

Полякова Е.В.

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТЕКСТЕ
(на примере региональной прессы Республики Башкортостан)**

Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа

Фразеологизмы придают речи яркость и выразительность, что и объясняет их широкое использование в современном медиатексте. В данной статье исследуются фразеологизмы в контексте регионального медиадискурса.

Ключевые слова: медиатекст, региональная пресса, фразеологизмы

Polyakova E.V.

**PHRASEOLOGICAL UNITS IN MODERN MEDIA TEXT
(using the example of the regional press of the Republic of Bashkortostan)**

Ufa University of Science and Technology, Ufa

Phraseologisms add brightness and expressiveness to speech, which explains their widespread use in modern media texts. This article examines phraseologisms in the context of regional media discourse.

Keywords: media text, regional press, phraseologisms

Одной из основных функций любого текста средств массовой информации, а особенно современного медиатекста, является аттрактивная функция, поскольку главная цель любого издания – привлечь внимание читателя. Для реализации данной функции авторы текстов используют различные средства, вплетая в тексты статей изображения (а современная медиасреда позволяет сделать частью текста и аудио-, и видеозаписи), а также прибегая к помощи эмоционально окрашенной лексики.

К одному из наиболее экспрессивных пластов лексики следует отнести фразеологизмы, использование которых «окрашивает» текст, придавая ему различные оттенки значений, а иногда и новые смыслы. Фразеологические обороты, как изобразительно-выразительные компоненты текста средств массовой информации, реализуют также и конструктивный принцип языка СМИ – благодаря им в текстовом массиве сочетаются стандарт и экспрессия.

Следует также отметить, что устойчивость фразеологических выражений говорит об их культурной значимости в глазах читателя: они являются образцом, концентрацией народной мудрости, передают мировоззрение народа, его ценности.

В современном медиатексте фразеологические обороты усиливают воздействующий потенциал двух основных частей: заголовка статьи и собственно текста статьи [2]. При этом фразеологизм может претерпевать некоторые авторские трансформации (чаще всего усечения), тем не менее он всегда узнаваем: даже его часть несет в себе смысл. Фразеологизмы приобретают в процессе изменения новизну и некоторое переосмысление, содержат в себе обновленную семантику, структуру и экспрессивно-стилистические свойства.

Приведем ниже примеры фразеологизмов и их трансформированных вариантов, встреченных нами в текстах статей региональной прессы Республики Башкортостан [1].

«Плод любви превращается в яблоко раздора: нужна комплексная работа всех ведомств. К нам на прием ежедневно приходят родители и заявляют, что они “теряют ребенка”» [3].

«Что ж, отметим: слишком рано для столь продолжительного турнира посыпать голову пеплом, на дистанции еще ничего не потеряно, однако и пребывание в подвале таблицы чемпионата вряд ли добавляет игрокам бодрости духа» [4].

«Плюс тут же выдаются направления в местные, районные стационары, кстати, без каких-либо других “хождений по мукам”, поскольку исследования в “поездах здоровья” непререкаемы» [5].

«Предприятие из Уфы подлило “масла в огонь” российской выставки “Армия-2022”» [6].

«Однако все попытки спрятать концы в воду были напрасны. Сотрудники уголовного розыска установили подозреваемого и задержали его» [7].

Как можно увидеть всего из нескольких приведенных выше примеров, фразеологические выражения действительно делают текст ярче и привлекательнее для его основного потребителя – читателя. Например, использование вместо нейтральных лексических единиц «сильно расстроиться» фразеологизма «посыпать голову пеплом», а вместо «спровоцировать» – «подлить масла в огонь» отражает основную тенденцию, существующую в современной медиасреде, – тенденцию к экспрессивности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Полякова Е.В. К вопросу о типологии региональной прессы / Е.В. Полякова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 1-2(64). – С. 36-38. – DOI 10.24412/2500-1000-2022-1-2-36-38. – EDN EXRGCI.
2. Садыкова Н.А. Функционально-семантические и лексические особенности заголовков в газетном дискурсе на примере газет "Уфимские", "Оренбургские" и "Пермские губернские ведомости" во второй половине XIX – начале XX в / Н.А. Садыкова, Е. В. Полякова // Вестник Башкирского университета. – 2021. – Т. 26, № 2. – С. 496-501. – DOI 10.33184/bulletin-bsu-2021.2.39. – EDN BZCCXW.
3. Пухарева Н. Срок за лайк [Электронный ресурс] // Resbash.ru: сетевое издание газеты «Республика Башкортостан» «РесБаш». – URL: <https://resbash.ru/articles/cotsium/2022-08-12/srok-za-layk-2906745> (дата обращения: 10.10.2024).
4. Рязанский Н. Статус: всё сложно [Электронный ресурс] // Vechufa.ru: общественно-политическая газета «Вечерняя Уфа». – №78(13822). – URL: <https://vechufa.ru/sport/30038-status-vse-slozhno.html> (дата обращения: 10.10.2024).
5. Тюнёва Н. Когда здоровье приезжает на поезде [Электронный ресурс] // Resbash.ru: сетевое издание газеты «Республика Башкортостан» «РесБаш». – URL: <https://resbash.ru/articles/zdorove/2024-06-14/kogda-zdorovie-priezzhaet-na-poezde-3809337> (дата обращения: 10.10.2024).
12. 6. Тюнёва Н. Предприятие из Уфы подлило «масла в огонь» российской выставки «Армия-2022» [Электронный ресурс] // Resbash.ru: сетевое издание газеты «Республика

Башкортостан» «РесБаш». – URL: <https://resbash.ru/news/tekhnologii/2022-08-22/predpriyatie-iz-ufy-podlilo-masla-v-ogon-rossiyskoy-vystavki-armiya-2022-2917844> (дата обращения: 10.10.2024).

6. Квартирант с большой дороги [Электронный ресурс] // Vechufa.ru: общественно-политическая газета «Вечерняя Уфа». – №78(13822). – URL: <https://vechufa.ru/events/25029-kvartirant-s-bolshoy-dorogi.html> (дата обращения: 10.10.2024).