы базируется на владении знанием, которое за этой формой стоит»²⁰.

На сегодняшний день влияние газеты растет. Глубокие всесторонние изменения, произошедшие в последние 15 лет в стране, нашли свое применение в публицистическом стиле русского

¹⁹ Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – Москва : Московский университет, 1971. – С. 26.

²⁰ Бурвикова Н. Д. Жизнь в мимолетных мелочах / Н. Д. Бурвикова, В. Г. Костомаров. – Санкт-Петербург : Златоуст, 2006. – С. 3

литературного языка: заимствования, изменения значений слов, изменения в жанровой системе стиля, стилистические изменения СМИ.

Известный советский филолог В. Г. Костомаров определяет «единство сопряжения экспрессии и стандарта, составляющее специфику газетной речи, как основной стилистический принцип публицистики»²¹. В начале в зависимости от жанра на первый план выступали поочередно экспрессия и стандарт, но в конце XX - начале XXI вв. все больше стали стремиться к экспрессии. Во многих центральных газетах язык был освобожден от стандартных рамок, в результате чего создались обновленные, присущие современной прессе, черты, и это можно расценивать как некий вклад в развитие языка. Попробуем рассмотреть кое-какие новые черты языка газеты. В газете в заголовках часто употребляется игра слов, влекущая изменения в семантике слов. Например: «Брак с иноземным акцентом» [«Родительский дом», 6 ноября 2009 г.]; «Газовая романтика» [«РБК daily», 1 марта 2010 г.]; «Водке перекрывают кислород» [«РБК daily», 1 марта 2010 г.]; «Без вины виноватая» [«Родительский дом», 6 ноября 2009 г.]; «Как повысить «урожайность» женщины» [«АиФ», 9—15 декабря 2009 г.]; «Политический цирк — тоже удовольствие» [«АиФ», 9—15 декабря 2009 г.]. «Однообразие униформы» создавалось семь десятилетий. Далее советские газетные штампы постоянно подвергались высмеиванию — «зеленый массив», «белое золото», «закрома родины» и т.п. Когда на смену однообразию пришло разнообразие, как всегда (ведь всегда хотели как лучше) с водой чуть не выплеснули ребенка. Сейчас идеологемы существуют только как объект пародирования — «идеологемы проходят, штампы остаются»²².

²¹ Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе – С. 23.

²² Бурвикова Н. Д. Логоэпистемическая составляющая современного языкового вкуса. Филологические науки / Н. Д. Бурвикова, В. Г. Костомаров. – Москва : ООО Филологические науки, 2008. – № 2 – 11 с.

В. Г. Костомаров и Н. Д. Бурвикова предложили назвать эти языковые явления «логоэпистемами» и относить к ним фразеологизмы, крылатые слова, высказывания известных людей, знакомые носителям языка афоризмы, пословицы, поговорки, говорящие имена и названия, строки стихотворений, песен, произведений художественной прозы, штампы тех или иных времен. Раньше главным источником логоэпистем служила художественная литература, которой пользовался человек в зависимости от возникшей жизненной ситуации, демонстрируя свои культурные знания. Эти выражения рассчитывались на буквальное понимание. Зная фоновую информацию, можно было догадаться, откуда было взято выражение. Осмысление логоэпистемы обязывает осмысления ее на языковом и культурном уровнях. Так как сейчас основной функцией публицистического стиля является информационная, то второй выступает воздействующая. Для получения специфики информации по яркости и запоминаемости, журналисты максимально используют все средства выразительности русского языка. Для добавления изюминки и пикантности придумывают все новые и новые языковые приемы и средства, нарушая нормы литературного языка. Ведь цель их — не только донести информацию, но и заполучить «голос» и воздействовать на читателя. Язык СМИ отражает те бурные и яркие изменения, которые происходят в эти годы. Как правило, популярно то, что выражает эмоции. В наше время общество старается создавать все новое и прогрессивное. Воздействующая функция, вызывающая экспрессию, шок, эмоциональность, становится ведущей вместе с информационной.

Сегодня газета располагает большим количеством различных логоэпистем. Сейчас тексты, публикуемые в русских СМИ и звучащие по телевидению и радио, из-за множества нелитературных выражений стали отчасти непонятными для восприятия их иностранцами. Чтобы понять их необходимы определенные объяснения при преподавании русского языка

иностранным студентам, которым нужна платформа фоновых знаний об изучаемой стране. Логоэпистем, функционирующих в СМИ, бесчисленное количество. Во время обучения русскому языку иностранных студентов преподаватель должен подготовить часто используемые, узнаваемые исходные формы логоэпистем, представленные в СМИ в видоизмененной форме, после чего объяснять их изначальное значение и место употребления, создавать ситуацию, в которой они должны быть использованы, и дать возможность употребить нужную логоэпистему. Потом вернуться к статье, где была употреблена форма, прочитать статью. Например, одно из таких заданий может быть подготовка объяснений о причинах изменения изначальной формы логоэпистемы. Там, где логоэпистема взята из фильмов, мультфильмов, сказок, можно ознакомить иностранного студента с ними, прочитав текст или показав кадры из фильмов. После освоения конкретных логоэпистем можно дать задания творческого характера, чтобы студенты показали, поняли ли они и освоили ли значения рассматриваемых логоэпистем. Для закрепления значения нового материала (логоэпистем) можно использовать прием их сопоставления с фразеологией родного языка. Например: «В Тулу со своим самоваром не ездят», в китайском языке «Носить камни, поднимаясь в гору» — (дословно) и попробовать изменить на русский лад (Со своим камнем в гору не ходят).

Таким образом, подобный вид работы с газетным материалом в иностранной аудитории нацелен на формирование лексической компетенции и формирование фоновых знаний, что и предполагает методически организованная система приемов, предложенная для работы со средствами СМИ в иностранной аудитории (в данном случае китайской).

2.2 Функции фразеологизмов в текстах газет и журналов

Функционирование фразеологических единиц на страницах газет обуславливается закономерностями, общими для всего литературного языка и конструктивным принципом публицистического стиля – объединением экспрессии и стандарта. В основе реализации этого принципа лежит явление «актуализации» – использования в определенных стилистических целях языковых средств, которые воспринимаются на фоне контекста как необычные и привлекающие внимание. Фразеологические обороты, пословицы, поговорки и крылатые выражения являются обязательным стилистическим компонентом языка газеты, важным источником экспрессивно-эмоциональной насыщенности. Публицистика сама по себе эмоциональна, действенна, выразительна, но по причине того, что природа этой действенности в отличие от художественной литературы не образная, газетно-журнальная коммуникация нуждается в экспрессивных средствах. Экспрессивно значимы в публицистике оказываются все языковые средства, поскольку они воплощают публицистическую идею. Главным принципом газетно-журнальной публицистики выступает ее «открытость», прямое, непосредственное выражение авторской позиции. Это редко ограничивает периодическую от художественной литературы, где автор обычно прямо не обращается к читателю. Речевой строй периодических изданий почти всегда носит эмоционально-личностный характер²³.

Фразеологизмы играют важную роль в построении газетного текста. Занимая релевантные позиции, они привлекают внимание к самым существенным аспектам содержания. Помимо этого, образно-эмоциональный характер фразеологизма облегчает восприятие

²³ Донецких Л. И. Некоторые условия функционирования образных средств публицистики (на материале статей Д. И. Писарева). Очерки ... / Л. И. Донецких, Н. В. Кара. – Кишинев. : Штиинца, 1974. – С. 48.

политической информации, ориентирует на определенную социальную группу. Так как устойчивые словосочетания фразеологического характера имеют особенность фиксироваться в памяти, они используются в публицистическом тексте как готовые и заранее известные читателю языковые комплексы, способные облегчить восприятие публицистического текста. Специфика газетного текста делает возможным использование в нем не только экспрессивно окрашенных фразеологических комплексов, но и экспрессивно нейтральных, которые в разных языках являются переводными, а не воспроизводимыми. Авторы используют соответственные устойчивые словосочетания фразеологического характера, которые являются наиболее выразительно информативными для выбранной ими тематики. Газетная фразеология является довольно разнообразной, она объединяет стандартные клише, книжные и разговорные выражения. Основное стилистическое назначение фразеологических единиц в публицистическом тексте – исполнить функцию характеристики какого-либо деятеля, предмета, явления. Кроме основной предметнологической информации это требует дополнительной характеристики (детализации, объяснения, уточнения и т.д.). Именно они и выражают оценочную или субъективно-оценочную мысль говорящего, усиливают эмоционально-экспрессивный потенциал этого текста, отвечает эстетическим целям публицистического текста – влиять на читателя, вызывать у него желаемую реакцию на выраженную мысль. Употребление фразеологии в газете имеет свою очень заметную специфику.

