

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПАРЕМИЙ В ГАЗЕТНЫХ СТАТЬЯХ И В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ УЗБЕКИСТАНА

Шавилова Наталья Сергеевна

*Преподаватель, Термезский государственный
педагогический институт
Узбекистан, г. Термез*

Аннотация: В статье рассматривается употребление народных паремий, как активных средств повышения выразительности и экспрессии публицистических материалов, на материале русскоязычной медиапрессы Узбекистана.

Вводные слова: глобализация, медиатекст, паремиологические единицы, экспрессия, адресант, адресат.

Abstract: The article discusses the use of folk parodies as active means of increasing the expressiveness and expression of journalistic materials, based on the material of the Russian-language media press of Uzbekistan.

Introductory words: globalization, media text, paremiological units, expression, addressee.

ВВЕДЕНИЕ. Повсеместная глобализация во всех сферах деятельности человечества способствует усилению развития культуры, которая в современных условиях существует совместно с цифровыми технологиями, и они в свою очередь взаимодействуя служат инструментами подачи информации в массы. Глобализация СМИ – это мощный механизм внедрения технологического прогресса в медиаиндустрию.

Медиатекст является основной единицей членения медиапотока. Его рамки дают возможность объединения таких разноплановых и многоуровневых понятий, как газетная статья, радиопередача, телевизионные новости, реклама в интернете и иные виды продукции средств массовой информации.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ. Начало научного исследования концепции медиатекста возникло в 90е годы XX века и было обусловлено тем, что в то время возрос интерес к изучению проблем медиаречи и особенностей функционирования языка в сфере массовой коммуникации.

Национальная составляющая коммуникационной инфраструктуры изобилует процессами употребления паремиологических единиц народного характера. Медиатекст в Узбекистане – это не только скорая передача новостей, это также призыв, реклама, он должен быть для своего потребителя частью бытия, иметь «душу», которая ярко живёт в народном фольклоре, в народных пословицах и поговорках.

(8th international scientific and practical conference)

Цель данного исследования – показать на материале русскоязычной медиапрессы Узбекистана наличие употребления народных паремий, как активных средств повышения выразительности и экспрессии публицистических материалов.

Речевое воздействие в СМИ на адресата осуществляется с помощью языковых средств с целью побудить его сознательно принять точку зрения адресанта. Объектом речевого воздействия в СМИ является некоторая совокупность людей, то есть адресат коллективного характера. Представление об адресате «включает элемент собирательности, нерасчлененности, непредсказуемости реакции на сообщение, что связано с односторонностью массовой коммуникации» [1, с. 238].

В качестве эмоционально-оценочных актуализаторов в СМИ очень часто используются паремии, поскольку они не только известны, но и прочно закреплены в сознании носителей языка. К тому же «коммуникация на новый современный манер требует от его участников большого количества историко-культурных знаний и навыков, умения эти знания облекать в слово и воспринимать в слове» [2, с.438]. А употребление в текстах СМИ стереотипного, понятного для адресата устойчивого выражения является сигналом принадлежности к данному социуму.

РЕЗУЛЬТАТЫ. Паремии представляют собой особый способ отражения и анализа реальной действительности. Поэтому коммуникативная востребованность паремий в качестве номинативных единиц эмоционально-оценочного характера обусловлена желанием адресанта и обозначить референтную ситуацию, и выразить собственное отношение к ней, и отправить эту информацию адресату, тем самым воздействовать на него определенным образом. Адресант в условиях описательного сообщения с помощью паремий реализует разнообразные коммуникативные установки, например:

Дать характеристику описываемой ситуации: *Цыплят по осени считают, а водоплавающих птиц считают зимой. Почему?* – об экологической картине Узбекистана (ZO‘R TACBIP плюс № 4, 2021). Модифицированная пословица призвана сформировать у читателей оценку о природоохранной деятельности. Ср.: *Цыплят по осени считают* – «О любом деле стоит судить по его конечным результатам, а не по предположениям о том, каким оно будет».

