

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТАШКЕНТСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ)

Магистрантка факультета филологии

негосударственного высшего образовательного учреждения Р

еспублики Узбекистан «ALFRAGANUS UNIVERSITY»

Хайдарова Зумрад Эргаш кизи

Аннотация. В статье исследуются особенности функционирования фразеологических единиц в современном медиадискурсе с акцентом на их структурно-семантические и прагматические трансформации. Материалом исследования послужили заголовки ташкентских печатных СМИ за 2020–2025 гг. Выявлены основные типы трансформации фразеологических единиц, определены механизмы их образования и функциональная роль в медиатексте. Установлено, что трансформированные фразеологизмы выполняют не только номинативную, но также экспрессивную, оценочную и прагматическую функции.

Ключевые слова: фразеология, медиадискурс, трансформация, устойчивые выражения, СМИ, прагматика, экспрессия.

TRANSFORMATION OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF TASHKENT PRINT MEDIA)

Zumrad Ergash qizi Haydarova

Master's Student, Faculty of Philology,

ALFRAGANUS UNIVERSITY,

Non-State Higher Educational Institution

of the Republic of Uzbekistan

Abstract. The article examines the peculiarities of the functioning of phraseological units in contemporary media discourse, with particular emphasis on their structural-semantic and pragmatic transformations. The research material consists of headlines from Tashkent print media published between 2020 and 2025. The study identifies the main types of phraseological transformations, determines the mechanisms underlying their formation, and analyzes their functional role in media texts. The findings demonstrate that transformed phraseological units perform not only a nominative function but also expressive, evaluative, and pragmatic functions, thereby enhancing the communicative impact of media discourse.

Keywords: phraseology, media discourse, transformation, phraseological units, mass media, pragmatics, expressiveness.

Современное медиапространство характеризуется высокой степенью динамичности, креативности и экспрессивности языковых средств. В условиях информационного общества язык средств массовой информации выполняет не только информативную, но и воздействующую функцию, участвуя в формировании общественного мнения, оценок и интерпретации событий. Одним из наиболее эффективных средств языкового воздействия выступают фразеологические единицы, обладающие высокой степенью образности, экспрессивности и культурной маркированности.

Фразеологизмы отражают особенности национального языкового сознания и культурно-исторического опыта народа, поскольку в их семантике закрепляются устойчивые представления о мире, ценностные установки и элементы коллективной памяти. Благодаря воспроизводимости и семантической целостности они активно используются в медиатекстах как средство создания выразительности и воздействия на адресата.

Исследование фразеологии представлено в трудах В. В. Виноградова, Н. М. Шанского, А. В. Кунина, В. Н. Телии, А. И. Молоткова и других исследователей. Проблемы медиадискурса и языкового воздействия рассматривались в работах Г. Я. Солганика, Т. ван Дейка, Н. Фейерклафа, А. Белла и др. Однако, несмотря на значительный объём исследований, посвящённых фразеологии и медиалингвистике, вопросы функционирования трансформированных фразеологических единиц в региональной печати Узбекистана остаются недостаточно изученными. До настоящего времени данная проблема применительно к материалу ташкентских печатных СМИ изучена недостаточно.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью медиадискурса в формировании общественного сознания, а также необходимостью изучения языковых механизмов воздействия на адресата в условиях современной информационной среды.

По мнению В. В. Виноградова, фразеологические единицы характеризуются устойчивостью, воспроизводимостью и целостностью значения, благодаря чему функционируют в языке как готовые образования [¹ с. 45].

В медиадискурсе данные единицы подвергаются различным видам трансформации, что усиливает их выразительный потенциал и способствует реализации прагматических задач автора.

Фразеологизмами принято называть устойчивые сочетания слов, обладающие целостным значением и воспроизводимые в готовом виде. В «Фразеологическом словаре русского языка» А. И. Молоткова фразеологизм определяется как «устойчивое сочетание слов, воспроизводимое в готовом виде и обладающее целостным значением» [² с. 505].

¹ Виноградов В. В. *Лексикология и лексикография*. — М., 1972. — С. 45.

² Молотков А. И. *Фразеологический словарь русского языка*. — М., 1986. — С. 505.

Н. М. Шанский рассматривает фразеологизмы как воспроизводимые языковые единицы, характеризующиеся устойчивостью структуры и семантической целостностью. Они функционируют в речи как готовые языковые блоки, обладающие единым значением, не выводимым напрямую из значений компонентов [³ с. 559].

Таким образом, в современной лингвистике выделяются следующие ключевые признаки фразеологической единицы:

- устойчивость структуры;
- воспроизводимость;
- семантическая целостность;
- идиоматичность.

В. Н. Телия подчёркивает, что фразеологические единицы обладают сложной семантической структурой, включающей не только предметно-логическое содержание, но и оценочный, эмотивный и культурный компоненты. Благодаря этому они играют важную роль в формировании прагматического и культурно-языкового содержания высказывания [⁴ с. 112].

В условиях медиадискурса фразеологические единицы приобретают дополнительные функции: воздействующую, оценочную, аттрактивную и экспрессивную. Их использование в заголовках СМИ позволяет привлечь внимание читателя, создать эмоциональный эффект и задать интерпретационную установку.