Фразеологизмы выполняют многообразные стилистические функции. Они выступают важными источниками экспрессивно-эмоциональной насыщенности, столь необходимой для воздействия на читателя и реализации конструктивностилевых «особенностей газетной речи». Одним из существенных свойств фразеологии является

устойчивость компонентов и воспроизводимость их в готовом виде. Отличием употребления фразеологизмов в языке газеты выступает, напротив, тенденция к изменению их семантики или обновлению структуры. Журналисты, добиваясь большей выразительности, прибегают к изменению внешней структуры фразеологизма, выделяя и расширяя тонкие внутренние оттенки значения, объединяя разностилевые элементы²⁴.

По уровню развития языка можем судить и про уровень развития общества. Фразеология каждого языка тесно связана с жизнью народа, ментальной культурой, бытом, обычаями, традициями, историей, литературой, даже с природным окружением. Фразеология отображает сферы нашей жизни с помощью устойчивых словесных образов. Именно эти образы являются основой для возникновения фразеологизмов, которые, в свою очередь, облегчают восприятие информационного потока, усиливают его познавательную ценность. Они в краткой, зачастую образной форме передают эмоционально-экспрессивную оценку тех или иных явлений, действующих лиц или предметов, а также разных социальных процессов. Значение фразеологических единиц – это сложное образование, совмещающее рациональные, экспрессивные и оценочные компоненты. Границы между ними четко не очерчены²⁵. Исследование текстообразующих функций фразеологических единиц в микротекстах показало, что они – необходимый строительный материал для воплощения экспрессивной, эмоционально-оценочной и образной программы текста. Эти программы обязательны для газетных текстов аналитических жанров политической направленности, так как основная

²⁴ Харлицкий М. С. Употребление фразеологизмов в газетной речи (На материале газетной периодики 1968-1975г.) Автореферат / М. С. Харлицкий – Москва, 1976 – 19 с.

²⁵ Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе.– 21 с.

цель этих текстов состоит в том, чтобы прокомментировать события и факты международной жизни.

Фразеологические единицы могут оформить начало корреспонденции –

1-й абзац. Это сильная позиция текста, независимо от его композиционного назначения и размера. Вводя в начальный абзац фразеологизма, автор преследует цель в образной форме дать оценку обсуждаемым проблемам: «Хотя я пишу эти строки и стучу по дереву» (Газета «Русский мир» № 11, июнь 2004, статья «СНГ: новая стратегия»).

Фразеологические обороты очень часто располагаются в середине текста: «В результате занимались этими странами отдельные высокопоставленные чиновники в порядке общественной нагрузки и очень часто по принципу «как бог на душу положит» (Газета «Русский мир» №11, июнь 2004, статья «СНГ: новая стратегия»). Употребляясь в финальной позиции текста, фразеологические единицы обычно поддерживают резюме размышлений журналиста: «А когда подруга была облачена в новые наряды, я даже прослезилась: как похорошел мой «подопытный кролик»! (Газета «Улица Московская» № 2 от 2002 Статья «Чудо для влюбленных»), «Однако здравый смысл и потребности реальной жизни берут своё». (Газета «Русский мир» №11, июнь 2004, статья «12 июня – День России»). «Наконец, важнейшей составной частью новой политики должен стать коренной поворот отношения к иммигрантам и мигрантам – вне зависимости от их национальности (Газета «Русский мир» № 11, июнь 2004, статья «СНГ: новая стратегия»).

Абсолютное начало текста (заголовок) – типичная позиция для фразеологических единиц, так как употребление их в этом случае помогает проективно задать оценку дальнейшему материалу, заинтересовать читателя, направить его внимание. Обнаружено, что оценка, выраженная в заголовке, затем на протяжении текста всегда

поддерживается экспрессивными средствами – фразеологическими единицами, пословицами, разговорной лексикой²⁶. Заголовочное место в газете, как считают многие исследователи, – это сильная, акцентированная позиция, потому что именно на заголовок в первую очередь обращает свое внимание любой читатель, взявший в руки газету: «Крепкий Орешников поймал еще одну банду». (Комсомольская правда, 28 сентября 2008). «Звезды бьют коньком и рвутся в бой». (Вести. 28.09.2008). Во дворе – столб, у столба – гоп. (Московская правда. 28.09.2008). «Как с цепи сорвался». (Московская правда. 23 апреля 2008).

В современную эпоху интенсивного общения возрастает роль коммуникативной эффективности газеты, так как именно газетно-журнальная коммуникация является одной из ведущих форм массовой коммуникации. Усиливается и воздействие газет и журналов на формирование наших взглядов, мнений, а так же на развитие языка в целом. Большинство литературных языков во всем мире сложилось и развивается под непосредственным влиянием текстов массовой коммуникации. Многие процессы, характерные для современного языкового развития, нередко вытекают из «языка газет и журналов». Таким образом, функционирование фразеологических оборотов в газетной публицистике облегчает восприятие материала статей, передачу основной мысли, заложенной автором, воплощает экспрессивную, эмоционально-оценочную и образную программу текста. Анализ функционирования фразеологических единиц без изменения их семантики и структуры показал, что значение фразеологизма и его смысл в политическом контексте не одно и то же. Смысл шире значения, так как фразеологические единицы включаясь в высказывание, приобретают как информативные (логикоэкспрессивные), так и эмоционально-оценочные

²⁶ Онищенко Ю. А. Место фразеологических оборотов в языке прессы / Ю. А. Онищенко // Научные записки. Серия Филологическая – 2009 – С. 321 - 322.

приращения. Введение в текст фразеологических единиц с совмещенной (качественно-количественной) экспрессией имеет еще больший эффект: высказывание обогащается в значительной степени как информативно, так и эмоционально. Некоторые фразеологизмы употребляются в определенных функциональных языковых стилях. Чаще всего их используют в художественном и публицистическом стилях.

2.3 Фразеологические единицы в заголовках газет

Заголовок обладает двойственным характером. С одной стороны, это речевой компонент, находящийся перед текстом. В связи с этим он понимается как языковой элемент, проявляющий некую самостоятельность. С другой стороны, заголовок – полноценная часть текста, входящая в его состав и имеющая связь с другими единицами всего произведения. В смысловом отношении заголовок стоит рассматривать как часть текста, который служит для понимания статьи, а, с другой стороны, может становиться понятным только после прочтения текста. Заметим, что газетный заголовок обладает особенностями, свойственными газете: жанровой палитрой, публицистичностью, оперативностью. Занимая стилистически сильную позицию – перед текстом, заголовок несет в себе информацию о содержании статьи (заметки), а также об оценке автора. Люди редко прочитывают газету полностью, преимущественно обращают внимание то, что их интересует. По словам психологов, 80 % читателей уделяют внимание только заголовкам. Газетный заголовок, с одной стороны, является важнейшей составляющей газетного текста, с другой – связующим звеном между текстом и читателем. Именно поэтому на журналистах лежит огромная ответственность при назывании материалов.

В зависимости от того, какая функция является доминирующей, заголовки подразделяют на три типа:²⁷

1) номинативный – заголовок называет текст, выступает в качестве его имени;

2) информативный (фактуальный) – заголовок в сжатой форме выражает основное содержание текста;

3) прагматический (рекламный, интригующий) – заголовок воздействует на читателя, заставляя обратиться к тексту.

Номинативные заголовки крайне редко используются современными журналистами, поскольку они неинтересны с точки зрения прагматики. Данные заголовки называют текст, являются именем статьи, отличают этот текст от других. В них отсутствуют, как правило, указание на содержащуюся в тексте информацию, а также интригующее, рекламное начало. Большой интерес для анализа представляют другие два типа заголовков: информативные и прагматические. Информативные заголовки несут в себе фактическую предметно-логическую информацию, где факты излагаются объективно, при этом информация, заключенная в заголовке, полностью отражает текстовое сообщение. Характерной особенностью информативного типа заголовков является использование в них сегментных конструкций, состоящих из вводного сегмента и базового компонента. Вводный сегмент направлен на понимание базовой части, являющейся носителем основной фактуальной информации. Но зачастую современные заголовки дезинформируют читателя. По мнению А. С. Подчасова, авторы, создавая заголовок, очень часто прибегают к некорректным и не всегда этичным приемам, чтобы потрясти нынешнего

²⁷ Шелевая. Н. А. Газетные заголовки как средство воздействия на массовое сознание (на материале немецкоязычной прессы) / Н. А. Шелевая. – 2016 – № 2. – С. 548-556.

читателя²⁸. Такие заголовки, вводящие в заблуждение, А. С. Подчасов называет «дезориентирующими». Он выделяет некоторые особенности таких заголовков:

- 1) несоответствие заголовка информации, заключенной в тексте статьи (дезориентация и дезинформация читателя);
- 2) всепроникающая ироничность цитирования (часто неуместная);
- 3) внутренние и внешние заимствования, призванные выделить в массовой аудитории «своего», «особого» читателя.

