

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
PIHII (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](https://doi.org/10.15863/TAS) DOI: [10.15863/TAS](https://doi.org/10.15863/TAS)

## International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2019 Issue: 10 Volume: 78

Published: 11.10.2019 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



Gulnara Palbekovna Kallibekova

Karakalpak humanitarian sciences Scientific research Institute of Karakalpakstan branch of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan  
Department of the Karakalpak language, Nukus

## THE USE OF PHRASEOLOGICAL KARAKALPAK BRANCH NEWSPAPERS

**Abstract:** The language of newspaper learning the difference's of style to learn the language of newspaper and learning difference of style. In language designated direction phraseology take into more consideration to learn the language of newspaper and learning the difference of style. Because phraseology separate from an effective meanings and development accountings. Phraseology create eloquent inhabitants and always and are always used that's why phraseology developed in our language. This term is come from the greet language and its means phrases (phrase) and logos (science). In Karakalpak language supplementary grammar units activity phraseology's divided into four parts: verb phraseology, adjective phraseology, noun phraseology, adverb phraseology. The newspaper language phrases are used in this article. The newspaper phrases are give us emotive and expressive meanings moreover in another way style for the text.

**Key words:** branch newspaper, language of newspaper, knowledge, semasiology, supplementary grammar units, phraseology, phraseology of neologism, style.

**Language:** Russian

**Citation:** Kallibekova, G. P. (2019). The use of phraseological Karakalpak branch newspapers. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (78), 116-122.

**Soi:** <http://s-o-i.org/1.1/TAS-10-78-18> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.10.78.18>

**Scopus ASCC:** 1203.

### УПОТРЕБЛЕНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ОТРАСЛЕВОЙ ПРЕССЕ КАРАКАЛПАКСТАНА

**Аннотация:** В статье исследуются фразеологизмы, особенности их использования на языке газет, определяется степень их изучения. Анализируемые фразеологизмы разделены на четыре группы по отношению их принадлежности к частям речи. Каракалпакские фразеологизмы рассматриваются на примере материалов отраслевых газет: «Каракалпак эдебияты» и «Устаз жолы».

**Ключевые слова:** каракалпакский язык, язык газеты, семантика, классификация по частям речи, фразеологизм, фразеологические единицы.

### Введение

При изучении языка газеты, его стилистических особенностей, следует обратить внимание на фразеологизмы, являющиеся составной частью национального языка. Так как, фразеологизмы отличаются своей выразительностью и кратким изложением содержания. Устойчивые словосочетания содержатся народными мастерами слова и передаются из уст в уста следующему поколению, в результате расширения круга его употребления в языке формируются устойчивые единицы –

фразеологизмы. «Этот термин с греческого языка означает phzasis (фраза) и logos (наука). По словарному составу слова состоят из нескольких словосочетаний, передающих один законченный смысл. По содержанию оценивается, как самое существенное, как основной смысл языка передает остроту смысла предложения» [10, с. 127]. Можно выделить высказывания следующих ученых о значении фразеологизма: Как отмечает А.В.Жукова: «Фразеологизм – это воспроизводимый в речи оборот, построенный по образцу сочинительных или подчинительных

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

словосочетаний, обладающий целостным значением и сочетающийся со словом» [13, с. 88]. А Шанский отмечает: «Фразеологизм – меткое крылатое слово, полная народной мудрости поговорка, выразительная идиома, оживляют язык, он становится более сочным и эмоциональным» [13, с. 88]. А.И.Ефимов считает: «одним из основных отличий фразеологических словосочетаний от простых словосочетаний – это постоянство его формы» [11, с. 3].

