

Секция «Журналистика»

Функции и дисфункции фразеологизмов (на материале журнала "Огонёк")

*Полоскова Галина Ивановна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: gal.poloskova1992@yandex.ru*

ФУНКЦИИ И ДИСФУНКЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

(НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА «ОГОНЕК»)

Тяготение и к экспрессии, и к стандартизации речи, свойственное публицистическому стилю, заставляет журналистов искать языковые средства, которые будут удовлетворять этому требованию. Одним из таких многофункциональных языковых средств являются фразеологизмы<sup>1</sup>.

Выбор фразеологизма и его включение в текст обусловлено личностью автора, представлением автора о читательской аудитории, выбранной темой текста и жанром публикации.

Функции, которые выполняет фразеологическая единица в тексте, зависят от многих лингвистических факторов:

- от позиции фразеологизма в журналистском тексте,
- от стилистической закреплённости фразеологизма,
- от степени семантической спаянности фразеологизма,
- от грамматической структуры фразеологизма,
- от синтаксической роли фразеологизма,
- от формы фразеологизма (нетрансформированный или трансформированный фразеологизм).

Тема работы актуальна, так как в газетах и журналах видно стремление к языковой игре, частью которой является трансформация фразеологизмов. Кроме того, одни фразеологизмы переосмысляются, приобретают новые значения, другие забываются и уходят из активного употребления.

В журнале «Огонек» фразеологизмы используются очень широко как в заголовочном комплексе (в заголовках материалов и в других элементах заголовочного комплекса), так и в самом тексте публикации.

Фразеологизм, употребленный в заголовке, выполняет функции, характерные для заголовка: привлекает внимание читателя к публикации, раскрывает тему материала, направляет восприятие текста читателем (проспективная функция), передает отношение автора к сообщаемому. В заголовках публикаций встречаются, как правило, фразеологизмы, имеющие разговорную окраску (и нетрансформированные, и трансформированные).

Фразеологизмы, употребленные в лиде и в начале самого текста, как правило, экспрессивны, они прежде всего выполняют проспективную функцию. Основная функция фразеологизмов, употребленных в конце материала – подведение итога (функция резюмирования). Функции фразеологизмов, употребленных в других позициях текста, зависят от стилистической закреплённости фразеологизма, от степени его фразеологической связанности, от грамматической структуры и синтаксической функции фразеологизма.

В журнале «Огонек» встречаются и нейтральные, и разговорные, и книжные фразеологизмы. Нейтральные фразеологизмы в большинстве случаев выполняют номинативную функцию, но могут выступать и в роли эвфемизмов. Фразеологические единицы, относящиеся к разговорному стилю речи, кроме традиционных для них функций эмоциональной оценки и лаконизации, выполняют контактоустанавливающую функцию. Книжные фразеологизмы могут быть средством создания образности и выражения авторской оценки. Книжные фразеологизмы, используемые в газетно-публицистическом тексте, служат типизации речи (описанию сходных фактов внеязыковой одними и теми же языковыми средствами, что облегчает для читателя восприятие сообщаемого). Книжные фразеологизмы, имеющие официальную окраску, выполняют номинативную функцию и функцию лаконизации.

Степень семантической спаянности фразеологизма связана с мерой его участия в создании оценочной и образной структуры текста.

Грамматическая структура фразеологизма на функции, выполняемые фразеологизмом, влияет меньше, чем стилистическая закреплённость и позиция фразеологизма в тексте. Но и здесь прослеживаются определенные закономерности. Нейтральные именные фразеологизмы выполняют номинативную функцию и функцию лаконизации, разговорные и книжные именные фразеологизмы часто вводятся в текст для выражения авторской оценки и создания образности. Для адъективных и адвербиальных фразеологизмов функции номинации и лаконизации не являются характерными, эти виды фразеологизмов служат выражению авторской оценки и устанавливают контакт автора с читателем. Глагольные фразеологизмы преобладают над именными, адъективными и адвербиальными, что связано с одной из их функций – созданием динамики текста. Предположительно, грамматическая структура фразеологизма влияет на функцию, которую несет фразеологизм в информационном наполнении текста. Ключевую информацию передают глагольные и именные фразеологизмы, уточняющую информацию передают преимущественно адъективные и адвербиальные фразеологизмы.

Синтаксическая роль фразеологизма обусловлена его грамматической структурой, она «накладывает» на основные функции фразеологизма функции, характерные для данной синтаксической позиции.

Даже в таких изданиях, как «Огонек», употребление фразеологизмов не всегда оправдано. В подобных случаях имеет смысл говорить не о функциях фразеологизмов, а о дисфункциях. Так, неудачно употребленный в заголовке материала фразеологизм (в зависимости от причины неудачности его употребления) может затуманивать смысл сообщения, подменять позитивную оценку негативной и наоборот (такое случается, если при трансформации фразеологизмов не учитывается оценочный компонент исходного фразеологизма), разрушать ценностную систему текста (например, если фразеологизм становится элементом языковой игры в заголовке материала, связанного с трагическими фактами действительности); в подобных случаях фразеологизмы препятствуют установлению контакта между автором и читателем. Неоправданное повторение моделей трансформации фразеологизмов превращает образ в штамп и т.д. Кроме того, возникает вопрос: насколько оправдано использование фразеологических единиц, которые по определению являются приметой разговорного стиля, на страницах журнала. Использование фразеологизмов может не только способствовать установлению контакта между автором и читателем, делать текст более образным и лаконичным, но и в

некоторой степени способствовать упрощению, снижению уровня языка.

В процессе работы над выбранной темой было замечено, что в современных средствах массовой информации происходит процесс «фразеологизации» лексики: словосочетание, не являвшееся изначально фразеологизмом, при частом повторении в СМИ перестает создаваться в ходе выражения мысли, а воспроизводится в речи целиком, подобно фразеологизму.

<sup>1</sup>Фразеология в данной работе понимается широко (к фразеологизмам относим не только идиомы (фразеологические сращения и фразеологические единства), но и фразеологические сочетания, фразеологические выражения)

### Литература

1. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык / Под ред. Н. С. Валгиной: Учебник для вузов. – Изд. 6-е, перераб. и доп. – М.: Логос. 528 с.
2. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. – М.: Высш. Школа, 1981. – 320 с.
3. Жуков А.В. Современный фразеологический словарь русского языка: ок. 1600 фразеологических единиц / А.В. Жуков, М.Е. Жукова. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 443 с. (Современный словарь).
4. Кайда Л.Г. Эффективность публицистического текста. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 183 с.
5. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М. ООО «ИНФОРТЕХ», 2009. – 944 с.
6. Рахманова Л. И., Суздальцева В. Н. Современный русский язык: Лексика. Фразеология. Морфология: Учебник для студентов вузов/Л. И. Рахманова, В. Н. Суздальцева. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 464 с.
7. Розенталь, Д. Э. Современный русский язык/ Д. Э. Розенталь, И. Б. Голуб, М. А. Теленкова. – 11-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2009. – 448 с. – (От А до Я).
8. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
9. Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей/ Л.А. Войнова, В.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Фёдоров; Под ред. А.И. Молоткова. – 4-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1987. – 534 с.