Таким образом, стремление журналистов не только информировать читателя, но и сделать заголовок привлекательным может привести к дезинформации адресата. Третий тип заголовков – прагматический – призван заинтересовать, заинтриговать читателя своей экспрессивностью. В современных СМИ существенно возрастает роль статей рекламного характера. Следовательно, и газетный заголовок нередко выполняет рекламную функцию. Любая авторская стилистическая манипуляция (языковая игра, трансформация фразеологизмов, намеренная ошибка) привлекает к себе потенциальных читателей, побуждает к покупке газеты, а значит, способствует повышению рейтинга издания.

Э. А. Лазарева выделяет три этапа восприятия текста (дотекстовый, знакомство с текстом и после его прочтения), и на каждом этапе газетный заголовок выполняет свои функции²⁹. На первом, дотекстовом, этапе восприятия текста заголовки выполняют графически-выделительную функцию, отделяя друг от друга материалы на полосе. Осуществляется такая функция неязыковыми средствами: с помощью выделения шрифтами, использования цветовой гаммы, графики и приемов верстки.

²⁸ Подчасов А. С. Дезориентирующие заголовки в современных газетах / А. С. Подчасов. – Москва : Наука, 2000. – № 3. – С. 52-54.

²⁹ Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты : каталог книг (1986 - 2010) / Э. А. Лазарева. – Екатеринбург : Урал. ун-та, 2011.

Номинативную функцию заголовков выполняет при ознакомлении с текстом, т.е. до чтения всего текста. Она заключается в назывании текста, заглавие выступает в качестве его имени, знака, и это позволяет читателю разделить текст на составляющие. Таким образом, разжигая интерес читателя, заглавие побуждает к работе мышления. Следовательно, такие заголовки информируют читателя, привлекая внимание к содержанию текста, если в нем содержатся нужные читателю сведения и вызывают различные эмоции (например, удивление, недоумение, любопытство и др.). В этом случае заголовок выполняет рекламную или экспрессивную функцию. Рекламный заголовок создает условия для психического восприятия, что вынуждает читателя целенаправленно обратить внимание на публикацию. На ознакомительном этапе заголовок помогает читателю понять идею публикации, ее концепцию. Информативная функция заголовка способна выражать содержание текста в свернутом виде, представляя собой череду тезисов, уточняющих и дополняющих друг друга.

Таким образом, в формировании эмоционального воздействия на читателя участвует заголовок. При этом он выполняет оценочно-экспрессивную функцию, ценность которой заключается в том, что публикация должна внушить читателю придерживающихся автором установок. Заглавие, играя значимую роль в организации языковых средств, способствует лучшему пониманию текста. Оно выполняет функцию интеграции, т. е. является средством достижения целостности текста, что позволяет воспринимать его как самостоятельную единицу. Выполняя композиционную роль – членение текста на части, заголовок облегчает восприятие текста, выражая связи между его частями. После прочтения – на заключительном этапе – публикация запоминается, если читатель обратил внимание на ее содержание и выразительность композиционно-речевого построения. Номинативная функция является

основной функцией заголовка при запоминании содержания. Содержательная статья с неярким заголовком зачастую не замечается. Следовательно, к резкому снижению воздействия всей статьи приводит неудачное оформление заголовка. Выразительный заголовок побуждает к прочтению статьи. Воздействие заголовка на читателя зависит от технического оформления – размещения на газетной полосе и постановки над текстом, сбоку от него или в центре. Играть роль и деление заголовка на строки, выбор гарнитуры шрифта и его кегля, насыщенность цвета и другие характеристики. Таким образом, чтение заголовков позволяет довольно быстро ознакомиться с содержанием всего издания и отметить наиболее интересные места. Хороший заголовок акцентирует внимание, выражая смысл статьи и передавая ее характер. Одновременно он выполняет три функции: информирование, воздействие и убеждение.

По мнению В. Г. Костомарова, вследствие синтеза экспрессивных и информативных языковых средств происходит слияние «экспрессии и стандарта», где экспрессия (лат. *expressio* – выражение) – это выразительность языковых единиц в тексте; сила проявления эмоций, мыслей, описываемых автором, т. е. выразительно изобразительные качества речи, отличающие ее от обычной (или стилистически нейтральной) речи³⁰. Самая важная функция в публицистическом стиле – функция воздействия. Она заключается в том, что СМИ не только сообщают информацию, а выражают определенную позицию общества и побуждают читателя признать истинность передаваемых фактов в сообщении, формируют нужное мнение в обществе и дают оценку происходящим событиям. Профессионализм журналиста выражается в умении подобрать наиболее эффективные языковые средства к

³⁰ Жеребило Т. В. Термины и понятия лингвистики: общее языкознание / Т. В. Жеребило – Назрань : Пилигрим, 2012. – 280 с.

конкретной ситуации, с помощью которых можно осуществить как информативную, так и прагматическую функцию газетной статьи. Взаимодействие экспрессии и стандарта – основа эффективного воздействия газетного текста, определяющая стилистический принцип организации статьи. Еще одним способом привлечения внимания читателя является употребление фразеологизмов или остроумных изречений (квазифразеологизмов) в газетных заголовках³¹. Таким образом, выполняя основные функции публицистического стиля, газетный заголовок сочетает в себе две основополагающие черты – экспрессию и стандарт. С одной стороны, заглавие привлекает внимание читателя к статье, побуждает к дальнейшему прочтению, воздействует на него эмоционально. С другой стороны, оно сохраняет свои структурные и функциональные особенности. Заголовок остается по своей структуре лаконичным и кратким, но в то же время содержательным.

Любое известное слово или лексический (синтаксический) прием в газетной речи экспрессивно и обладает выразительным потенциалом. Многообразие употребления простых и доступных языковых средств разговорной речи в публицистике является отличительной чертой языка средств массовой информации.

Выводы по второй главе

В результате исследования были сделаны выводы о том, что фразеологические обороты являются обязательным стилистическим компонентом языка газеты, важным источником экспрессивно - эмоциональной насыщенности, существенным средством реализации конструктивно-стилевых особенностей газетной речи. Они придают

³¹ Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – 3-е изд., испр. и доп. – Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. – С. 162-185.

газетному тексту определенную воздействующую силу, помогают создавать специфическую образность. Они способны выразить не только соответствующую мысль более емко, но и передать отношение, оценку.

Проанализировав литературу по теме исследования, публицистические тексты, можно сделать выводы, что фразеологические единицы могут занимать в тексте самые различные позиции. Часто журналисты вводят фразеологические обороты в сильные позиции текста: заголовок, первый абзац текста и финал. В соответствии с позицией в тексте, фразеологизмы выполняют различные функции: помогают образно «ввести проблему», задать тон всей публикации, оформить резюме авторских рассуждений, способствуют яркой, точной передаче мысли автора. Таким образом, фразеологические единицы обогащают текст, эмоционально окрашивая, преображая его.

Используя фразеологизм для оформления заголовка, автор предполагает раскрыть его значение в тексте. Фразеологические единицы в заголовках, с одной стороны, дают авторам возможность выразить свое внутреннее состояние, отношение к описываемым событиям, с другой стороны, они активизируют функцию воздействия на читателя. Целесообразное и уместное использование фразеологических единиц оживляет язык публикуемых материалов, делает их эмоциональнее, а привычные фразеологические единицы с помощью преобразования становятся образнее, выразительнее.

Исследованный нами языковой материал также позволяет сделать следующие выводы:

1. Фразеологические единицы в составе газетных заголовков придают им экспрессивность, повышают их оценочность, привлекают внимание читателя к теме публикуемых материалов, выступают в роли средств обогащения содержания не только заголовка, но и текста.

2. В структуре газетных заголовков эффективно используются:

- а) фразеологические единицы в той же грамматической и лексической форме, в которой они известны; они сохраняют традиционную стилистическую окраску, традиционную структуру и семантику;
- б) лексически, семантически и грамматически преобразованные фразеологические единицы, которые усиливают стилистический эффект, придают газетному тексту свежесть, оригинальность.

Таким образом, экспрессивность свидетельствует о стремлении к экономному, точному, эмоциональному выражению мысли. С другой стороны, все образительно-выразительные средства, используемые в заголовках, делают заглавие ярким, броским, лаконичным, чтобы заострить внимание читателя. Заголовок является рекламой к самой статье, поэтому он должен быть кратким, запоминающимся, интригующим, а главное, содержательным.

