

Велиева В. Ф.

Азербайджанский государственный аграрный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В МАТЕРИАЛАХ ОНЛАЙН-ПЕЧАТИ НА АЗЕРБАЙДЖАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Фразеологічні сполуки прийшли із глибин історії, існували у житті та мові народу, до якої вони належать, разом із іншими етнічними цінностями; вони постійно збагачувалися, оновлювалися, стабілізувалися під час збереження національних якостей мови, відображали побут, етнографію і культуру народу. Фразеологічні сполуки – це творчий продукт народу, вираження його світогляду. Фразеологічна структура мови завжди була у центрі уваги як об'єкт лінгвістичних досліджень. Хоча історія вивчення фразеології відносно молода порівняно з іншими галузями лінгвістики, існує безліч досліджень у цій царині. Поява нових відтінків образної ідіоми серед стійких словосполучень, придбання особливих стилістичних значень також проявляється у барвистих, стилістичних якостях фразеологічного мовного матеріалу залежно від конкретного стилю мовлення. Як важливий естетичний елемент фразеології, на відміну від звичних мовленнєвих і повсякденних комунікативних функцій, містять у собі та у своїй внутрішній семантиці несподівані загадки. Потенціал розкривається, коли слова використовуються спеціалістами у тексті. Несподівані художні та естетичні відкриття тут завжди відіграють роль надійного фундаменту для стилістичних відкриттів. Використання фразеологічних зворотів під час онлайн-друкування пов'язані із жанровими особливостями друкованого матеріалу. Зокрема, в інтерв'ю, під час опису характерних рис окремих особистостей, розкриття художніх рис героя застосовуються певні фразеологічні одиниці. У статті розкрито особливості інформаційних шпальт, пов'язаних із політикою, суспільством, дитячою літературою і дитячими розвагами, зокрема пов'язаних із застосуванням метафор. Оскільки фразеологічні одиниці дозволяють чіткіше і ясніше висловити свою думку, їхнє використання допомагає розвивати мовлення, особливо у молоді, а також формувати необхідну культуру мовлення.

Ключові слова: онлайн-друкування, фразеологічні звороти, аудиторія читачів, соціальні мережі, азербайджанська мова.

Введение. Сохранение и развитие языка – важнейшая задача каждого народа-носителя этого языка в целях обеспечения самобытности и национального самосознания. Язык отражает особенности восприятия мира этим народом, формируя его социально-культурные особенности развития. С другой стороны, язык сам воздействует на восприятие человека, формируя особые логические и эмоционально-образные схемы мышления, благодаря которым происходит становление общего мировоззрения. В этом деле особую роль играют готовые «блоки» языковых словосочетаний, которые в результате повторения в сознании каждого человека стали устойчиво воспроизводимыми. К ним относятся и фразеологизмы. Чем больше подобных фразеологизмов, к которым ведут синонимические ряды, пословицы, поговорки, устойчивые словосочетания, тем богаче язык, шире кругозор и становится более гибким мышление. Каждый народ должен стремиться к тому, чтобы его языком владело как можно больше людей,

поскольку жизнь и развитие языка – в его повторяемости, процессе использования. Фразеологические сочетания имеют уникальную и богатую художественную жизнь в различных текстах.

Целью работы является анализ использования устойчивых словосочетаний в виде фразеологических оборотов в материалах онлайн-печати, публикуемой на азербайджанском языке. Для этого были исследованы путем контент-анализа массивы данных онлайн-печати, объем которой растет из года в год.

Особенности использования языковых средств в печати и в Интернете. Интернет как обширная информационная и общедоступная база современности широко используется в различных сферах деятельности. Интернет выполняет такие функции, как сбор, хранение, обработка и передача информации, а также осуществляет различные коммуникации и действует как виртуальное пространство, где люди могут входить в систему и решать свои проблемы.

Общение в Интернете имеет особый характер. Основное средство общения здесь – это живой язык. Идет активный процесс формирования интернет-языка и текста, совершенствование этого языка и, наконец, его серьезное изучение, что стало одной из актуальных проблем современного периода общественного развития. Интернет-общение – сложный и многогранный процесс и одна из наименее изученных областей познания. В каждой стране сформировано национально-языковое интернет-пространство. Применение и использование языка Интернет, безусловно, актуализирует всестороннее изучение его становления и развития. Хотя такие исследования проводились на разных языках, многие проблемы языка Интернета, как в целом, так и на уровне национального языка, остаются открытыми [2].