³ *Лингвистический энциклопедический словарь* / под ред. В. Н. Ярцева. — М., 1990. — С. 559.

⁴ Телия В. Н. *Русская фразеология*. — М., 1996. — С. 112.

Фразеологизмы активно используются в трансформированном виде, что связано с необходимостью адаптации языка к динамике медиасреды. Подобные изменения не нарушают языковую норму, а представляют собой осознанный стилистический приём.

Общий объём исследованного материала составил 70 трансформированных фразеологических единиц, выявленных в газетных заголовках:

- «Учитель Узбекистана» (35 выпусков, 2020–2023 гг.),
- «Нуроний» (10 выпусков, 2023–2025 гг.),
- «Ёшлар овози» (2023–2024 гг.).

Общий объём материала — 70 фразеологических единиц.

Методы исследования:

- метод сплошной выборки;
- описательный метод;
- структурно-семантический анализ;
- контекстуальный анализ;
- сопоставительный метод.

Таблица 1. Распределение типов трансформации фразеологических единиц в заголовках ташкентских печатных СМИ

Тип трансформации	Количество примеров	Доля (%)
Лексическая замена компонентов	27	38

Эллипсис (сокращение структуры)	17	24
Контекстуальная актуализация	13	18
Метафоризация и образное расширение	8	12
Синтаксическая инверсия	5	8
Всего	70	100

Как показывают данные таблицы 1, наиболее продуктивным способом трансформации фразеологических единиц в исследуемом материале является лексическая замена компонентов (38 %). Данный тип преобразования позволяет сохранять узнаваемость исходного фразеологизма при одновременной актуализации его содержания в соответствии с коммуникативными задачами медиатекста. Второе место по частотности занимает эллипсис (24 %), обусловленный стремлением газетных заголовков к лаконичности и языковой экономии. Менее распространёнными являются контекстуальная актуализация (18 %), метафоризация и образное расширение (12 %), а также синтаксическая инверсия (8 %). Полученные результаты свидетельствуют о преобладании структурно-семантических трансформаций, направленных на усиление экспрессивности и прагматического воздействия медиатекста.

Анализ материала позволил выделить несколько основных типов трансформаций.

Первую группу составляют случаи лексической замены компонентов фразеологизма:

— «Знание — сила» → «Сила в знании и мышлении»

— «Язык — душа народа» → «Язык — богатство народа»

Данный тип трансформации позволяет перераспределять смысловые акценты при сохранении узнаваемости выражения.

Характерен для заголовков СМИ, где важна краткость:

— «идти в ногу со временем» → «В ногу со временем»

Эллипсис усиливает лозунговый характер высказывания и способствует языковой экономии.

Образные номинации, создаваемые по модели фразеологического переосмысления:

— «Гимнастика ума»

— «Книжный марафон»

— «Вакцина честности»

Фразеологическая основа переосмысливается через новые концептуальные сферы.

Связана с адаптацией устойчивых выражений к социальным событиям:

— «Карантин учёбе не помеха»

— «Откройтесь миру — и мир откроется для вас»

Подобные трансформации актуализируют значение фразеологической единицы применительно к конкретной социальной ситуации, усиливая прагматический эффект медиатекста.

Изменение порядка компонентов при сохранении лексического состава:

— «В споре рождается истина» → «Истина рождается в споре»

Инверсия способствует логическому выделению наиболее значимого компонента высказывания и усиливает его экспрессивность.

Фразеологические единицы в медиадискурсе выполняют не только номинативную, но и воздействующую функцию. Их трансформация позволяет:

- усиливать экспрессивность текста;
- формировать оценочность;
- создавать эффект языковой игры;
- привлекать внимание адресата.

Как отмечает Н. М. Шанский, фразеологизмы могут изменяться в речи, не теряя узнаваемости [⁵ с. 149].

Проведённый анализ показал, что трансформация фразеологических единиц представляет собой закономерное явление современного медиадискурса. Наиболее продуктивным способом преобразования является лексическая замена компонентов, позволяющая сохранить узнаваемость исходного выражения при его смысловой актуализации. Эллипсис обеспечивает лаконичность газетных заголовков, а контекстуальная актуализация и метафорическое переосмысление способствуют усилению их экспрессивности и прагматического воздействия. Следовательно, трансформированные фразеологические единицы являются важным инструментом организации медиатекста, обеспечивающим его выразительность, оценочность и коммуникативную эффективность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

⁵ Шанский Н. М. *Фразеология современного русского языка*. — М., 1985. — С. 149.

1. Виноградов В. В. **Лексикология и лексикография: избранные труды.** — М. : Наука, 1977.
2. Молотков А. И. **Фразеологический словарь русского языка.** — 4-е изд. — М. : Русский язык, 1986.
3. **Лингвистический энциклопедический словарь** / гл. ред. В. Н. Ярцева. — М. : Советская энциклопедия, 1990.
4. Телия В. Н. **Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты.** — М. : Школа «Языки русской культуры», 1996.
5. Шанский Н. М. **Фразеология современного русского языка.** — 5-е изд. — М. : Высшая школа, 1985.