ГЛАВА 3. ТРАНСФОРМАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

3.1 Трансформация фразеологических единиц как активное средство его языкового воздействия

Трансформацией фразеологических единиц считается любое (фонетическое, лексическое, деривационное, синтаксическое, семантическое и др.) отклонение от нормы, закрепленной в языковом коде социума и зафиксированной в лингвистической литературе. Импровизированное изменение формы фразеологических единиц всегда преследует экспрессивно-стилистические цели, в том числе и оценку сообщаемого. Суть оценки составляет выражение языковыми средствами положительного или отрицательного отношения говорящего, пишущего (субъекта речи) к тому, о чем он говорит. Соотнесенность слова с оценкой определяется как оценочность, являющаяся характерной особенностью публицистического текста.³² Обладая определенным мировоззрением и нравственными ценностями, журналист, публицист, блогер не только регистрирует события, но и излагает информацию в соответствии со своими идейными и морально-этическими установками. Задача публициста заключается не только в информации, но и в большей мере воздействии на читателя, слушателя, внушении конкретных мыслей, идей, побуждении к определенным поступкам, формировании у реципиента оценки сообщаемой информации. Оценка, как известно, может быть явной, открытой, но может быть и скрытой, завуалированной. Современная журналистика больше тяготеет к завуалированному, имплицитному, манипулированию массовым сознанием, незаметно

³² Мелерович А. М. Фразеологизмы в русской речи / А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко. – Москва : АСТ, 2005. – С. 44

навязывая аудитории идеи, ценности, мнения журналиста или целого издания, для чего употребляются различные средства. Использование скрытых возможностей языка для навязывания аудитории определенной эмоциональной реакции, намерения, отношения к действительности, ее оценки относится к языковому манипулированию³³. Одним из эффективных средств языкового манипулирования является трансформация фразеологических единиц.

Причины трансформации фразеологических единиц на страницах печати обусловлены рядом особенностей — прежде всего самих фразеологических единиц, а также свойствами и функциями заглавий газетных материалов. Фразеологические единицы, будучи схемой (моделью) с высокой степенью обобщенности, представляют собой готовые ситуативные блоки, которыми обозначаются типичные явления. Но для большей конкретизации при описании какого-либо отдельного случая фразеологические единицы корректируются с учетом новых реалий. Кроме того, в природе самих устойчивых оборотов потенциально заложены возможности трансформации. Наиболее полно эти возможности реализовываются в газете через заголовочный комплекс. Трансформация фразеологических единиц — вторичное использование традиционных форм, способствующее экономии речевых средств и осуществляющееся на основе психолингвистического переосмысления и творческого подхода к узуальным фразеологическим единицам. Трансформация фразеологических единиц осуществляется с целью создания коммуникативной цепочки «автор — текст реципиент», когда публицист, опираясь на обобщенный тезаурус личности потенциального читателя,

³³ Рацбургская Л. В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии / Л. В. Рацбургская, Н. Е. Петрова — 4-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2016. — 160 с.

передает некоторую информацию.³⁴ Обобщенный тезаурус личности представляет совокупность знаний о мире, полученных каждым индивидуумом по общедоступным источникам информации. Значительная часть таких знаний в памяти человека хранится в виде своеобразных ситуативных блоков. Для схематизации обобщенных знаний служит фрейм, эквивалентом которого в языке является фразеологическая единица. Данное положение подчеркивает абстрактный характер фразеологических единиц. Когда фрейм или фразеологическую единицу не удастся привести в соответствие с описываемой ситуацией, возникает необходимость сформировать другой фрейм или фразеологическую единицу, иначе говоря, если имеющаяся в языке фразеологическая единица не в полной мере отражает сущность обозначаемого ею явления, она транспонируется, приспособляясь к новому содержанию. Такой подход к фразеологическим единицам в заголовочных конструкциях определяется необходимостью читательского ориентирования в насыщенном информационном потоке. Оглавление газетного материала привычной фразеологической единицей приводит к потере интереса к нему, и наоборот, «ничего не говорящий» заголовок также может оттолкнуть читателя от опубликованной статьи. Следовательно, нужно искать такой способ создания газетного заголовка, чтобы он был: а) броским, рекламным; б) конкретным (т.к. заголовок — это конденсация содержания статьи); в) экспрессивным; г) содержал определенный процент знакомой и незнакомой части информации. Таким требованиям отвечает заглавие газетного материала, выраженное трансформированной фразеологической единицей.

³⁴ Кузьмина Н. А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени / Н. А. Кузьмина, Е. А. Амбросимова. — Москва : Флинта, 2015. — 256 с.

Итак, основными причинами трансформации фразеологических единиц являются: 1) экономия речевых средств; 2) поиск источников постоянной экспрессии; 3) стремление заполнить отвлеченную модель фразеологических единиц конкретным содержанием; 4) способ установления особых коммуникативных связей между автором и читательской аудиторией (в последние годы значимость данной проблемы возросла, прежде всего с точки зрения борьбы за читательское/зрительское внимание); 5) трансформация фразеологических единиц — оперирование с уже готовыми языковыми блоками, с помощью которых можно создавать новые ситуативные «строения»; 6) трансформация фразеологической единицы отвечает практически всем требованиям заголовка в газете.

Определение роли речемыслительной деятельности человека при создании и восприятии трансформированной фразеологической единицы связано с его концептуальной системой и формированием коммуникативного вектора при упорядочении знаний индивидуума о мире, о себе, о своем положении в мире. Особенно ярко свойства речемыслительной деятельности человека проявляются в системе установления коммуникативных отношений, идущих от автора к читателю. Толчком к восприятию трансформированной фразеологической единицы является самооценка, самопроверка читателя(реципиента). Преобразованную фразеологическую единицу читатель в своем сознании соотносит ее с узуальной формой, затем определяет «разницу» между ними. Далее воссоздается первичная ситуация, сопоставляются обе формы и выводится заключение о дальнейшем содержании статьи. Создаваемый в итоге конфликт между традиционным и новым пониманием фразеологических единиц формирует степень эмоционального эффекта заголовка.

Трансформация готовых устойчивых единиц оправдана как лингвистически, так и психологически. Формирование новых слов, терминов, названий, не может быть бесконечным и произвольным (особенно на фоне участвовавшего за последние годы неоправданного использования чуждых русскому языку слов и оборотов данная проблема становится более актуальной). Мыслительные и интеллектуальные возможности каждого индивидуума также имеют свои пределы. Наиболее рациональным в этой связи представляется переосмысление прошлого опыта, ведущего к тому, что новые явления могут обозначаться уже имеющимися, но модернизированными словесными комплексами и фреймами. Формирование новых фреймов требует значительных творческих усилий и читателя и создателя. При трансформации фразеологических единиц используется важнейший принцип передачи информации — тема-рематические отношения, обусловленный тем, что основная трудность в восприятии сообщения находится в обратной зависимости от его новизны. Поэтому автор инновационного преобразования фразеологических единиц, оттолкнувшись от известного, представляет возможность усвоения новой информации.

Трансформация определила некоторые тенденции развития языка газеты. Во-первых, использование фразеологических единиц и их модификаций наблюдается не во всех изданиях, а лишь в тех, которые рассчитаны на самый широкий круг читателей и ориентированы на их языковые навыки (в отличие от специальных отраслевых газет). Язык таких газет максимально приближен к разговорному. Во-вторых, употребление фразеологических единиц в нетрадиционной форме усиливает их экспрессивность, создавая противоположность стандарту. Стандарт и экспрессия в газете — понятия исключают друг друга и в то же время взаимопределяющие. Газета способствует быстрому превращению экспрессии в стандарт, а это в свою очередь побуждает к

постоянному поиску источников экспрессии (как уже отмечалось выше, таким источником служит трансформация фразеологических единиц). В-третьих, трансформированные фразеологические единицы в ряде случаев оказываются намного удачнее, чем их прототипы, и могут утвердиться в языке (хотя большинство видоизмененных фразеологических единиц за пределами определенного контекста перестают существовать). Поэтому газета является еще и источником пополнения фразеологического фонда языка.

3.2 Способы трансформации фразеологических единиц

Излюбленным приемом в текстах современных СМИ все больше становятся различные преобразования фразеологизмов. Возможность их трансформации вытекает из сохранения у фразеологизмов внутренней формы, т.е. их исходного, буквального смысла, и относительной устойчивости. Преобразованиям могут быть подвергнуты как семантика, так и структура словосочетаний. Трансформация семантики фразеологизмов возможна потому, что они обладают внутренней формой, что позволяет авторам «реставрировать» в той или иной степени стершийся образ и приспособить обобщенный, метафорический смысл того или иного выражения к конкретным условиям контекста.