В каракалпакском языкознании широко изучены фразеологические словосочетания в научных трудах Е.Бердимуратова [10], Ж.Ешбаева [12], Г.Айназарова [3]. В ряде научных статей стилистические, грамматические особенности фразеологических словосочетаний, их новизна рассматриваются в научном аспекте на примере дастанов и творчества писателей классиков. Проблема активизации фразеологизмов каракалпакского языка исследуется на междисциплинарном уровне, привлекая внимание известных филологов, в частности, можно отметить статьи Е.Бердимуратова и Г.Айназаровой «Об употреблении фразеологизмов и их двухкомпонентных видов в лексике дастана «Сорок девушек» («Кырк кыз»)» [8, с. 48-52], «О фразеологической новизне произведений Бердаха» Ш.Абдиназимова [1, с. 108-109], «Употребление фразеологизмов в каракалпакских дастанах» (на примере дастана «Алпамыс») А.Абдиева [5, с. 123-125], «О двухкомпонентных фразеологизмах с глагольным значением в произведениях писателей-классиков» А.Абдиева и Ж.Таңирбергенова [6, с. 107-109], «О грамматических особенностях глагольных фразеологизмов в произведениях Бердаха» Ж.Танибергенова [17, с. 144-147], Ш.Абдиназимова и Г.Алламбергеновой «Некоторые вопросы исследования фразем» [2, с. 122-126].

Если рассмотреть научные исследования последних лет, то в докторской диссертации Г.Карлыбаевой отдельно изучены фразеологизмы в произведениях поэта Ажинияза. Автор отмечает: «В трудах, посвященных вопросам фразеологии, особое внимание уделяется фразеологизмам в виде устойчивых словосочетаний, а фразеологизмы близкие по смыслу предложениям до сих пор не стали объектом исследования» [15, с. 161]. Таким образом, особенности употребления фразеологизмов в каракалпакском литературном языке требует еще более глубокого изучения.

В современном языкознании особенности употребления фразеологизмов на языке газет широко изучены и продолжают исследоваться. В частности, в работе В.М.Кузьминой, Г.Н.Солоповой «Употребление фразеологизмов в региональных изданиях России начала XXI века»

«Телесемь» [14, с. 130-136]. В учебном пособии «Язык и стиль СМИ» [19, с. 163-167] изданной коллективом авторов, также в статье Ж.С.Алексян «Фразеологизмы из Библии в современном медиа дискурсе: потери и приобретения» [4, 27-29] проводится сопоставительный анализ особенностей фразеологизмов.

В работах исследователей узбекского языка, в частности, в учебном пособии Д.С.Садуллаевой «Язык и стиль средств массовой информации» (Ташкент, 2002) в трудах, М.Халиковой и В.Ермолаевой «Способы употребления фразеологизмов в газетах» [18, с. 21], М.Саттаровой, Н.Мирзаевой «Использование фразеологизмов в материалах печати (на примере газет «Оила ва жамият», («Семья и общество») и «Даракчи» [16, с. 272-275], В.Ермолаевой «Трансформация фразеологических оборотов в современных газетах» [9, с. 105-108], Э.Бегматова, А.Абдусайдова «Фразеологизмы – неологизмы на языке печати» [7, с. 23-27], С.Есемуратовой «Использование фразеологизмов в молодежной газете» [11, с. 101-104]. Так, следует отметить, что степень изученности употребления фразеологизмов на языке газет достаточно широка, но тем не менее данную проблему настолько многообразие подвижна, что всегда есть потребность в ее дальнейшем исследовании.

В каракалпакском языке фразеологизмы по отношению к частям речи делятся на четыре группы: фразеологизмы со значением глагола, фразеологизмы со значением наречия, фразеологизмы со значением прилагательного, фразеологизмы со значением существительного [10, с. 15]. Фразеологизмы, по отношению к частям речи в основном исследованы в произведениях писателей и поэтов. А в нашей статье будут исследоваться особенности употребления фразеологизмов на языке отраслевых газет.