Как известно, история развития печати связана не только с печатанием ее изданий, но и с размещением продукции на сайтах в Интернете. Вначале это могли себе позволить лишь отдельные издатели, однако развитие событий показало, что читателей больше привлекала возможность получения более обширной и разнообразной печати «на выбор» через сеть Интернет. Дороговизна и недоступность (в отдельных случаях) бумажной продукции привела к тому, что печатные органы в массовом порядке стали переходить на онлайн-работу. Например, только в России в прошлом году издавалось 1519 электронных газет и журналов [1].

В Азербайджане действует 28 новостных онлайн-агентств и множество электронных газет. Развитие интернет-СМИ в Азербайджане началось в основном в 1996 году. Ранее в сети использовалась электронная почта в качестве средства передачи информации. Первым интернет-СМИ в стране стало «Зеркало» (www.zerkalo.az) (среди русскоязычных СМИ) и «Ени Мусават» (www.musavat.com) (среди СМИ на азербайджанском языке). Информационное агентство Turan также считается одним из основоположников распространения информации через Интернет (www.turan.az).

Позже появились «Азадлыг» (www.azadliq.az), «525-си газет» (www.525ci.com), «Айна» (www.ayna.az), «Бизим Асп» (<http://bizimasr.media-az.com/>); газеты «Азербайджан» (<http://www.azerbaijan-news.az/>) и «Заман» (www.zaman.com.az); информационное агентство «Тренд» (www.trend-az.com). Первой электронной газетой в Азербайджане стала газета «Гражданское общество», выпущена в 1990-е годы.

Кроме того, Bakutoday.net – первая англоязычная онлайн-газета, выпущенная в 2000-х годах; эта новостная газета на английском языке предназначена для читателей Кавказа и Каспийского региона. В настоящее время в стране действует большое количество интернет-газет [2].

Электронные газеты и другие онлайн-медиа основаны на литературном языке и вместе с тем используют всё богатство каждого языка. Всё зависит от тематики, идеологической направленности и целей каждого издания, взятого в отдельности. Материал, независимо от его информационной насыщенности и направленности, должен быть преподнесен на богатом и ясном родном языке, доступном каждому читателю, для того, чтобы воздействовать на его сознание. В этом плане очень важна подготовка журналиста, а также людей, которые участвуют в подготовке тех или иных материалов. Ясно, что здесь участвуют, прежде всего, эксперты, специалисты, люди, непосредственно реализующие задачи медиа-органа.

Отметим, что в настоящее время уровень знания языка у многих читателей связан, прежде всего, с использованием различных символов, знаков, вошедших в наш язык именно из Интернета. Это ограничивает словарный запас, влияет на характер и уровень общения между людьми, естественно отражается также на языке, на котором преподносится информация через Интернет. В этом плане исключительную роль играют те языковые возможности, которые используются в текстах интернет-информации. Следовательно, целевой задачей каждой интернет-страницы является формирование культуры языкового общения и достаточного знания словарного состава родного языка.

Известно, что афоризмы, пословицы и поговорки обогащают каждый язык, способствуют лучшему общению, формированию мышления, национальной идентичности. Это также касается и фразеологизмов. Использование устойчивых оборотов и словосочетаний в языке способствует лучшему усвоению информации, достижению большей гибкости в общении, в усвоении всего богатства человеческого бытия. Однако это задача имеет два противоположных содержания. С одной стороны, информатизация и глобализация как ведущие процессы современного исторического развития влияют на содержание словарного состава языка каждого человека, с другой – необходимо сохранять словарное богатство языка как необходимую составляющую развития и сохранения этнической идентичности и национальной культуры.

В период существования независимой прессы на уровне ежедневных газет были определённые проблемы, касающиеся качества подготовленного материала. Следует отметить, что и на интернет-медиа однозначно переносится такое же качество. Имеются те же самые проблемы, которые были в прессе, то есть непрофессионализм проявляет себя также и на уровне электронных медиа.

Специалисты подчеркивают, что тенденция к использованию интернет-СМИ растет день ото дня. На это есть разные причины. Что касается газет, то в целом в мире наблюдается тенденция к сокращению тиражей бумажных газет и числа читателей. В Азербайджане, помимо объективных моментов в этой сфере, есть и субъективные моменты, например, газетные киоски стали недоступными. В Азербайджане стало сложно найти киоск, если вы захотели купить газету. В целом отток газет из Баку к читателям практически нулевой.

Специалисты объясняют растущую тенденцию развития интернет-СМИ в Азербайджане простотой и доступностью Интернета, поскольку люди думают, что Интернет бесплатный, а за газету они должны заплатить деньги.

Однако Интернет – это тоже деньги, хотя и не напрямую: трафик и электричество оплачиваются, подключение к Интернету не всегда под рукой или скорость низкая. Несмотря на это, большинство молодых людей предпочитают мобильные телефоны и читают информацию на смартфонах и айфонах через специальные приложения. Кроме того, у ряда информационных порталов и агентств есть версии программного обеспечения для мобильных телефонов.