Типы фразеологических трансформаций выделяются в соответствии с изменениями, затрагивающими ту или иную сторону фразеологической единицы: структурную, содержательную или обе одновременно (смешанный тип).³⁵ Все виды трансформаций принято делить на две группы: семантическую и структурную. При семантической трансформации состав фразеологизма остается неизменным: у него либо

³⁵ Бебчук Е. М. Современный русский язык. Стилистика. Литературное редактирование : учебное пособие / Е. М. Бебчук, И. В. Хорошунова. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012. – С. 26-38.

появляются новые оттенки смысла, либо совмещаются прямые и переносные значения, в результате чего возникает каламбур и достигается определенный экспрессивный эффект. Семантические трансформации - это преобразование внутренней формы фразеологизма, которое может включать изменение категориального значения фразеологизма, совмещение образного и буквального значений (двойная семантизация), экспликацию внутренней формы, т.е. разложение ее на составные части, буквализацию. Например: Благотворительность от лукавого (произошло от фразеологизма избави нас от лукавого), что означает сомнительное, нечестное. Структурные трансформации связаны с изменениями внешней стороны фразеологизма. Это может быть перестановка компонентов фразеологизма (синтаксическая инверсия), вставка внутрь фразеологизма других слов, расширение компонентного состава, усечение компонентного состава, добавление/опущение частицы НЕ, внутренние морфологические и/или синтаксические преобразования (нарушение привычных дистрибутивных связей). Например: Не родись красивой(отсечение второй части пословицы, привела к изменению значения) – красота ведет к несчастью. При структурно-семантических трансформациях преобразование затрагивает как внутреннюю, так и внешнюю сторону фразеологической единицы. В эту группу входят: замена компонента семантически однородным элементом (синонимом, антонимом, гипо-гиперонимом, паронимом), ролевая инверсия, контаминация, наполнение модели иными лексемами, разрушение модели фразеологических единиц при сохранении значения, вычленение ключевого компонента. Значение фразеологизма и его смысл в тексте - не одно и то же. Смысл информативнее значения, т.к. фразеологизм, включаясь в контекст, приобретает семантические и экспрессивные приращения. Например: «Чиновник с возу - бюджету легче?» (структурная

замена компонентов в сочетании с заменой утверждения на вопрос), произошло от фразеологизма «Баба с возу – кобыле легче».

Журналисты используют приём трансформации фразеологизмов с целью усиления экспрессивной окраски, стилистического эффекта, сущность которого зависит не только от выразительности самих оборотов и их функционирования в контексте, но и от намеренного нарушения принятого выражения. Прибегая к трансформациям, авторы в лаконичной форме могут выразить семантически ёмкое содержание, сделать текст экспрессивно и эмоционально насыщенным, образным.

В проанализированном нами материале встретились далеко не все выделяемые исследователями типы фразеологических трансформаций. В качестве примеров семантической трансформации можно привести изменение в заголовке фразеологизма по цели высказывания:

– «Надежда умирает последней?». Семантика фразеологизма, восходящего к известной евангельской притче о Вере, Надежде и Любви, меняется за счет перевода утверждения в вопрос (таким образом выражается сомнение в благоприятном исходе дела).

– «Кто кого водит за нос?» трансформация фразеологизма «водить за нос» со значением «вводить в заблуждение, обманывать». Утвердительная конструкция заменяется вопросительной.

Использование вопросительных фразеологических единиц связано, по мнению некоторых ученых, с таким инновационным процессом, как активное проникновение в публицистический текст конструкций диалогической речи. Подобного рода изменения фразеологизмов позволяют авторам устанавливать более близкий контакт с читателем, как бы вести с ним беседу.

Фразеологизм «Много воды утекло» подвергся двойной семантизации во фрагменте «У пенсионерки в квартире прорвало трубу. Много воды утекло, пока явился слесарь-сантехник». В данном примере столкновение образного значения «долго» с буквальным значением создает яркий образ плохо работающей коммунальной службы. Контекст подбирается таким образом, что обыгрываются образное и буквальное, являющееся этимологическим прототипом значения фразеологизма, возникает фразеологический каламбур, чем достигается комический эффект и выражается ирония по поводу происходящего. Аналогичный пример: «Посетителей летнего кафе ветром сдуло», т.е. они быстро ушли, т.к. на улице был сильный ветер.

Более многочисленны случаи структурной трансформации. С целью актуализации фразеологизма автор может сокращать или расширять его состав. Редукция фразеологизма нередко бывает связана с его переосмыслением. Например: «Не родись красивой» - о девочке в детском саду, которую ударил мальчик. Отсечение второй части пословицы не родись красивым, а родись счастливым привела к изменению ее значения: красота ведет к несчастью. Еще примеры эллиптических фразеологизмов:

– «Планов наших люблю громадьё» редуцирована вторая часть строки из поэмы «Хорошо» В.В. Маяковского «Я планов наших люблю громадьё, размаха шага саженья»;

– «Лучше один раз увидеть» редуция выражения «Лучше один раз увидеть, чем сто раз слышать» в статье об ипотечном туре по новостройкам Элисты: лучше самому увидеть, чем слышать новость от кого-то;

– «Имя твоё неизвестно... » эллипсис прецедентной эпитафии на могиле Неизвестного солдата «Имя твоё неизвестно, подвиг твой

бессмертен» в статье о мероприятиях, посвященных Дню Неизвестного солдата.

– «На те же грабли» название статьи представляет собой усеченный фразеологизм «наступать на те же грабли», означающий совершение повторной ошибки: На этом семинаре он вновь попытался продемонстрировать свою объективность.

– «Госпрограммы: не вырубешь топором» трансформация фразеологизма «что написано пером, того не вырубешь топором». В статье под этим названием выражается сожаление по поводу не всегда корректно составленных документов по программно-целевому методу управления государственными финансами.

– «Никто не забыт... » (ср.: Никто не забыт, ничто не забыто). Эллиптический фразеологизм в качестве заголовка статьи о возвращении из небытия имен солдат Великой Отечественной войны направляет внимание читателя именно на персоналии, а не вообще на войну.

– «Деньги на ветер» усечение фразеологизма «бросать деньги на ветер» в значении бесполезной траты денег.

Противоположно редукции расширение состава фразеологизма.

– «Ложь во спасение... кресла» - трансформация фразеологизма «ложь во спасение», значение которого - обман, становящийся в результате благом для кого-либо.

Расширение состава фразеологизма в заголовке статьи, в которой говорится о том, как завышенные данные об увеличении площадей орошения помогают завысившему сохранить его высокую должность, создает очевидный иронический подтекст.

Разграничение структурной и семантической трансформации фразеологических единиц формально, так как определить конкретное

направление трансформации сложно. Трудности здесь связаны с тем, что осуществление структурной трансформации влечет за собой и изменение семантики фразеологической единицы и, наоборот, реализация семантической трансформации способствует изменениям в структуре фразеологических единиц. Отнесение трансформированной фразеологической единицы к какому-либо способу изменения базируется на доминировании этого самого способа в данном преобразовании. В связи с этим отмечено, что в рамках структурной трансформации рассматриваются эллипсис и сверхфразовое единство; к семантической трансформации относятся контаминация и паронимазия.

Эллипсис является одним из экономных способов связи между предложениями, в основе которых лежит закон связи суждений, выражающийся в структурной соотнесенности соединяемых предложений. Эллипсис — многофункциональная фигура речи, служащая для активизации эмотивных, логических, эпексегетических свойств восприятия газетной информации. Способы создания эллиптических заголовочных конструкций на базе фразеологических единиц разнообразны, выделяется эллипсис: 1) однокомпонентный; 2) многокомпонентный; 3) паремический; 4) антонимический.

Под фразеологической единицей с компонентом-соматизмом или соматической фразеологической единицей понимается фразеологизм, зависимым компонентом которого является слово, обозначающее не только внешние физические формы организма человека (нос, голова, рука), но и элементы сердечно-сосудистой, нервной и других систем (печень, кровь, мозг).³⁶ Структурно-семантические связи в соматических фразеологических единицах обладают свойствами, переходными от

³⁶ Козеренко А. Д. Фразеологические соматизмы и семиотическая концептуализация тела / А. Д. Козеренко, Г. Е. Крейдлин. // Вопросы языкознания. – 2011. – № 6. – С. 41-53.

заголовка к тексту. Возникновение соматических фразеологических единиц происходит на основе актуального членения этимонической формы в совокупности с сегментарным использованием селекционных фрагментов. Взятый за основу метод гаптологии ведет к созданию сложных сверхсегментных синтаксических конструкций, которые в свою очередь, сворачиваясь или, наоборот, разворачиваясь, оформляются в соматические фразеологические единицы. Соматическая фразеологическая единица имеет свои разновидности: 1) обыгрывание компонентов фразеологических единиц; 2) парцелляция; 3) эпексегетическое членение; 4) текстовые соматические фразеологические единицы; 5) синтезированные конструкции; 6) проблемная сегментация.

