

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Новые формы языковой стереотипии в современных СМИ

Попова Мария Андреевна

Аспирант

*Тольяттинский государственный университет, Гуманитарный институт,
Тольятти, Россия*

E-mail: maryb3region@yandex.ru

В последние годы роль полигона и законодателя норм словоупотребления принадлежит средствам массовой информации (далее СМИ), и в целом – публицистической речи как наиболее близкой разговорной речи, которая, как правило, заметно влияет на литературную норму русского языка. Тексты публицистического стиля отвечают духу времени, поэтому они в полном объеме отражают динамику языковых изменений.

Воздействие газеты на читателя обусловлено не только фактом новизны информации и логикой суждений, но и возбуждением чувственной сферы. Как отмечает В.Г.Костомаров, «газетный язык совмещает моделирование внеязыковой действительности, породившей его и обслуживаемой им, со способностью ее отражения и передачи». Поиск свежей выразительности и усиления экспрессии ведет к обновлению применяемых языковых средств. В русле данной тенденции следует рассматривать и безусловный интерес современных СМИ к фразеологии как потенциальному источнику экспрессивности, т.к. фразеологизмы в силу их воспроизводимости и яркой образности и оценочности традиционно рассматриваются как эффективное средство повышения экспрессивности газетного текста.

В рамках данной работы мы обратимся к исследованию нового, не зафиксированного в современных словарях русского языка фразеологического материала, функционирующего в языке современных СМИ. Источником материала для нашего исследования послужили российские газеты и журналы различной направленности за 2005-2012 г.г.

В данной работе мы будем придерживаться широкого подхода к толкованию понятия «фразеологизм» и относить к фразеологизмам все воспроизводимые в готовом виде сочетания. При отборе ФЕ мы будем учитывать прежде всего воспроизводимость ФЕ и ее относительную устойчивость. Кроме этого, надо принять во внимание специфику сочетаний слов, которые традиционно включались в состав ФЕ, однако отличались некоторыми особенностями: сохранением лексического значения одним из компонентов при устойчивости словосочетания в целом, а также отсутствием или ослаблением образности и эмоционально-оценочной окрашенности. В таких словосочетаниях преобладает функция номинации. Т.В. Вяничева в статье «Из истории изучения субстантивного пласта устойчивых композитивных номинативных единиц в отечественной и зарубежной лингвистике» называет такие единицы *синлексами*. Такие словосочетания, как *глянцевый журнал, информационный повод, круглый стол*, уже настолько вошли в язык СМИ, что из разряда фразеологии перешли в разряд терминов, утратив экспрессию и образность. Такого рода сочетания мы также будем относить к разряду фразеологизмов.

С точки зрения происхождения все выявленные нами фразеологизмы можно разделить на семь групп.

1. Как показывает анализ, большая часть новых ФЕ, отмеченных нами в газетных публикациях, являются по происхождению жаргонными выражениями, проникая в общеупотребительный язык из различных сфер: из профессиональных жаргонов, языка преступной среды, молодежного сленга и т.п. В эту группу устойчивых единиц можно отнести следующие новые фразеологизмы: *на колесах, реальные пацаны, получить откат*.

2. Другая большая группа фразеологизмов, выделенных нами их текстов СМИ, – выражения, вышедшие из бытовой сферы общения: *в одном флаконе, выйти из тени, свежжать с катушек*.

3. Часть новых фразеологизмов пришла в язык из различных областей науки. Научный язык, хоть и не обладает ярко выраженной экспрессией, но вызвал к жизни много терминов и выражений, которые стали функционировать в различных сферах жизни и приобрели статус фразеологизмов: *мозговой центр, мозговой штурм*.

4. Следующая группа новых ФЕ своим происхождением обязана средствам массовой информации. В условиях информационного рынка, жесткой конкуренции, борьбы за читателя СМИ стремятся как можно привлекательнее «упаковать» свою продукцию, т.е. преподнести информацию в наиболее яркой, характерной, запоминающейся форме. Упаковка содержания информации – это так называемая языковая игра, интеллектуальная разминка, привлекающая внимание читателей, для чего при составлении текстов необходимо подбирать яркие, броские, остроумные выражения: *бархатный терроризм, болотное дело, офисные хомячки*.

5. Некоторые ФЕ возникли в сфере политики. Эта область деятельности, связанная с отношениями между различными социальными группами, сутью которой является определение форм, задач, содержания деятельности государства. Здесь рождается большое количество устойчивых выражений, которые средствами массовой информации выносятся в массы, и они со временем начинают функционировать в различных сферах человеческой деятельности: *норковая революция, куцеевский синдром, оборотни в погонах, цветная революция, арабская весна*.

6. Еще одна группа новых устойчивых сочетаний пришла в язык из области спорта. Язык спортивных передач отличается, как известно, яркой экспрессией. В связи с этим в данной сфере общественной жизни появляются выражения, имеющие тенденцию к устойчивости, которые уже постепенно выходят за рамки спортивной сферы и проникают в общенародный язык, в другие сферы человеческой деятельности: *устанавливать высокую планку, выкручивать руки*.

7. Искусство, как известно, – это образное осмысление действительности, процесс или итог выражения внутреннего или внешнего мира творца в образе. В этой сфере человеческой деятельности также возникают выражения, которые приобретают характер устойчивых и начинают функционировать в общеупотребительном языке: *смазать картину, литературный негр*.

Мы считаем, что приведенные нами выше устойчивые выражения можно считать фразеологическими единицами, так как они отвечают трем основным признакам фразеологизма – устойчивость, воспроизводимость, в некоторых случаях идиоматичность.

Также нами было выявлено, что основными сферами функционирования приведенных устойчивых выражений становятся разговорный язык, СМИ и политика, так как они наиболее близкие к жизни общества. Процессу фразеологизации выражений в язы-

ке современных СМИ способствуют различные причины: поиск новых экспрессивных средств, придание образности, оценочности и выразительности публицистическому тексту.

Литература

1. Вяничева Т.В. Из истории изучения субстантивного пласта устойчивых композитивных номинативных единиц в отечественной и зарубежной лингвистике // Межвузовский сборник науч. трудов «Стереотипность и творчество в тексте». Вып. 7. Пермь, 2004. С. 111-112.
2. Жуков А.В. Современный фразеологический словарь русского языка: ок. 1600 фразеологических единиц. М., 2009.
3. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.