В ходе нашего исследования мы выявили употребление множество фразеологизмов в отраслевых газетах республики. В том числе, продуктивно использованы **фразеологизмы со значением глагола**. Фразеологизмы употребляются в конце предложения, служат для обеспечения выразительности, точного понимания события того периода. Напр.: Аўылға жакынлаған сайын ишимизге шай-пәшек тартылғандай шыдатпай ашытады, тынысымыз тарылады, *өкпе аўызга тыгылады* 'По мере того, как мы приближались к аулу, нас стало давить тошнота, становилось плохо дышать, *легкие подкатывались к горлу*' (Газ. Устаз жолы – далее Путь наставника (ПН)). В данном примере «*өкпе аўызга тыгылады*» «*легкие подкатывались к горлу*» хоть употребляется в конце предложения, но оно служит для передачи основного смысла.

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

Вместе них можно использовать слова «нам было трудно», «проголодались», «устали». Но в таком случае теряется эмоциональность и экспрессивность предложения.

Екеўмиз орынларымыздан ушып турып далаға шықтық. Қарасақ Кутлымурат! Оны көргенде *жүрегим суў ете қалды* 'Вдвоем выскочили с мест и вышли на улицу. Смотрим: Кутлымурат! Когда я его увидел *защемило сердце*' (Газ. Қарақалпақ әдебияты – далее Каракалпакская литература (КЛ)). В этом предложении фразеологизм «*защемило сердце*» означает «*сильно испугаться*» [12, с. 81]. Здесь, передается душевное состояние человека, то есть его эмоция.

Отаў ишине жайылған дәстүрхан миллий тағамларға толып, *көздің жауын алып тур* «Дастархан, накрытый внутри отау (юрта) был полон национальными блюдами и невольно разбегались глаза» (КЛ). Фразеологизм «*көздің жауын алып тур*» «*невольно разбегались глаза*» уместно использован в целях выражения отличного вкуса яств и указывает на богатое накрытие дастархана различными национальными блюдами. Его основной смысл означает «чрезмерное притягивание внимание человека, привлечение своей красотой» [12, с. 98].

А также, при использовании фразеологизмов в повседневной жизни со значением глаголов важное значение имеет их правильном подборе в предложении. Напр.: Ериниң сырын әшкара еткен хаялдың еки дүньяда *кесеси ағармайды* 'Нет позора хуже, на этом и на том свете женщине, которая оглашает тайну мужа' (ПН). Сол айтқандай, китап пенен балаларымыздың арасындағы дослықты беккемлеўге *ат салысайық!* 'Как говорят, *общими усилиями поможем* укрепить дружбу наших детей с книгами!' (ПН). Оның менен бир маўрит тиллесийге Нурлыбай *бел байлады* 'Нурлыбай *основательно решил* поговорить с ним, хотя бы на короткое мгновение' (КЛ). Кишкене төрт жаслы Жақсымурат әкеси Мураттың жигит ағасы Турдымуратқа жүдә үйирсек болып, *баўыр басып* ести 'Маленький четырехлетний Жақсымурат *был привязан* старшему брату своего отца Мурата, Турдымурату' (КЛ). В этих примерах фразеологизмы со значением глаголов придают выражениям сжатость и привлекательность. Теперь обратим внимание на смысл фразеологизмов в следующих примерах: *позор - будет плохо; общими усилиями поможем - объединимся; основательно решил - действовать; был привязан - любить*. Устойчивые словосочетания наряду с обеспечением эмоциональности, экспрессивности служат для точного и объективного изложения событий.

А отдельные фразеологизмы со значением глаголов, несмотря на использование в середине предложения, способствовали к раскрытию характера человека. Напр.: Алды 65, кейни 60 тан асып, *шаларын қырау шалған* олар бул күни бир маўритке жаслығына қайтты 'Старшему было 65, некоторым из них было больше 60, *с сединой на волосах*, они в этот день на миг вернули себе молодость' (ПН). – Бул не, *үскиниң куйылып отыр*, - деди Дәўлетбай '– Что такое, *что в рот воды набрал*, - сказал Даулетбай' (ПН). В этих примерах слова передают следующие значения: *с сединой на волосах - состариться; воды набрал в рот - сидеть молча*. Фразеологизмы со значением глаголов в изложении содержания контекста состоят из двух или трех компонентных предложений. Вместе с тем, в повседневной жизни часто встречающиеся устойчивые словосочетания созвучны с основным смыслом слов.

