



Est.1994

JCL

Journal of the College of Languages

Open Free Access, Peer Reviewed Research Journal

<http://jcolang.uobaghdad.edu.iq>

P-ISSN: 2074-9279

E-ISSN: 2520-3517

2020, No.(41)

Pg.86-100

The newspaper is a field for the use of phraseologism

Asst. Instructor Hamid Sabah

E-mail: hameds1969@yahoo.com

Ministry of Education - Third Rusafa, Baghdad, Iraq

(Received on 27/12/2018 - Accepted on 27/2/2019 – Published on 2/1/2020)

DOI: <https://doi.org/10.36586/jcl.2.2020.0.41.0082>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

Idiomatic expressions in Russian journalism make one important borrowed means for making a dialogue with the receiver's intellect in so far as it has the distinct feature of having clarity and exactness of meaning. The meaning is seen as a shortcut for covering a series of concepts and details so as to arrive at the intended meaning. This is done by stimulating the reader by the use of certain clear idioms. The use of such idioms in a journalistic text is not for a linguistic purpose only, but it is a cultural and social phenomenon reflecting the type of current changes in the society and it aims at discoursing with the reader's mind. This paper is a practical attempt to the continuous use of idiomatic expressions in the selected journalistic text samples from a number of Russian newspapers.

Keywords: idiomatic expressions, newspaper, journalistic text, borrowed expressions

Газета как сфера использования фразеологических единиц

Хамед Сабах Хлейхель Ассистент

hameds1969@yahoo.com

Министерство образования, Ресафа III

Аннотация.

Именно поэтому цель данной работы включается в том, чтобы проявить, каковы важнейшие чередования и изменения, которым подвергаются фразеологические единицы, употребляемые в языке современной Российской прессы.

В статье рассматривается важность использования Фразеологических единиц в прессе в качестве лингвистического средства, которое передает текст жизнеспособность и блеск вниманию читателя. Использование ФЕ в прессе является не только лингвистическим, но и культурным и социальным явлением, отражающим проходящие изменения в обществе. Использование фразеологизма в газете усиливает экспрессию предложения, мастерит его более, ярким по смыслу высказыванием. Авторы газетных статей могут употреблять прямое цитирование — отражение фразеологических единиц разнообразных типов и образов в той картине, в которой они имеются в газетном языке.

Ключевые слова: фразеологизм, газета, газетный текст, займствованные выражения.

Русский язык очень активно использует выразительные художественные средства в области общения и в средствах массовой информации. Фразеология занимает важное место в языковой системе газетного текста. Современная пресса является сферой социальной коммуникации и широко использует идиоматические выражения для передачи идеи автора читателю наиболее эффективным образом. Фразеология отражает свойства национального языка, народные традиции и опыт народа. Тексты средств массовой информации, особенно газетные тексты, представляют для нас увлечение с точки зрения особенностей пользования ФЕ в языке нынешних печатных СМИ. вначале словосочетания принимается служить для обозначения повторяющегося условия или ее части, после этого происходит редукция до совместного понятийного сооружения без деталей. Фразеологическая исполнение, комбинации и вариации на тему традиционных фразеологизмов разрешают мысль в краткой, ясной точной форме. В газетную фразеологию включаются также сочетания, означающие общественное явление и социальные действия. Функционирование фразеологических единиц газетно-публицистического текста характеризуется определёнными особенностями. Фразеологизм как форма, входящая в лингвистическую систему языка, по форме считается ценнейшим языковедческим наследием, в котором отражается картина мира и национальная культура

деятельности людей и социума. фразеологизм аккумулирует и носит в себе совместный мысль опыта, который изображает из поколения в поколения, позволяет изучать прошлое не только употребляемого языка, но и истории и культуры его действительного носителя, передает основания принципам определять культурно-национальные изображения субъекта. «Фразеологический состав языка - это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание»[Телия, 1996- с. 96].

Функция фразеологизмов в газетных текстах

Функционирование газетной фразеологии представляет большую значимость для лингвистов и специалистов в области русского языка..Н.М. Шанский объясняет, что«исследование фразеологических оборотов позволяет решить целый ряд очень важных и сложных вопросов, касающихся значимых единиц языка в целом, характера лексического значения слова, соотношения синтаксической сочетаемости слов и их значения, различных вопросов словообразования и этимологии, ряда проблем орфографии, стилистики, художественной речи и т.д.» [Телия, 1996- с. 96].