Парономазия — способ трансформации с преобладанием фонетических изменений. Парономазия не имеет спорадического характера. Здесь на базе звукового обыгрывания создаются аллофразные модуляции, в результате чего трансформированные выражения практически полностью лишаются син-хизисности. Трансформированный компонент носит открыто обозначенный маркированный характер, т.е. предельно эксплицирован. Парономазия происходит на базе конвергенции звуков по различным направлениям. Парономазия осуществляется по нескольким направлениям: 1) парехеза; 2) эллиптическая парономазия; 3) паронимические наложения: префиксальное, постфиксальное и корневое, парономазия конца слова, собственно паронимическое наложение, паронимическое расширение, звуковое сходство.

В процессе возникновения фразеологической контаминации происходит объединение не только лексических компонентов базовых фразеологических единиц, но и возможность изменения синтаксической структуры одного выражения под влиянием другого. Контаминация в публицистике выполняет вторичную функцию, характеризующуюся

индивидуально-речевым использованием в определенных логико-тематических условиях, продиктованных общей направленностью текста. Контаминированные выражения, в отличие от других способов преобразования фразеологических единиц, не могут претендовать на широкое распространение, так как созданы исключительно для конкретного случая. Компоненты контаминированных образований объединены по констеллятивному признаку, сущность которого заключается в полной свободе использования тех или иных компонентов обеих исходных форм фразеологических единиц с последующей их взаимозависимостью. Контаминация может происходить в двух основных направлениях: паремическая контаминация и синтез. Существуют также промежуточные формы контаминирования, которые основываются или на паремической контаминации, или на синтезе. Паремическая контаминация реализуется в виде: 1) сверхфразовой паремической контаминации; 2) однокомпонентного наложения; 3) собственно паремической контаминации. Контаминация также бывает присоединительной.

Степень эмоционально-экспрессивной значимости трансформированных фразеологических единиц определяется тем, какие изменения вносятся в традиционную форму. Наибольший эмоциональный эффект вызывают преобразования, способствующие двойственности в восприятии фразеологической единицы. Здесь можно говорить об «эффекте обманутого ожидания» и «эффекте неожиданности», которые составляют основу экспрессивности сверхфразового единства, паремии, контаминации. Наименьшим образом эмоциональность проявляется при варьировании (одно- и многокомпонентном). Собранный для анализа фактический материал показал, что приблизительно в 45% случаев наблюдается варьирование, в 20% — эллипсис, в 14% — параномазия, в 12% — контаминация, в 9% — сверхфразовое единство. Такое

процентное соотношение является результатом степени сложности того или иного способа трансформации фразеологической единицы. Так, самым простым способом преобразования фразеологической единицы является варьирование: замена какого-либо компонента другим. Его экспрессивность невелика, потому что сохраняются субъектно-объектные и предикативные отношения, прямая соотнесенность с исходной формой и т.д., в связи с чем не воспринимается как нечто особенное. Значительные творческие усилия требуются при создании соматической фразеологической единицы. Здесь важно хорошее знание языка, владение материалом, журналистский опыт, понимание психологической сущности человека и т.д. Степень эмоциональности определяет и степень «прочности» установления коммуникативных связей между автором и читателем: чем выше экспрессивность трансформированной фразеологической единицы, тем больше вероятность привлечения внимания читателя именно к этой, а не другой публикации.

3.3 Конспект урока по анализу трансформации фразеологизмов на материале статей

Прежде, чем приступить к непосредственному анализу трансформации фразеологизмов в рекламном политическом тексте, следует сказать несколько слов о структуре самого текста. Во-первых, текст может представлять собой озаглавленную статью и в таком случае иметь сильную, акцентированную позицию заголовка (именно на него в первую очередь обращает внимание читатель) и ослабленные позиции внутри текста в зависимости от того, насколько статья структурирована самим автором (подзаголовки, основной текст). Во-вторых, весь текст может быть слоганом – кратким содержательным выражением рекламного характера – и являться сильной и единственной позицией самого себя. В зависимости от того, в каком типе рекламного текста и где

именно внутри него находится фразеологизм, следует определять и его функции.

Форма урока: комбинированный урок.

Тема: Русская фразеология. Трансформация фразеологизма.

Цели: 1. Познакомить учеников с понятием «трансформированный фразеологизм», основными видами трансформации (аналитической и семантической трансформацией).

2. Научить определять роль трансформированного фразеологизма в рекламном тексте, учитывая его манипулятивную функцию.

3. Закреплять навыки работы со словарями, работать над культурой речи.

Оборудование: раздаточный материал: распечатки с выдержками из рекламных текстов; школьный фразеологический словарь, словари фразеологических синонимов и антонимов.

План урока:

1. Оргмомент – 2 мин.
2. Опрос – 5 мин.
3. Подготовка к восприятию нового материала – 2 мин.
4. Знакомство с новым материалом – 5 мин.
5. Закрепление знаний, умений и навыков – 8 мин.
6. Самостоятельная работа – 10 мин.
7. Проверка знаний, умений и навыков – 7 мин.
8. Подведение итогов урока – 2 мин.
9. Объяснение Д/з.

Ход занятия

1. Оргмомент.

2. Так как это занятие является факультативным, опрос не проводится в строгой форме. Для лучшего понимания и усвоения нового материала достаточно повторить определение фразеологизма, назвать его основные свойства, перечислить особенности функционирования в речи и привести соответствующие примеры.

3. На доске написано несколько фраз:

Я пришел сюда не с пустой головой и не с пустыми руками, а главное – не с пустым сердцем.

То есть вы придерживаетесь известного постулата о том, что рыбка портится с головы. А потому, в случае избрания, готовы на кардинальные перемены в администрации – замену заместителей, сокращение аппарата и так далее?

Гришин – за вас, вы – за Гришина!

Учитель: *Посмотрите на доску. Эти примеры взяты из газетных статей, посвященных предвыборным программам кандидатов на пост губернатора. Какое впечатление вызывают у вас эти кандидаты, если судить о них только по этим фразам? (положительное). Почему? Обратите внимания на те речевые средства, которые используют составители статей.*

Учитель подчеркивает мелом в каждой фразе: *не с пустой головой, не с пустыми руками, рыбка портится с головы, третья фраза подчеркивается целиком.*

Учитель: *фразеологизм, где бы он ни использовался, всегда является сильным экспрессивным средством. Посмотрите на первую фразу. Какой синонимической конструкцией можно заменить выражения «не с пустой головой» и «не с пустыми руками»? («с планами управления», «с проектами преобразований» и т. д.) что, по-вашему, сильнее воздействует на читателя: выражение «с планами управления» или «не с пустыми руками»? (фразеологизм). Кроме этого, по модели этих*

фразеологизмов выстраивается еще одно выражение - неофразеологизм «прийти не с пустым сердцем». Вследствие этого образно оказываются затронутыми все составляющие перспективного кандидата: капитал, который он принесет с собой в регион, разумные планы по развитию области и человеческие чувства. Перед нами практически идеальный кандидат, вызывающий симпатию избирателя.

В следующей фразе – какой фразеологизм используется здесь? Как он точно звучит? Каково его значение? («Рыба с головы гниет» - фразеологизм, по структуре равный целому предложению. Означает: беспорядки, беззакония в любой организации начинаются с начальства). Как вы заметили, автором в этом выражении или замещается, или изменяется, или переосмысливается каждое слово. В результате вся фраза приобретает негативное, ироническое звучание.

Последняя фраза: «Гришин – за вас, вы – за Гришина!» Выражение, которое «спрятано» здесь, не является фразеологизмом, но вы легко его узнаете: «Один за всех, все за одного» (из популярного фильма о трех мушкетерах). Какие качества сообщает кандидату именно такая реминисценция? (целый ряд ассоциаций, основанных на воспоминаниях о романе и кинофильме: идеи благородства, чести, достоинства, что как нельзя лучше способствует установлению симпатии между избирателями и заявленным кандидатом).

5. Учитель: Фразеологизмы – это яркое стилистическое средство сделать речь эмоциональной и красочной, образной и убедительной. Для достижения определенных стилистических целей фразеологизмы могут вводиться без каких бы то ни было изменений, однако большая яркость и выразительность речи достигается при включении в текст устойчивых выражений в авторском, трансформированном виде, с иным смысловым значением, обновленной структурой или новыми экспрессивно-

стилистическими качествами. Фразеологизмы, в осмыслении или составе которых произведены изменения, называются трансформированными.

Исходя из определения, мы можем выделить два вида трансформации: При семантической трансформации состав фразеологизма остается неизменным: в него либо вносятся новые оттенки смысла, либо возникает игра слов в результате совмещения прямых и переносных значений. Аналитическая трансформация в той или иной степени вносит изменения в словесный состав фразеологизма.