Часто на языке газет используются **фразеологизмы со значением наречия**. Напр.: Садаған кетейин, жүйриклигине жан ырза, машинада қалаға *көзди ашып-жумғаниша* демде жеттик 'Надо же, довольны твоей быстротой, в город на машине приехали в *один миг*' (ПН). Еки тәрәптиң де куўнақ, дилўар, шешен қыз-жигитлериниң дәлқек айтысы менен, бир-бирине сөзин өткизип қәде алыспағы менен, таң саз бере узатылғаннан Мойнақтың тарийхта белгили Марат ауылына ымырт түскен кешки иңирде, *күн қызарып уясына қула..ап* баратырған пайытта зордан жеттик 'После песенных состязаний и преподнесением подарков друг-другу юношей и девушек двух сторон, начиная с утренней зари известного в истории Муйнака в аул Марат еле добрались до наступления сумерков, *когда алое солнце упало на свое место*' (КЛ). Хәзир ойлап отырсам, сол мен узатылғандағы айтыслардың ишинде болған шешелер, кишелер, ағалардың биразы ғарры-кемпирлер болған болса, биразы өз жайлары менен дүньядан өтип кеткен екен, жайлары жәннетте болсын, бирақ сол ўақыялар *тап кешегидей* көз алдымда турыпты 'Теперь когда размышляю, то участвовавшие на моей свадьбе сестры, невестки и братья уже стары и живы, но некоторые из них скончались, царствие им небесное, пусть их души будут в раю, но те события остались у меня в памяти, как *будто происходило вчера*' (КЛ). Фразеологизмы со значением наречия в этих примерах использованы для обозначения «времени», «промежутка дня»: *в один миг - быстро; солнце упало на свое место - поздно вечером; будто происходило вчера - недавно*. Если, в место них использовать другие сочетания слов, то не обеспечивались бы привлекательности и надежность.

В следующих предложениях фразеологизмы со значением наречия использованы продуктивно

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

в начале или середине предложения, в основном они выступают обстоятельствами: - Ғаз айтқан екен, «тойғаным емес, қыйғаным мәсиремен» деп, булар ақ-сүйек туқымның әуладлары-ғой, сөзлерін түйе шөккендей етип айтты» деп биразға дейін толқып отырды '- Гусь говорит, «я не радуюсь, что сыт, а радуюсь что живу и существую» они потомки белых костей, слова свои говорят как оседает верблюд» он рассказывал с воодушевлением' (КЛ). Сондай ұақытта *ишим гыж-гыж қайнап* кетеди, үндеместен қасларынан жуырып кетип қаламан 'В такое время у меня *внутри кипит*, молча убегаю от них' (КЛ). - Себеп пенен келип қалыпсаң. Еки ойлы да қусайсаң. Қәне, изиме ер. Палаталарды аралаймыз, наұқаслар менен сөйлес. Жазсаң жазарсаң, жазбасаң *ат үсти* танысқаның болады '- Пришел, вижу, с определенной целью. Смотрю, еще сомневаешься. Давай, пойдем со мной. Обходи палаты, поговори с больными. Если хочешь, напиши, не хочешь - будешь хоть *знаком с ними*' (ПН). - Демде тауылған нәрсенің қәдири болама?! – деди қыз көзлерін ойнақшытып. *Табаның тозғанша* ізлеп, зорға дегенде тапсаң ғана қәдириңе жетесең '-Если сразу меня найдешь, буду ли я дорога тебе?! – сказала девушка играя глазами. *Потоптав свои подошвы* будешь искать всюду, и еле сможешь найти, вот тогда будешь ценить' (ПН). Деген менен адамлардың азғана болса да «қарынлары қалқып», пахта егетуғын қоңсы бригадлардан «*пышақ арқасы*» тәуір еди 'У людей жизнь стала чуть лучше и «чуть живот стал сыт», соседние хлопководческие бригады были «стали *чуть, лучше нас*' (КЛ). В основном, фразеологизмы со значением наречий состоят из двухкомпонентных слов, отвечают на вопросы «как?», «каким образом?». А, их значение можно объяснить следующим образом: *как оседает верблюд* - уместно; *внутри кипит* – с трудом, обидно; *топтать подошвы* - многократно, трудно; *чуть лучше нас* - немного, чуть лучше. Эти фразеологизмы обеспечивают на языке газет остроту смысла, образности, подбираются в соответствии с их отдельными компонентами.