Газетная фразеология в широком понимании можно классифицировать и выделить, прежде всего, метафорические перифразы, фразеологические соединения, а также фразеологические обороты и фразеологические сочетания терминологического характера. «В газетную фразеологию включаются также сочетания, обозначающие политические явления, сообщения, действия, а также формулы приветствия,

названия политических партий, почетные звания и тому подобное» [6].

Сложным лингвистическим приемом переосмысления и многозначности фразеологизмов является употребление их одновременно в двух смыслах – прямом и переносном с новым пониманием. Нередко автор помогает читателю осознать фразеологический каламбур, подчеркивая, что словосочетание употреблено как в буквальном, так и в переносном, фигуральном смысле, komponуя соответствующий контекст. [7].

Использование журналистами идиоматических выражений на страницах газет стало общим художественным явлением очевидно, особенно жизнью живут и существуют фразеологизмы в печатных текстах средств массовой информации, именно в статьях газет. Не случайно профессор Г.О. Винокур предполагал, что газетный язык по сути дела насквозь «фразеологизирован», поскольку стандартность, «клишированность» многих типично газетных выражений является неотъемлемым свойством этого языка» (8)

Активная эмоциональность газетной фразеологии играет значительную роль для журналиста, и соответствует его целям, потому что он, формируя публицистический текст, обращает свое слово не только к разуму, совести, сознанию, но и к чувствам читателя. «Благодаря своей эмотивности, фразеологизмы используются в статьях англоязычной прессы самых различных тематик. «Жанровые характеристики этих текстов обуславливаются коммуникативными намерениями

говорящего или пишущего и условиями осуществления определенной ситуации профессионального общения». [3].

Употребление фразеологизмов в статье газет формирует у читателя особое внимание к факту, придаёт экспрессивность тексту и образность и выразительность газетной речи. «ФЕ используются для придания эмоциональности, выражения иронии, что делает тексты более интересными и привлекательными для читателя» [9].

В художественном тексте существуют особые законы относительно к газетной фразеологии.

Особенности газетных ФЕ.

Авторы газетных текстов и журналисты постоянно находятся в поиске новых экспрессивных выражений для достижения эмоционального воздействия на читателя, поэтому такие тексты служат источником появления новых фразеологических единиц и выражают средствами закрепления новых лингвистических фразеологических единиц в речи и понимании носителей языка. «Фразеологические единицы и газетный стиль являются функциональным отражением друг друга: Для них характерно наличие и требование как экспрессии, так и стандарта. В следующих примерах мы рассматриваем существенную важность использования идиом в прессе как эффективного инструмента в точности смысла В следующих газетных заголовках: «Гонки на выжимание» («Власть №44, 10-16 ноября, 2003)- «Свобода слева» («МК» 10 ноября 2003 года)- «На злобу дня» --- («АиФ» №

36 , 03/09/2014 »Говорит и доказывает Матросская Тишина» («Коммерсант» №206, 12 ноября 2003 года,) «Грыбы отсюда» («МК» №185 2000 г.) - «Очертя голову» («АиФ» № 19, 03/03/2010)- «Волков бояться – в лес не ходить»- «Хлеб-соль»». («АиФ» № 32, 10/08/2014)«фразеологическое творчество писателей выражается, прежде всего, в обновлении привычных для слов контекстов, в которых эти слова обычно выступают» [Яранцев, 1997, с. 57].

Мы видим что, фразеологизмы участвуют и используются не только в разговорной речи общества , но и в разных стилях литературного газетного языка во всём их жанровом и художественном многообразии. В качестве лингвистических средств эти фразеологизмы прилагают в формировании публицистических литературных образов-типов. «большинство фразеологизмов содержат в своем составе слова , понятные всем» [12].

Разумеется, задача автора и журналиста- использовать истинное точное, красочное слово, в первую очередь обращает интерес читателя.

Таким образом, фразеологические единицы являются универсальным стандартным средством для актуализации и жизненности газетных текстов, а газеты, в свою очередь – идеальной и активной сферой использования фразеологических выражений самой многообразной направленности. «Измененная фразеология на страницах газет имеет тенденцию переходить в

разряд регулярных фразеологических единиц» [Шанский, 1985 с. 4].

Несмотря на значительный прогресс в средствах массовой информации, особенности структуры фразеологизмов в газетных текстах отражаются положительно на состоянии всего общества. семантика процессуальных фразеологизмов нередко «психо-физическое состояние и мыслительная деятельность лица» по-разному ведут себя в языке и речи, обнаруживая большое количество значений и оттенков в речи» [Котеловой, 1995. - с. 8].