Схема

Трансформация

оставление схемы на доске:

| | |
|---------------|---------------|
| Семантическая | Аналитическая |
|---------------|---------------|

Краткая запись под схемой определения семантической и аналитической трансформации.

Учитель: *какому виду трансформации подверглись исследованные нами выражения? (не с пустыми руками – семантическая трансформация, рыбка портится с головы – аналитическая трансформация, Гришин – за вас, вы – за Гришина! – аналитическая трансформация)*

Запись в схему примеров трансформации.

6. Учитель: запишем несколько отрывков из газетных текстов:

Посеешь свару – соберешь недоверие. Человека, который прекрасно владеет экономикой, имеет большой опыт хозяйственной деятельности, организационной работы, сложно сбить с толку. Смогут ли пришлые богатеи окончательно запудрить мозги людям и получить голоса избирателей? И хотя утверждает русская пословица «с лица воду не пить» - облик женщины имеет очень большое значение. Рассчитаться с долгами не возможно без того, чтобы не затянуть пояс.

Разбор каждого предложения по отдельности: какие фразеологизмы и устойчивые выражения использованы автором? Какому виду трансформации они подвергаются? Какие экспрессивно-стилистические эффекты достигаются при помощи этого приема?

В ходе обсуждения следует подвести учеников к очень важному замечанию: гарантией производимого эффекта трансформированным фразеологизмом является его *узнаваемость*. Поэтому так часто авторами используются фразеологизмы просторечного происхождения, которые сразу узнаются читателем и сообщают статье в целом более яркую эмоциональную окрашенность.

7. Выполнение упражнения на распечатках:

Внимательно прочтите следующие выдержки из газетных статей. Найдите в них устойчивые выражения, определите по словарю их точные значения. Определите вид трансформации, которой подвергаются эти выражения.

Сегодня в Тверской области некоторые «добрые кандидаты в земляки» лекарства народу загодя раздают. На будущее. На «после выборов». Чтобы не было мучительно больно. (Из текста статьи. «Жизнь», №85/2003)

Нельзя жить так, чтобы потомки плевали на наши могилы. (Из текста статьи. «Труд-7», 27 ноября 2003 г.)

Может, и впрямь наступило время сильной слабой половине общества брать бразды правления в свои руки? (Из текста статьи. «Твери нужна хозяйка», информационный бюллетень, 3.06.2003 г.)

Известно, что у России – особенная статья. (Из текста статьи. «Труд-7», 20 ноября 2003 г.)

Деньги в бюджет все-таки поступают, но потом исчезают в неизвестном направлении. Точнее, в известном – в чужих карманах. (Из текста статьи. «Наша Тверь», июнь 2003 г.)

Но обком опять наступает на прежние грабли. (Из текста статьи. «Твой выбор», информационный бюллетень, ноябрь 2003 г.)

Тверские выборы – бессмысленные и беспощадные? (Заголовок. Статья посвящена незаконным методам агитации и фальсификации результатов выборов. «Правильный выбор», одновыпускная агит-газета, ноябрь 2003 г.)

Учитель: *Есть ли среди найденных вами устойчивых выражений нефразеологизмы? (особенная статья – из стихотворения Некрасова, Тверские выборы – бессмысленные и беспощадные – обращение к цитате из «Капитанской дочки» А. С. Пушкина). Почему они так же активно используются авторами статей? (По причине из узнаваемости). Отличается ли их роль в рекламном тексте от роли трансформированных фразеологизмов?- Вспомните начало нашего урока, слоган «Один за всех и все за одного» (Нет, практически не отличаются).*

7. Самостоятельное выполнение упражнения на распечатках:

Восстановите трансформированные устойчивые выражения. Пользуясь словарями, подберите к ним синонимы и антонимы, если это возможно. Для нефразеологизмов установите источник.

Бесплатный сыр бывает только в мышеловке. В такой вот мышеловке окажемся и мы с вами – кандидату надо будет возвращать деньги, вложенные в выборы. (Из текста статьи. «Платов – наш губернатор», одновыпускная агит-газета, ноябрь 2003 г.)

Предвыборное обострение. (Заголовок. «Твой выбор», информационный бюллетень, ноябрь 2003 г.)

Отважная женщина, идущая в политику. «Коня на скаку остановить» - вполне по силам. (Из текста статьи. «Труд-7», 20 ноября 2003 г.)

Слух о Твери пройдет по всей Руси великой. (Заголовок статьи, посвященной работе фонда Д. Зеленина «Доброе начало». «Труд-7», 27 ноября 2003 г.)

Ведь ни один кандидат даже под пыткой не скажет, что он за ложь. У нас все за правду. Вот и получается, что правда у каждого своя. У кого личная, у кого партийная, у кого по понятиям, у кого по законам. (Из текста статьи. «Труд-7», 13 ноября 2003 г.)

Обожаю сирень. У кого-то был вишневый сад, а я мечтаю сделать сиреневый парк. (Из текста статьи. «Труд-7», 20 ноября 2003 г.)

9. Подведение итогов урока: что нового узнали? Чему научились? Какие трудности преодолели? (Познакомились с понятием «Трансформированный фразеологизм», научились различать разные виды трансформации и определять функции трансформированного фразеологизма в рекламном тексте, преодолели трудности употребления фразеологизмов, связанные с незнанием их точного значения).

10. Домашнее задание: в любой газете найти два-три случая трансформации фразеологизма или устойчивого выражения, выписать, восстановить исходный фразеологизм, по словарю определить его точное значение. Определить вид трансформации и функции трансформированного фразеологизма в тексте.

Выводы по третьей главе

Итак, исследованный материал показывает, что журналисты активно пользуются фразеологическим арсеналом русского языка, трансформируя устойчивые обороты в соответствии с поставленными в публикации задачами как информационного, так и манипуляционного характера. При этом журналисты проявляют гибкость в выборе путей трансформирования прототипических фразеологических единиц. Их трансформация служит действенным средством декодирования текста, но выполняет задачу ярко, образно представить информацию, тем самым воздействуя на формирование у читателя намеченной журналистом оценки излагаемого. Таким образом, трансформация фразеологических

единиц с целью экспрессии в газете - объективный процесс обновления привычных форм, имеющий тенденцию к дальнейшему развитию.

Трансформированные фразеологические единицы помогают более образно, интересно построить текст корреспонденции. Это важно как для автора статьи, так и для всей газеты в целом, так как яркий, образный фразеологический оборот привлекает внимание и вызывает к публикации интерес, а следовательно повышается рейтинг газеты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одной из сложных и неоднозначно трактуемых проблем в современном языкознании остается индивидуально-авторское употребление фразеологических единиц в публицистической речи и способы преобразования фразеологизмов.

В результате нашего исследования, мы доказали, что в научном отношении изучение фразеологии важно для познания самого языка. Фразеологизмы существуют в языке в тесной связи с лексикой, их изучение помогает лучше познать их строение, образование и употребление в речи. Знакомство с русской фразеологией позволяет нам глубже понять историю и характер нашего народа. В русских фразеологизмах отразились исторические события, выразилось народное отношение к ним. "Многообразны человеческие отношения, которые запечатлелись в народных изречениях и афоризмах. Из бездны времени дошли до нас в фразеологических сочетаниях радость и страдания людей, смех и слезы, любовь и гнев, честность и обман, трудолюбие и лень, красота истин и уродство предрассудков", - писал М. Шолохов о народном характере фразеологизмов.

Изучение русской фразеологии, вводит нас в лабораторию народо-языкотворца, и не случайно с таким вниманием изучают ее писатели, которые видят в русской фразеологии великолепные примеры образного выражения явлений действительности. Картинность и образность речи авторов, которое создается с помощью использования фразеологизмов, действует на воображение слушающего, заставляя его переживать сказанное сильнее, чем если бы речь была безобразной, чисто логической.

Особое значение имеет изучение фразеологии для совершенствования речевого мастерства человека, для повышения

речевой культуры. Поэтому мы как будущие учителя – словесники должны уделять немаловажное внимание изучению на уроках русского языка и литературы такого раздела языкознания как фразеология. Нужно раскрыть перед учащимися возможности и значение фразеологизмов, научить правильно использовать эти устойчивые сочетания слов, правильно их понимать.

Рассмотрев публицистический стиль речи можно прийти к выводу, что важнейшими чертами публицистических текстов выступают актуальность описываемых событий, образность речи, выразительность изложения. Эти черты являются отражением социального назначения публицистики, – не только сообщать факты и информировать аудиторию о тех или иных событиях, но и формировать общественное мнение, активно влиять на разум и чувства читателей и слушателей.