Воздействовать на эмоциональную и интеллектуальную сферы языковой личности: *Капля море бережёт: Модернизация инфраструктуры и экономия ресурсов* – о развитии водного хозяйства Республики Узбекистан на 2020-2030 годы (Правда Востока № 183, 2021). По аналогии с русской поговоркой *Копейка рубль бережёт* автор статьи передаёт адресату важность экономии природных

ресурсов во благо экологии страны, используя народное изречение проверенное веками.

Констатировать факты: *Горбатого могила исправит* – о случае в криминальной практике, где описывается социально непреемлемое поведение человека (Даракчи № 48, 2021). Такие слова обычно имеют негативно-оценочный посыл и подтверждают убеждения о том, что недостатки или даже пороки какого-то человека не могут измениться ни при каких обстоятельствах, включая доброе отношение к нему со стороны окружающих.

Передать накал повествуемого события: *Нашла коса на камень* – о встрече двух сильных, не уступающих друг другу футбольных команд, которая закончилась ничьей (Правда Востока № 80, 2022). В данном случае автор статьи использовал поговорку в качестве заголовка для передачи адресату той эмоциональной составляющей, передающей содержание статьи. Ср.: *Нашла коса на камень* – «Имеется в виду одинаковое упрямство в отношении чего либо, непримиримая оппозиция двух лиц, равных по силе характеров, по настойчивости в отношении желаемого».

Передать чувство разочарования от неожиданного финала: *Словно ушат холодной воды ...* (Правда Востока № 205, 2021) – о спортивном проигрышном итоге игры. Поговорка говорит нам о том, что событие, действие привело в замешательство или к неожиданному концу.

Выразить восхищение: *Схвативший за хвост тигра* (Правда Востока № 170, 2020) – о выдающихся достижениях параолимпийского спортсмена из Узбекистана. Усечённый фрагмент азиатской пословицы *Не хватай тигра за хвост, а если схватил – не отпускай*, по смыслу даже полнее передаёт силу и дух атлета.

Высказать благоприятное напутствие: *Ловись рыбка большая и малая* (Правда Востока № 160, 2020) – о продвижении фермерского рыболовного хозяйства. Такой заголовок не только желает плодотворного улова, но и призывает многочисленную аудиторию следовать хорошему примеру.

ОБСУЖДЕНИЕ. Исходя из вышеописанных примеров, наиболее интересным аспектом употребления паремиологических единиц (ПЕ) в современных медиатекстах, является возможность их модификаций. Значение большинства ПЕ экспрессивно окрашено, что обуславливает стилистическую значимость паремий. Характеристики данных языковых единиц, как и любых других, ярче всего проявляются в тексте. Особенности употребления паремий в тексте являются возможности их модификаций и выполняемые ими функции. «Центральной фигурой в них всегда выступает человек в своих различных проявлениях - во всем своем блеске и во всех неприглядностях. Пословицы и поговорки представляют собой обобщение многовекового жизненного опыта

(8th international scientific and practical conference)

народа, содержат эмоционально-экспрессивную оценку поступков человека, событий, явлений» [3, с.33].

Изучение народных паремий в медиатекстах СМИ способствует «информационно культурному фону слова, который включает в себя знания о бытовании объекта в культурной среде, стереотипные образные ассоциации, а также стереотипное ценностное отношение к объекту номинации» [4, с.142].

ВЫВОДЫ. Таким образом, паремии являются особыми языковыми единицами. Они представляют собой устойчивые высказывания и обладают образно-переносной семантикой. В них закрепляется описание стереотипных, чаще бытовых ситуаций из жизни народа, которые несут информацию для носителей языка об отрицательном или положительном опыте познания.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Винокур Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. М., 1980. С. 238.
2. Бурвикова Н.Д., Костомаров В.Г. Единицы лингвокультурного пространства (в аспекте проблемы толерантности) // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. Екатеринбург, 2003. С. 428.
3. Зимин В.И., Спириин А.С. Пословицы и поговорки русского народа. Объяснительный словарь, М.: «Сюита». 1996. С.33.
4. Шерина Е.А., Алексеева А.В. Лингвокультурологический аспект изучения национально-культурной специфики языка. Фундаментальные исследования. М., 2014. С.142.