фразеологические обороты наблюдаются нередко в газетных текстах Журналист, являясь представителем социального сознания, имеет чёткую ориентацию - нести это сознание в массы. Журналист в СМИ должен быть ориентирован на различные общественные группы.

«Тексты публицистического стиля, - пишет О. Б. Сиротина, - всегда адресованы массам и всегда имеют чётко выраженный воздействующий характер. Используемые в этом стиле слова имеют оценочный характер, причём не лично авторский, а социально обусловленный» [Сиротина, 1983, С. 8].

Таким образом, мы видим, что в художественном тексте существуют особые законы относительно к газетной фразеологии. Можно сделать вывод, что цель использования идиоматических терминов разрешает что

причиной использования фразеологии является подсознательное мышления и сознание сообщающего (пишущего) обеспечивать однозначность формирования написанного им текста.

В нашей мы пришли к следующим выводам:

1. Особенности употребления фразеологизмов в языке СМИ обусловлены структурно-семантическими свойствами фразеологизмов в художественном тексте.

2. В средствах массовой информации фразеологические единицы в языковой системе газетного текста являются основным материалом для создания общенародного языка и апеллируют к знаниям читателя.

3. Газетная фразеология используется с целью создания новых экспрессивных образов и эмоционального воздействия на читателя.

4. Активная эмоциональность газетной фразеологии играет значительную роль для журналиста и часто употребляемая фразеология в статье газет формирует у читателя особое внимание к фактам.

5. Газетный стиль и фразеологические единицы являются функциональным эффективным отражением друг друга.

6. Эмоциональность, ирония ФЕ, делают тексты более интересными и привлекательными для читателя и способствуют лучшему осмыслению воспринятого читателем.

Заключение

Фразеология как область лингвистики является до сих пор не до конца изученной и открытой для ученых. Лингвистический анализ фразеологических единиц на материалах средств массовой информации является продуктивным исследовательским полем, поскольку позволяет говорить об особенностях употребления фразеологической единицы в практически направленной речи, о специфике воздействия фразеологизма на психику читателя или слушателя, о варьировании значений фразеологизмов в зависимости от интенции говорящего или пишущего. Именно в газетном языке исследование устойчивых словосочетаний наиболее актуально, поскольку неотъемлемым свойством этого языка является его стандартность, использование клише и штампов речи.

В условиях жесткой конкуренции на информационном рынке средства массовой информации и в особенности газеты стремятся всеми средствами бороться за читателя, и потому стараются преподнести информацию в наиболее яркой, запоминающейся форме, выбирают для заголовков и рубрик самые броские и остроумные выражения, что формирует за собой обширное употребление фразеологического материала . Целью статьи была изучение выразительной и стилистической фразеологии в современных печатных СМИ. Для этого нам нужно было рассмотреть концепцию «идиомы», и основную функцию в газетном стиле .

Газетная фразеология, имеющая утилитарную направленность, но в то же время представляющая собой наиболее яркие образцы образных языковых средств, является благодатной почвой для лингвистических исследований. Прежде всего, это связано с тем фактом, что газетные жанры крайне разнообразны, в газетах присутствуют практически все известные функциональные стили, следовательно, богатство фразеологического (как и любого другого художественно-образного) материала в них очевидно. Кроме того, поскольку публицистические материалы являются прямым, непосредственным и самым быстрым отражением социальных изменений, происходящих в обществе, анализ фразеологии, употребляемой в газетах и других СМИ, позволяет говорить о том, как отражаются и фиксируются эти перемены в языке и общественном сознании. Все эти перспективы дальнейшего изучения проблемы существования фразеологических единиц в средствах массовой информации подготовлены теми результатами, которые дало наше исследование.

Список использованной литературы

1. Сиротинина О.Б. Русская разговорная речь. (Москва: Просвещение, 1983- С. 8).
2. Котеловой Н.З. -(СПб, 1995. - С. 8) Устинина Г.Ф. Обучение письменным формам делового общения. Вестник Казанского Государственного университета культуры и искусств №3, 2010г
3. [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/03/2521>
4. Телия В.Н. Что такое фразеология. М.: Издательство Наука, (1996- с. 96).
5. [Шанский Н.М., 1996,]. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка (с. 4. 1985 г)
6. [Трансформированные фразеологические единицы и их функционирование в публицистическом тексте]. [Электронный ресурс]. URL: [URL: https://studbooks.net/2150664/literatura/vvedenie](https://studbooks.net/2150664/literatura/vvedenie)
7. [Фразеологизмы в языке современных СМИ, 2003]. [Электронный ресурс]. URL: <http://mirznanii.com/a/47103/frazeologizmy-v-yazyke-sovremennykh-smi>.
8. [Электронный ресурс]. URL: [\[http://www.helpstu.ru/node/920\]](http://www.helpstu.ru/node/920).
9. [Электронный ресурс]. URL: [\[http://human.snauka.ru/2013/03/2521\]](http://human.snauka.ru/2013/03/2521).