Соответственно, основными функциями публицистики являются:

- 1) информационная, основными чертами проявления которой являются документализм, сдержанность, официальность, абстрагированность;
- 2) агитационно-пропагандистская, главной целью которой является воздействие на аудиторию.

Также в ходе работы мы выяснили, что в публицистическом тексте фразеологические единицы выполняют следующие функции:

- 1) Эмоциональная функция, реализуемая за счет возможности фразеологической единицы не только назвать некоторый предмет, явление, но и вербализовать чувства и оценку автора. Среди фразеологических единиц существуют такие, у которых полностью отсутствует назывная функция. Они употребляются в речи исключительно для выражения некоторых чувств.

2) Оценочная функция фразеологических единиц реализуется как производная от их эмоциональной функции. С точки зрения выражения оценки фразеологические единицы традиционно подразделяют на две категории: фразеологические единицы с позитивной и негативной оценкой. К первой группе относятся фразеологизмы с выраженным значением эмоционального одобрения, почтительного уважения, восхищения. Ко второй группе относятся фразеологические единицы с выраженным значением эмоциональной ироничности; пренебрежительности и др. Оценочность является неизменным компонентом публицистического текста. В связи с этим данная функция фразеологической единицы в публицистических текстах является одной из наиболее значимых.

3) Функция экспрессивности, являющаяся показателем интенсивности проявления действия или признака. Таким образом, нами были решены все задачи исследования.

Благодаря метафоричности и экспрессивности фразеологические обороты и их трансформированные варианты активно используются в средствах массовой информации, в том числе в печати, создавая особую выразительность, образность текста.

Изучение функции фразеологизмов в публицистическом тексте на уроках в старших классах позволяет расширить знания учащихся о языке газет и журналов, сформировать навык анализа языковых средств в рамках определенного жанра, повысит интерес к языковым изменениям в XXI в.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Научная литература

1. Буянова Л. Ю. Русский фразеологизм как ментально-когнитивное средство языковой концептуализации сферы моральных качеств личности / Л. Ю. Буянова, Е. Г. Коваленко. – Москва : Флинта, 2017. – 184 с. – ISBN 978-5-9765-1131-6.
2. Мокиенко В. М. Правильно ли мы говорим по-русски? Поговорки : что мы о них знаем, откуда они пришли, как их правильно понимать и употреблять / В. М. Мокиенко. – Москва : ЗАО Издательство Центрполиграф, 2016. – 316 с. – ISBN 978-5-227-06433-2.
3. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык / И. В. Арнольд. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Флинта, 2002. – 384 с. – ISBN 5-89349-363-X.
4. Бебчук Е. М. Современный русский язык. Стилистика. Литературное редактирование : учебное пособие / Е. М. Бебчук, И. В. Хорошунова. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012. – 63 с. – ISBN 978-5-9273-2429-3.
5. Бизунова Е. В. Фразеологизмы и соотношение в них денотативных и образных составляющих / Е. В. Бизунова // Язык, сознание, коммуникация / ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – Москва : МАКС-Пресс, 2005. – № 29 – 106 с.
6. Бурвикова Н. Д. Жизнь в мимолетных мелочах / Н. Д. Бурвикова, В. Г. Костомаров. – Санкт-Петербург : Златоуст, 2006. – 68 с. – ISBN 5-86547-404-9.
7. Бурвикова Н. Д. Логоепистемическая составляющая современного языкового вкуса. Филологические науки / Н. Д. Бурвикова, В. Г. Костомаров. – Москва : ООО Филологические науки, 2008. – № 2 – 11 с.

8. Виноградов В. В. Русский язык / ред. Г. А. Золотовой. – 4-е изд. – Москва : Русский язык, 2001. – 720 с. – ISBN 5-200-03017- X.
9. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография : избранные труды / В. В. Виноградов. – Москва : Наука, 1977. – 312 с.
10. Виноградов В. С. Перевод : общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – Москва : КДУ, 2006. – 184 с. – ISBN 978-5-98227-594-3.
11. Винокур Г. О. Глагол или имя? / Г. О. Винокур // (Опыт стилистической интерпретации). – Русская речь, 1928. – Вып. 3.
12. Вомперский В. А. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка. Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства) / В. А. Вомперский // Тез. докл. на республикан. науч. конф.- семинаре. – Алма-Ата, 1966. – С. 82-85.
13. Жеребило Т. В. Термины и понятия лингвистики : общее языкознание / Т. В. Жеребило – Назрань : Пилигрим, 2012. – 280 с. – ISBN 975-5-98993-225-2.
14. Козырева Ю. В. Английская идиоматика на межъязыковом уровне / Ю. В. Козырева. – САХГУ, 2004. – № 5. – С. 91-104.
15. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – Москва : Московский университет, 1971. – С. 21 - 26.
16. Костомаров В. Г. Из наблюдений над языком газеты : газетные заголовки / В. Г. Костомаров // Из опыта преподавания русского языка нерусским. – Москва, 1965. – Вып. 3. – С. 162-185.
17. Кузьмина Н. А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени / Н. А. Кузьмина, Е. А. Амбросимова. – Москва : Флинта, 2015. – 256 с. – ISBN 978-5-9765-1423-2.
18. Кунин А. В. Асимметрия в сфере фразеологии / А. В. Кунин // Вопросы языкознания. – 1988. – № 3. – 68 с. ; С. 98-107.
19. Кунин А. В. Вопросы английской фразеологии / А. В. Кунин. – Москва : Высш. школа, 1987. – 148 с.

20. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – 3-е изд., перераб. – Дубна : Феникс, 2005 – 479 с. – ISBN 5-9279-0047-X.
21. Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты : каталог книг (1986 - 2010) / Э. А. Лазарева. – Екатеринбург : Урал. ун-та, 2011. – 124 с. – ISBN 978-5-7996-0618-3.
22. Маслов Ю. С. Введение в языкознание. Общее языкознание : учебник / Ю. С. Маслов. – Санкт-Петербург : Академия Переплет, 2006. – 306 с. – 5-8465-0498-1.
23. Мелерович А. М. Фразеологизмы в русской речи / А. М. Мелерович, В. М. Мокшенко. – Москва : АСТ, 2005. – 864 с. – ISBN 5-9801-0011-3.
24. Мужев В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. Вопросы романо-германской филологии. – Москва, 1970. – Вып. 55. – С. 86-94.
25. Подчасов А. С. Дезориентирующие заголовки в современных газетах / А. С. Подчасов. – Москва : Наука, 2000. – № 3. – С. 52-55.
26. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие / А. С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. – Москва, 1966. – С. 95-126.
27. Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии / Л. В. Рацибурская, Н. Е. Петрова – 4-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 160 с. – ISBN 978-5-9765-0347-2.
28. Суворов С. П. Особенности стиля английских газетных заголовков / С. П. Суворов // Язык и стиль. – Москва : Мысль. – 1965.
29. Шелевая. Н. А. Газетные заголовки как средство воздействия на массовое сознание (на материале немецкоязычной прессы) / Н. А. Шелевая. – 2016 – № 2. – С. 548-556.
30. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : учеб. пособие для вузов по спец. «Русский язык и литература» / Н. М. Шанский. –

4-е изд., испр. и доп. – Санкт-Петербург : Специальная Литература, 1996 . – С. 165-169. – ISBN 5-7571-0038-9.

31. Чепасова А. М. Семантико – грамматические классы русских фразеологизмов : учеб. пособие / А. М. Чепасова. – Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Челябинский гос. пед. ун-т». – 2-е изд., испр. и доп. – Челябинск : ЧГПУ, 2006. – 143 с. – ISBN 5-85716-608-X.

32. Чепасова А. М. Избранные труды : в двух томах / А. М. Чепасова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет». – Челябинск : Изд-во Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета – Т. 1 : Категории лексико-фразеологической грамматики русского языка. – 2016. – 283 с. – ISBN 978-5-906777-96-6.

33. Чепасова А. М., Бурмако В. М. Фразеология современного русского языка : сб. заданий для практ. и лаб. занятий : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520300 и специальности 021700 – «Филология» / А. М. Чепасова, В. М. Бурмако ; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск : [б. и.], 2003. – 71 с. – ISBN 5-7271-0651-6.

Словари

34. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Советская Энциклопедия, 1990. – 685 с. : ил. – ISBN 5-85270-031-2.

35. Фразеологический словарь : серия «Энциклопедия русского языка» / ред. Т. Н. Гурьевой. – Москва : ООО Мир книги, 2003. – 383 с. : ил. – ISBN 5-8405-0555-2.

36. Школьный фразеологический словарь русского языка : пособие для учащихся / сост. В. П. Жуков., А. В. Жуков. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Просвещение, 1989. – 384 с. : ил. – ISBN 5-09-000969-4.