В целом Интернет серьезно сокращает читательскую аудиторию. Все предпочитают получать очень короткие и гибкие новости из Интернета. Однако вряд ли кто-то может читать серьезные аналитические статьи на мобильном телефоне. В этом отношении в Интернете есть прогресс, но в то же время есть потребность в инновациях в этой области [5].

В азербайджанском языке достаточно много устойчивых фразеологических оборотов, в которых каждое используемое слово теряет свой первоначальный смысл и применяется в иносказательном выражении, например, *dabanına tüpürmək* (плюнуть на пятки, то есть побежать); *dilini saxlamaq* (придерживать язык, то есть промолчать); *yanıb tökülmək* (сгореть до пепла, то есть переживать), *gözü su içməmək* (глаза не пьют воду, то есть не верить), *əldən düşmək* (упасть из рук, то есть

предельно устать). История формирования того или иного оборота достаточно стара, поэтому неизвестна. Некоторые из них можно заменить одним словом, например, *ağzına su alıb oturmaq* (набрать в рот воды, то есть промолчать), *başına salmaq* (внедрить в голову, то есть объяснить), *yada salmaq* (внедрить в память, то есть напомнить). Фразеологические обороты могут состоять из двух или более слов. Например, *qanı qaralmaq* (сделать кровь черной, то есть испортить настроение), *ürəyi ağzına gəlmək* (сердце пришло в рот, то есть состояние тошноты), *gözüm səndən su içmir* (глаза не пьют с тебя воды, то есть я тебе не доверяю).

Фразеологические словосочетания в предложении обычно выступают как один из членов предложения, например, *Müəllim dərsi uşaqlara başa saldı* (Учитель объяснил детям урок; здесь фразеологизм является сказуемым), *Ağzına su alanlar nəhayət dilləndilər* (набравшие в рот воды наконец-то заговорили; фразеологизм здесь выступает в качестве подлежащего) [4].

Мы рассмотрим образцы использования фразеологизмов в текстах интернет-медиа. Следует отметить, что каналы, связанные с передачей информации, в основном являются новостными. Именно поэтому стиль изложения этих текстов даже на уровне интервью связан с официальной лексикой. В этой лексике, как известно, не так много присутствует фразеологических оборотов. В то же время, когда вопрос касается непосредственно участника интервью, можно встретить также и фразеологические обороты. В частности, мы это наблюдаем в приведённом ниже тексте:

28 ildən sonra doğma Qubadlıya ayaq basdım (Спустя 28 лет я *ступил* в родные Губадлы) [7].

Kədərləndirdim ki, nə qədər insan Qubadlı, Qarabağ həsrəti ilə *bu dünyadan köçdü*. İndi onların da *ruhu şaddır* (Я была опечалена тем, сколько людей *покинуло этот мир* с тоской о Губадлах и Карабахе. Теперь их *души счастливы*) [7]. Эти фразы связаны с эмоциональными переживаниями опрашиваемой женщины и к предмету разговора (о семье) непосредственного отношения не имеют.

Подобное использование фразеологизмов можно наблюдать еще в одном интервью. Это делается с целью усилить выразительность речи, подчеркнуть сказанное: *Çətinliklə rastlaşanda ruhdan düşməsinlər*. Nə qədər çox əziyyət çəksən, *bəhrəsi də bir o qədər şirin olar* (Не *расстраивайтесь*, столкнувшись с трудностями. Чем больше вы страдаете, тем *слаще будет плод*) [7]. Применяемые фразеологизмы состоят в основном из словосочетаний из двух слов.

Следует отметить, что на интернет-порталах имеет значение использование того или иного текста с точки зрения содержания и стиля. Если текст сугубо политического содержания, то здесь практически не наблюдается никаких фразеологических оборотов. Таким образом, в любом тексте отражается жизнь, её определённая сторона, и в этом отношении закономерно использование определенной лексики. Можно сказать, что фразеологические обороты используются в ситуациях, когда раскрывается эмоционально-волевая сторона личности, или же имеется желание подчеркнуть ту или иную сторону содержания события.

Имеет значение позиция говорящего или выступающего, его собеседника, а также самого журналиста. Значимой стороной также является аудитория, на которую рассчитано сообщение. В любом случае возможности интернета ограничены с точки зрения аудитории, возможности доведения информации до нее, а также её красочности и метафоричности. Об этом можно судить по той информации, которая расположена на отдельных интернет-порталах. Работа по совершенствованию сайтов, в том числе информативных, продолжается. Следует отметить, что в данном направлении за последние годы проделана значительная работа. Вместе с тем страдает профессионализм, грамотность, культурная составляющая исполнителей. То есть именно в указанных сферах имеются определенные изъяны, которые можно решить только через улучшение работы системы образования и базовой подготовки специалистов.