На газетных материалах искусно использованы **и фразеологизмы со значением прилагательных**. Они наряду с обеспечением привлекательности контекста, отличаются изложением вещей, их видов, признаков, качеств, свойственных особенностей. Напр.: Бүгінгі дәуірге салыстырып отырсам, жасларға жаратылып атырған имканият ол жылларға қарағанда *аспан менен жердей* парық сезиледи 'Если сравнить с сегодняшним днем, созданные для молодежи возможности по сравнению с теми годами, разнятся *как небо и земля*' (ПН). Алпамыстың үйіне жақын жерде аралас затлар хәм азық-ауқат өнімлерін сататуғын дүканы бар. Ата кәсіп-сауда оның ушын «*ишимішки*

*шаққандай*» гәп 'Около дома Алпамыс есть магазин продуктов питания и смешанных товаров. Для него ремесло родителей это как «*грызть семечки*» (ПН). Адамлар бул дүньяны *көсеу шаньшиса көгергендей* нәрсе деп түсінеди 'Люди понимают этот мир *как легкий дар*' (ПН). -Яқшы Медет, қоңсы келинлерге өзим сатысаман, куда қәлесе *базары шаққан* болады, - деп сыбырлады Багда разылық пенен '-Ладно Медет, помогу соседним снохам в продаже, даст аллах *повезет нам в торговле*, - прошептала Багда с надеждой' (КЛ). На этих примерах вместо слов «большой» употреблены фразеологизмы «*небо и земля*», «легко» - «*грызть семечки*», «все понятно» - «*как легкий дар*», «продажа» - «*повезет в торговле*». Эти фразеологизмы означающие смысл отдельных слов, выполняют роль прилагательных. Значит, в этих примерах чувствуется мастерство автора.

Также, уместно употреблены фразеологизмы со значением прилагательных в раскрытии особенности предмета, характера человека и жизненных условий людей. Напр.: Дайымның үйіндегі турмысымыз жаман болмады. *Тамағымыз тоқ, кийимиміз көк* дегендей, сениң өгей шешен бизлерге жүдә қайыркөм болды 'Наша жизнь у дяди не была плохой. *Сыты, обуты* как говорится, твоя мачеха была нам очень добра' (КЛ). - Неге келдин? – дедим оны *тирилей жутып жиберетугын адамдай* көзимди алартып '- Зачем пришел? – сказал я, вытаращив глаза, как будто *хотел его проглотить заживо*' (КЛ). Ол сакыйлығы, кеўлинің, пейлинің кеңлиги менен адамлар жүрегінен орын ийеледи. Асып баратырған табысы жоқ, бирақ *қолы ашық* 'Он занял свое место в сердцах людей своей щедростью, добротой, нравом души. Особенно не богат, но *хлебосольный*' (ПН). Әне буларды көріп адам *қолы гүл* деп атаса болады 'Увидев все это, можно сказать, что у человека *золотые руки*' (ПН). В этих примерах выражения дают следующие значения: *сыты, обуты* – *беззаботный, без печали; как будто хочет заживо проглотить* – *очень злой; торг идет* – *все продается; руки открыты* - *щедрый; руки золотые* – *мастер своего дела*. Фразеологизмы со значением прилагательных отвечает на вопрос «какой?», выполняет особую роль в обеспечении эмоциональности предложений.

