



ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
УПОТРЕБЛЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННЫХ МАСС
МЕДИА

Зарина Асалбаевна Джурсаева

Преподаватель кафедры русского языка

и методики преподавания УзГУМЯ

Ташкент, Узбекистан

zarina.saidova2000@mail.ru

Аннотация: *Даная статья раскрывает тему особенностей создания и функционирования фразеологических неологизмов, которые активно проявляются в масс-медийном дискурсе - сфере, которая наиболее оперативно реагирует на новые явления и тенденции творческого использования языковых единиц.*

Ключевые слова: *фразеологизм, неологизм, масс-медиа, модификация, окказионализм.*

Annotation: *This current article discusses the peculiarities of the creation and functioning of phraseological neologisms, which are actively manifested in mass media discourse, a sphere that most quickly responds to new phenomena and trends in the creative use of language units.*

Keywords: *phraseology, neologism, mass media, modification, occasionalism.*

Средства массовой информации обладают способностью быстро охватывать широкие аудитории, что дает им возможность влиять на общественное сознание, формировать общественное мнение, определять духовные ценности. Язык СМИ представляет образец гармоничного взаимодействия всех стилей речи. Это обусловлено тем, что масс-медийный дискурс неоднороден. Он реализуется в таких разновидностях:



1) теле- и радио дискурс, которым свойственны непринужденность, спонтанность. Язык устного общения выполняет через радио и телеэфир не только информативную, познавательную, воспитательную, но и эстетическую функцию,

2) газетно-журнальный дискурс, который характеризуется экспрессивностью выражения как средством достижения максимального воздействия на читателя.

Журналисты часто прибегают к удачно обыгранным фразеологизмам, реминисценции из известных произведений, произведений устного народного творчества. Газеты и журналы способствуют популяризации и распространению в общеязыковой практике научных терминов, внешних заимствований и др.

Газетно-журнальный дискурс основывается на двух моделях реализации содержания: фактическая модель, где главным является изложение факта и лишь факта, и модель авторская, где факт служит лишь поводом для отражения авторского взгляда на событие.

Язык СМИ от других функциональных стилей современного русского литературного языка отличают отображения языкового и культурного состояния общества, его разносторонних ценностей, коммуникативная значимость, общедоступность, сочетание вербальной и визуальной информации. Языковые средства в масс-медийном пространстве выбирают прежде всего с точки зрения их оценочных качеств и возможностей, способности эффективно влиять на получателя информации, до манипулирования сознанием, поскольку основная функция заключается в убеждении.

Одна из основных задач СМИ - формирование общественного мнения - невозможна без эффективного, эмоционально-выразительного, экспрессивного языкового средства, способного реально и точно передать события, повлиять на эмоции потребителя, заинтересовать его, убедить в правильности той или иной точки зрения или позиции.



Эффективными экспрессивными средствами в языке российских СМИ XXI века являются лексические и фразеологические неологизмы. Специфику этих единиц представлено в трудах отечественных и зарубежных лингвистов, в частности трудах Е.В.Сенько, А.Н.Баранова, В.М. Мокиенко, С.И. Алаторцева, Г.Я.Солганика и др. По мнению исследователей, именно инновации дают основания утверждать, что язык является чувствительным инструментом, который регистрирует социальные процессы, поскольку язык живет и меняется вместе с обществом, которому служит и, параллельно, влияет на него.

Неофраземы плодотворно продуцируются, усваиваются и активно функционируют в стиле СМИ, объединяющем в себе жанровые и стилевые разновидности, элементы всех других стилей. Основными факторами, способствующими образованию новых наименований, выступают внешнеязыковые влияния:

- 1) существенное ослабление цензуры, что позволило свободно выражать свои взгляды и мысли через радио, телевидение, газеты, журналы, Интернет;
- 2) поиски журналистами новых эмоционально-экспрессивных, образных, остроумных и точных средств выражения на фоне стандартного клише;
- 3) изменения в социальной структуре российского общества и др.

Ученые выделяют следующие основные признаки разговорной речи:

- 1) экстралингвистические - спонтанность, ситуативность, непринужденность общения;
- 2) общелингвистические - устная форма, способ диалога, экспрессивность
- 3) приватно лингвистические - использование не только нейтральных, но и пониженных средств языка, широкая слово- и фразообразующая вариантность, численность и разнообразие средств [2, С-22].



Функционирование в масс-медийном дискурсе разговорных и жаргонных неологизмов ориентировано на оценочную и эмоционально-экспрессивную контекстную нагрузки, потому что публицистика всегда подразумевает сознательное использование языковых средств ради экспрессии. Среди предпосылок и причин активизации жаргонизмов исследователи называют социальную раскованность носителей языка, снижение уровня культуры общества в целом. В.Г.Костомаров номинировал такое явление "языковым раскрепощением" [3, С. 10].

Употребление молодежных сленговых фразем обусловлено также ростом роли молодежи в обществе, молодежным авторством многих публицистических текстов, что имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Среди отрицательных - безграничная вольность в языке, нарушение норм, безграмотность, собственно бранная, фамильярная, с грубоватым оттенком, лексика и фразеология, что приводит не к взаимодействию, а к размыванию границ между стилями, псевдодемократизации текста; сосуществование книжной, общественно политической фразеологии и собственно бранной, сокращение дистанции между ними - к фамильярности и вульгаризации как признаки публицистического стиля.

Нельзя не заметить в фразеологическом составе современных СМИ постоянного роста и веса просторечных суржиковых элементов, которые придают текстам фамильярности, брутальности. Это своеобразная стилизация под язык среды, которая не владеет литературной нормой, или "языковая игра" адресанта и адресата языковой коммуникации [4, С. 155-156].

Близкими к просторечно-разговорным неофразеологизмам выступают субстандартные языковые образования, характеризующиеся отклонениями от нормы литературного языка и обусловлены ситуацией. Разновидностями названных единиц является индивидуально-авторские образования, или окказионализмы, обладающие мощным экспрессивным зарядом в масс-медийном пространстве. Подчиняясь в публицистическом тексте авторским



модификациям, фразеологические неологизмы приобретают комбинированную, дополнительную экспрессию. В современной языковедческой науке трансформации рассматриваются фундаментальное свойство языка, яркое проявление его эволюции. К процессам окказиональных преобразований фразеологизмов привлечены как языковые факторы, так и внешнеязыковые. Усиливается роль автора, создателя текста, следовательно, индивидуализация текста.

Активные преобразования формы и взаимозаменяемость компонентов - один из основных источников восстановления эмоциональности и экспрессивности фраземы, основная причина актуализации стойких сочетаний в речи [5, С. 26]. Такие структурные и семантические модификации составляют специфику масс-медийного текста, стремятся к обновлению готовых схем, их трансформации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джаграева М.Л. Коммуникативно-прагматические особенности фразеологической деривации: Автореф. дис. на Соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 "Теория языка" / Милена Леоновна Джаграева. - Ставрополь: СГУ, 2005. - 18 с.
2. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства / Е.А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). - М.: Языки русской культуры, 2000. - С. 90-141.
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи / Виталий Григорьевич Костомаров. - СПб: Златоуст, 1999. - 320 с.
4. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Юрий Михайлович Лотман - М.: Искусство, 1970. - 384 стр.
5. Мокиенко В.М. Славянская фразеология / Валерий Михайлович Мокиенко. - М.: Высшая школа, 1989. - 207 с.7.