10. Яранцев Р.И. Русская фразеология: словарь-справочник / М. Рус. яз. с.57 (1997). Газеты-А И Ф _ ВЛАСТЬ_ МК_ КОММЕРСАНТ.
11. Отражение женского пола в качестве женщин !! в русских фразеологических единицах на фоне арабского языка К.ф.н.доцент . Саад Джихад Амкаж. Журнал факультета языков.

References

1. Sirotinina O.B. Russian colloquial speech (Moscow: Education, 1983 - p. 8).
2. Kotlovoy N.Z. - (St. Petersburg, 1995. - P. 8) Ustinina G.F. Training in written forms of business communication. Bulletin of Kazan State University of Culture and Arts No. 3, 2010
3. [Electronic resource]. URL :. <http://human.snauka.ru/2013/03/2521>
4. Teliya V.N. What is phraseology. M. : Publishing house Nauka, (1996- p. 96).
5. [Shansky N.M., 1996,]. Shansky N.M. Phraseology of the modern Russian language (p. 4.185 g)
6. [Transformed phraseological units and their functioning in the publicistic text]. [Electronic resource]. Url: .<https://studbooks.net/2150664/literatura/vvedenie>
7. [Phraseologisms in the language of modern media, 2003]. [Electronic resource]. URL :. <http://mirznanii.com/a/47103/frazeologizmy-v-yazyke-sovremennykh-smi>.
8. [Electronic resource]. URL :.

[<http://www.helpstu.su/node/920>].

9. [Electronic resource]. URL :.

[<http://human.snauka.ru/2013/03/2521>].

10. Yarantsev R.I. Russian phraseology: reference dictionary / M. Rus. p.57 (1997) Newspapers-A and F _ Vlast_ MK_ KOMMERSANT.

11. Reflection of the female sex as women !! in Russian phraseological units against the background of the Arabic language K. ph.n. to cent. Saad Jihad Amkazh. Journal of the Faculty of Languages.

About the Author

Asst. Inst. Hamid Sabah Working in the Ministry of Education - Rusafa III. Holds a master's degree in Russian Language and Literature. College of languages. Department of Russian Language. Member of the Iraqi Journalists Syndicate. Interested in translation, journalism and education curriculum.

Email:hameds1969@yahoo.com

الصحيفة بوصفها ميدانا لاستعمال العبارات الاصطلاحية

م.م. حامد صباح حليجل

وزارة التربية / تربية الرصافة الثالثة

خلاصة البحث:

إنّ العبارات الاصطلاحية في الصحافة الروسية المعاصرة هي إحدى الوسائل المقتبسة المهمة في مخاطبة وعي المتلقي من خلال تميزها بدقة المعنى و وضوحه و

اختصاره سلسلةً طويلةً من المفاهيم و التفاصيل للوصول الى الهدف المتوخى، و هو تحفيز القارئ بمصطلحات محددة و واضحة المعاني. إنَّ استعمال العبارات الاصطلاحية في النص الصحافي ليس لغوياً فقط انا هو ظاهرة ثقافية و اجتماعية تعكس المتغيرات الجارية في المجتمع و يهدف في الوقت نفسه الى محاكاة و عي القارئ أيضاً. و بحثي (الصحيفة بوصفها ميداناً لاستعمال العبارات الاصطلاحية) هو نافذة عملية لإبراز الاستعمال الدائم للعبارات الاصطلاحية في سطور النص الصحافي من خلال النماذج المستخدمة في عدد من الصحف الروسية.

الكلمات المفتاحية: العبارات الاصطلاحية، الصحيفة، الصحافي، العبارات المستعارة.

نبذة عن الناشر

يعمل في وزارة التربية - الرصافة الثالثة. حاصل على درجة الماجستير في اللغة الروسية وادابها. كلية اللغات. قسم اللغة الروسية. عضو نقابة الصحفيين العراقيين. مهتم بالترجمة والعمل الصحافي و المناهج الدراسية.