**Фразеологизмы со значением существительных** встречаются часто на языке газеты. Они в основном состоят из двухкомпонентных словосочетаний. В предложении используются в качестве подлежащего или второстепенных членов предложений. Напр.: Халқымызда «Таньмағанды сыйламас» дейди, бирақ редакцияға келип-кетиушілер көп, сол ушын келгенге сый көрсетип, төрден орын ажыратылмаса да, сәлем-әликтен соң



## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

жол болсын соралады ‘В народе говорят «кого не знают, того не чтят», но много кто приходит в редакцию, поэтому, хоть в почетное место не проводят, после приветствия обычно спрашивается куда путь держишь’ (ПН). В предложении фразеологизм «спрашивается куда путь держишь» означает, «приветствие», «напутствие», «цель прихода». В качестве фразеологизма со значением существительного, употреблен в со звучной форме по отношению содержания произведения.

Значит, подобные фразеологизмы посредством частого употребления на языке газет стали общеупотребительными. Хотя имеет свой основной источник, также имеет свое место в изложении смысла. Напр.: Сизлер, эсиресе хаял-кыз шайыр, жазыўшылар шаңарақ, турмыс тәшўишлерине шөгип гүйбеңлесип жүрип қәлемлериңизди таслап қоймаң, талантты алла сүйген бенделерине береди, қол ҳақы бермейди деп, өкпелей де бермең, халыққа хызмет етиң де суўға таслай берин, бир күн қалқып шығады ‘Вы, особенно женщины-поэтессы, писатели не оставляйте своего пера в заботах семьи, и жизненных проблем, талант дается создателем избранным, не обижайтесь, что вам не дают для ваших рук что-то, служите народу и забудьте свои обиды и бросайте в воду, что делали для народа, в один прекрасный день оно всплывет и будет известно’ (КЛ). Көз көрген заманласлар бас қосқанда алыс жыллардың жаңғырығы жаңлады ‘Видавшие виды глаза друг друга современники когда встречаются, то звучат эхо далеких времен’ (ПН). Тумлы-тустан жоқ излеген мүсәпирлер көп келеди ‘С разных сторон приходят много бедняков, которые спрашивают что-то потерянное’ (КЛ). Кешеден бери, сениң менен кетип, балаңның келгенине көз айдын айтып, курдасымыз Есберген пақырға пәтия қылып қайтайын деп шешип қойыппан – деди курдасына ‘Со вчерашнего дня, уходя с тобой, решил сделать приходу сына благословление, и помолиться за друга Есбергена – сказал он товарищу’ (КЛ). В этих примерах фразеологизмы означают для ваших рук что-то - деньги, финансы; видавшие виды глаза - знакомый; искавшие что-то - потерявшие; благословение - пожелание. В результате частого использования подобных устойчивых словосочетаний в устной разговорной речи и письменных текстах, они прочно вошли в язык народа.

Изучая особенности видов частей речи фразеологических словосочетаний в газетных

материалах, сопоставительно описывается хозяйственные предметы (чашка, ложка, посуда, нож), частей тела людей (глаза, уши, голова, нос, ноги, руки, ногти, пальцы, сердце, язык, спина), животные (верблюд, осел, лошадь), а также их качества, свойственные признаки, вид, сложение, и объем. Можно сказать, что чаще встречаются в газетах устойчивые словосочетания - фразеологизмы, связанные со словом «глаза». В ходе анализа выявили 30 видов использования этого слова. Таким образом, в употреблении фразеологизмов в каракалпакском языке наблюдается их эмоциональные, экспрессивные и стилистические особенности. В свою очередь, формированием авторских фразеологизмов-неологизмов совершенствуется язык газеты, и их методические особенности.

В заключении можно отметить что, фразеологизмы всегда виду изменяются и развиваются. Особенно это явление встречается в газетных материалах. Поэтому мы пришли к такому выводу:

- Выяснилось что в газетах «Қарақалпақ әдебияты» и «Устаз жолы» чаще фразеологизмы встречаются в материалах аналитического и художественно-публицистического жанра.