Рассмотрим целевые сайты для определенной зрительской аудитории, например для детей. Следует отметить, что здесь наблюдается достаточное разнообразие. На сайте *childhelpline.az* можно получить информацию о предоставлении первичной психологической помощи, получить эмоциональную поддержку, а также направление в реабилитационные центры и другие службы для оказания срочной помощи. Используя

сайт *e-derslik.edu.az*, можно скачать множество учебников для занятий или прочитать их в Интернете. С помощью сайта *anadili.az* посредством игр у детей имеется возможность выучить азербайджанский алфавит и пополнить свой словарный запас. На сайте *portal.azertag.az* можно найти интересную информацию, новости, сказки, обучающие видео; на сайте *edugames.az* собраны интересные игры для детей от 3 до 10 лет. На сайте *petek.az* представлена детская литература, разные виды игр; *alimok.com* - это онлайн-сервис дистанционного обучения для детей от 3 до 6 лет [8].

Ясно, что их использование связано также и с участием родителей, поскольку здесь есть материалы и для самых маленьких детей. Соответственно информация здесь более или менее обогащена метафорами, в том числе связанными с фразеологическими оборотами. Отметим, что детские сайты в основном носят иллюстративный и информативный характер, то есть здесь информация подаётся в основном для родителей, для того, чтобы они обращались за психологической помощью, за обучением тем или иным навыкам и так далее. Здесь нет активной информации, связанной с изложением на азербайджанском языке. Анализ тех сведений, которые связаны с художественной стороной познаваемых явлений, то есть с прозой, со стихами, не является предметом рассмотрения этой статьи.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что применение фразеологических оборотов в интернет-медиа связано с характером и содержанием текстового материала, сферой деятельности и стилем языка, который здесь применяется. Наиболее часто используется официальный, новостной стиль, в котором применение такого языкового пласта носит достаточно редкий характер. Вместе с тем в интервью, в материалах, связанных с реальной жизнью и с отдельными личностями, наблюдается применение самых разных фразеологических оборотов.

Список литературы:

1. Пресса России // <https://www.pressa-ru.ru/cat/>
2. Интернет-СМИ и новостные порталы. https://www.azerbaijans.com/content_745_en.html
3. Колиева И.Н. Использование фразеологических единиц и некоторые приемы их преобразования в газетных заголовках (по материалам газеты «Растдзинад» («Правда») Республики Северная Осетия Алания). *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2009. № 3. С.193-197
4. Фразеологические соединения // <https://language.az/ru/07171937.html>
5. Медиа-капитаны: «Интернет-СМИ становятся основным передатчиком информации» // <https://m.modern.az/en/news/15228>
6. Интернет и социальные сети стремительно разрушают наши семейные ценности // <https://modern.az/musahibe/322921>

7. Президентские стипендиаты - студент, выбравший непопулярную специальность с высоким баллом: «У меня были страсть и любовь». <https://modern.az/musahibe/322334>
8. Сайты для детей // <https://ted.az/ru/view/news/1828>

Veliyeva V. F. USE OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN ONLINE PRINT MATERIALS IN AZERBAIJAN LANGUAGE

Phraseological compounds came from the depths of history, existed in the life and language of the people to which they belong, along with other ethnic values, were constantly enriched, updated, stabilized while maintaining the national qualities of the language, reflected the life, ethnography and culture of the people. Phraseological combinations are a creative product of a people, an expression of their worldview. The phraseological structure of language has always been in the spotlight as an object of linguistic research. Although the history of the study of phraseology is relatively young compared to other areas of linguistics, there is a lot of research in this area. The emergence of new shades of the figurative idiom in the environment of stable phrases, the acquisition of special stylistic meanings also manifests itself in the colorful, stylistic qualities of phraseological linguistic material, depending on the specific style of speech. As an important aesthetic element, phraseological units, in contrast to ordinary speech and everyday communicative functions, hide unexpected riddles in themselves and in their internal semantics. The potential is revealed when words are used by experts in a text. Unexpected artistic and aesthetic discoveries here always play the role of a reliable foundation for stylistic discoveries. The use of phraseological phrases in online printing is associated with the genre features of the printed material. In particular, in interviews, when describing the characteristic features of individual personalities, disclosing the artistic traits of the hero, certain phraseological units are used. The article reveals the features of informational bands related to politics, society, children's literature and children's entertainment, including those associated with the use of metaphors. Since phraseological units make it possible to more clearly and clearly express their thoughts, their use helps to develop speech, especially among young people, to form the necessary culture of speech.

Key words: online printing, phraseological phrases, readership, social networks, Azerbaijani language.