- Фразеологизмы в отраслевых газетах: описывая быт людей, их традиции и обычаи, хозяйственные предметы (чашка, ложка, посуда), частей организма (глаза, уши, голова, нос, ноги, руки, ногти, пальцы, сердце, язык), животных (верблюд, осел, лошадь), их свойственные особенности в сопоставительном описании использованы с мастерством;

- В ходе нашего анализе в газетах «КЛ» и «ПН» мы анализировали материалы и выявили более 900 фразеологических единиц. Среди них можно встретить повторяющиеся фразеологических фраз (көзди ашып-жумғанша, бел байлады, ашышы-душысы татқан и другие).

- В этих газетах встречаются фразеологизмы со значением прилагательных 50 раз, фразеологизмы со значением наречие 60 раз, фразеологизмы со значением глагола 200 раз, фразеологизмы со значением существительных 30 раз.

Стоит отметить что, использование того или иного типа фразеологизмов зависит и от типологического характера издания и её авторского состава в целом.

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
PIHHI (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

## References:

1. Abdinazimov, S. (1998). Berdaqning frazeologiyaliq jahashilligi [Frazeologicheskaja novizna Berdaha]. *Amudar'ja. Nukus. № 1-2*, pp. 108-109.
2. Abdinazimov, S., & Allambergenova, G. (2018). Frazemalardi izertlewdin ayirim meseleleri [Nekotorye voprosy issledovaniya frazemov]. *Vestnik Karakalpakskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Nukus. №3*, pp. 122-126.
3. Aynazarova, G. (2015). *Qaraqalpaq tilinde tenles eki komponentli frazeologizmlerdiñ leksika-semantikaliq hám stillik özghelikleri* [Leksiko-semanticheskije i stilisticheskije osobennosti ravnyh dvuhkomponentnyh frazeologizmov v karakalpakskom jazyke]. Nukus: Karakalpakstan.
4. Aleksanjan, Z. S. (2016). *Biblejskie frazeologizmy v sovremennom mediadiskurse: poteri i priobretenija* // Stilistika segodnja i zavtra: Materialy IV Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. (pp.27-29). Moscow.
5. Ábdiev, A. (2013). Qaraqalpaq dástanlarında frazeologizmlerdiñ qollanılıwı (Alpamis dástanı misalında) [Upotreblenie frazeologizmov v karakalpakskih dastanah (Na primere dastana Alpamys)]. *Amudar'ja. Nukus. №1*, pp. 123-125.
6. Ábdiev, A., & Tanirbergenov, Z. (2013). Klassik shayırlar shıǵarmalarında eki komponentli feyil mánili frazeologizmler haqqında [O frazeologizmah so znacheniem dvuhkomponentnyh glagolov v proizvedenijah pojetov klassikov]. *Amudar'ja. Nukus. № 5*, pp. 107-109.
7. Begmatov, E., & Abdusaidov, A. (2002). Matbuot tilida frazeologik neologizmlar [Frazeologicheskije neologizmy v pechati [Phraseological neologisms in the press]. *Uzbekskij jazyk i literatury. Tashkent. №1*, pp. 23-27.
8. Berdimuratov, E., & Ajnazarova, G. (1998). «Qırq qız» dástanınıñ leksikasında frazeologizmler hám olardıñ eki komponentli túrleriniñ qollanılıwı [Upotreblenie frazeologizmov i ih dvuhkomponentnyh vidov v leksike dastana «Sorok devushek»]. *Amudar'ja. Nukus, №1-2*, pp. 48-52.
9. Yusupova, B. (2014). *Qaraqalpaq tiliniñ frazeologiyası* [Frazeologizmi karakalpakskogo yazika]. Tashkent: Tafakkur qanoti.
10. Ermolaeva, V. (2015). *Transformacija frazeologicheskikh oborotov v sovremennyh gazetah* // Jazyki stil' sredstv massovoj informacii: III Respublikanskaja nauchno-prakticheskaja konferencija. (pp.105-108). Tashkent.
11. Esemurat Berdimurat ulı (1994). *Házirgi qaraqalpaq tili. Leksikologiya* [Sovremennij karakalpakskij jazyk. Leksikologija]. Nukus: Bilim.
12. Esemuratova, S. (2018). *Jaslar gazetasında frazeologizmlerdiñ qollanılıwı* // Globalisasi procesi hám galaba xabar quralları xızmeti: Respublikaliq ilimiy-ámeliy konferenciya maqalalar toplamı [Upotreblenie frazeologizmov v gazete «Zhaslar» // Process globalizacii i rol' sredstv massovoj informacii: Sbornik statej respublikanskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. (pp.101-104). Nukus.
13. Eshbaev, Z. (1985). *Qaraqalpaq tiliniñ qisqasha frazeologiyaliq sózligi* [Kratkij frazeologicheskij slovar' karakalpakskogo jazyka]. Nukus: Karakalpakstan.
14. Karitskaya, L.A. (2013). *Jekspressivnye resursy sovremennoj gazetnoj publicistiki (na materiale gazet Murmanskogo regiona 2001-2012 gg.): dis. ... kand. filol. nauk. Murmansk.*
15. Kuzmina, V.M., & Solopova, G.N. (2018). *Ispol'zovanie frazeologizmov v regional'noj presse v nachale XXI veka* (na primere gazety «Telesem'») // Strategija razvitija regional'nyh SMI: problem I perspektivy: Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. (pp.130-136). Kursk.
16. Karlybaeva, G. (2017). *Ájiniyaz shıǵarmaları tiliniñ semantika-stilistikaliq özghelikleri* [Semantiko-stilisticheskije osobennosti jazyka proizvedenij Azhinijaza: Dis. ... dokt. filol. nauk]. Nukus.
17. Sattarova, M., & Mirzaeva, N. (2015). *Matbuot materiallarida frazeologizmlarning qu'llanilishi* («Oyla va jamiyat» va «Darakchi» gazetalari misolida) // Ommoviy axborot vositalarida til, uslub va tahrir masalalari: Respublika an'anaviy III ilimiy-amaliy konferenciya materiallari [Upotreblenie frazeologizmov v materialah pechati (na primere «Sem'ja i obshchestvo» // Jazyk i stil' sredstv massovoj informacii: III Respublikanskaja nauchno-prakticheskaja konferencija. (pp.272-275). Tashkent.
18. Tanirbergenov, Z. (2017). *Berdaq shıǵarmalarındaǵı feyil frazeologizmlerdiñ grammatikalıq özghelikleri haqqında / Berdaq – klassikalıq ádebiyatımızdıñ biyik shıñı* [V grammaticheskikh osobennostjah glagol'nyh frazeologizmov v proizvedenijah Berdaha /

<b>Impact Factor:</b>	<b>ISRA (India) = 4.971</b>	<b>SIS (USA) = 0.912</b>	<b>ICV (Poland) = 6.630</b>
	<b>ISI (Dubai, UAE) = 0.829</b>	<b>PIHHI (Russia) = 0.126</b>	<b>PIF (India) = 1.940</b>
	<b>GIF (Australia) = 0.564</b>	<b>ESJI (KZ) = 8.716</b>	<b>IBI (India) = 4.260</b>
	<b>JIF = 1.500</b>	<b>SJIF (Morocco) = 5.667</b>	<b>OAJI (USA) = 0.350</b>

---

- Berdah – vershina karakalpakskoj klassicheskoy literatury]. (pp.144-147). Nukus: Karakalpakstan.
19. Halikova, M., & Yermolaeva, V. (2014). *Priemy ispol'zovaniya frazeologizmov na stranicah gazet // Jazyk i stil' sredstv massovoy informacii: III Respublikanskaja nauchno-prakticheskaja konferencija. Tashkent.*
20. Sharafadina, K.I., Zelikina, N.S., Evdokimova, L.A., Suzotina, I.A., & Kolesnikova, E.I. (2016). *Stilisticheskoe ispol'zovanie frazeologicheskikh sredstv jazyka // Jazyk i stil' SMI. (pp.163-167). St. Petersburg.*