



УДК 811.161.1'373'38

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭКСПРЕССИИ И СТАНДАРТА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦАХ (на материале газетных заголовков)

Н. В. Трибунская

Саратовский государственный медицинский университет
E-mail: rusclasphil@mail.ru

Статья посвящена проблеме исследования характера трансформации фразеологических единиц в современных газетных заголовках. В центре внимания исследования находится типология преобразований фразеологизмов в зависимости от языковых средств, используемых в процессе трансформации. Устанавливается соотношение стандартных и экспрессивных компонентов модифицированной фразеологической единицы.

Ключевые слова: газетный заголовок, стандарт, экспрессия, информативность, воздействие, фразеологическая единица.

Interaction of Expression and Standard in Phraseological UNITS (Based on Newspaper Headlines)

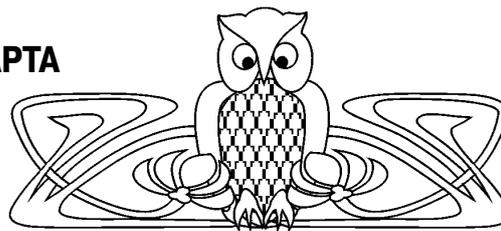
N. V. Tribunskaya

The article is devoted to the problem of researching the phraseological units transformation patterns in modern newspaper headlines. The study focuses on the typology of phraseological modifications depending on the linguistic means used in the transformation process. The proportion of standard and expressive components of a modified phraseological unit is examined.

Key words: newspaper headline, standard, expression, informativity, impact, phraseological unit.

В современном мире новейших технологий и создаваемых ими возможностей всё более возрастает роль средств массовой информации, при этом на фоне таких интенсивно развивающихся источников информации, как телевидение и Интернет, многие люди по-прежнему отдают предпочтение газетам и журналам – одному из традиционных и самых доступных способов получения актуальной информации. Периодические издания разных направлений отражают насущные проблемы современного общества, освещают политическую и экономическую ситуацию в стране и мире, новые тенденции в культуре и искусстве, технологиях, спорте, бизнесе. Совмещая поиск фактов с анализом поставленных вопросов, журналисты не только отслеживают тенденции, но и занимаются поиском первопричин негативных явлений, чтобы помочь читателю лучше понять происходящее.

Газетные статьи выполняют одновременно две основные функции – сообщения и воздействия, – которые неравномерно распределяются по газетным жанрам и находятся в соответствии с двойственной природой газетного текста, призванного и информировать, и убеждать, и воздействовать. По мнению В. Г. Костомарова, это



неизбежно ведет к синтезу информативных и экспрессивных языковых, а ввиду оперативности газеты и стандартизированных средств – таким образом, происходит соединение «экспрессии и стандарта», понимаемых как оценочные и информирующие начала в противопоставлении друг другу¹.

Информационная функция газеты предполагает употребление нейтральной, общестилевой лексики, прежде всего политической и экономической, что связано со сферами жизни общества, представляющими главный интерес для освещения и обсуждения в средствах массовой информации. Основным критерием отбора языковых средств для успешной реализации данной функции служит общедоступность. Поэтому из газетных текстов должны исключаться узкоспециальные слова и выражения, диалектизмы, аргоизмы – всё, что может вызвать затруднения в понимании сообщения читателем.

Функция воздействия, важнейшая для газетно-публицистического стиля, проявляется в том, что СМИ не просто информируют, а выражают определённую общественную позицию и убеждают читателя в истинности передаваемых в сообщении фактов, формируют общественное мнение и дают оценку происходящим событиям. Профессиональное мастерство журналиста состоит в том, чтобы выбрать наиболее эффективные в данном контексте языковые средства, с помощью которых он сможет реализовать как информативную функцию, так и функцию воздействия газетной статьи.

Эффективность воздействия газетного текста основывается на сопряжении экспрессии и стандарта. Это единство составляет специфику газетной речи и во многих случаях становится стилистическим принципом организации статьи.

В творческой лаборатории каждого журналиста существует множество языковых средств, с помощью которых он привлекает внимание читателя, расставляет логические акценты, экспериментируя при этом с языком, органично сочетая стандарт и экспрессию. Создание оценочного эффекта статьи зачастую происходит за счет использования фразеологического фонда языка и его авторского видоизменения. Будучи высокоинформативными единицами языка, трансформированные фразеологические обороты, афоризмы, пословицы одновременно являются действенным средством создания выразительности².



Анализ показывает, что авторы газетных статей используют не только традиционный, исторически сложившийся фразеологический материал русского языка³. Авторской обработке подвергаются также названия популярных фильмов, книг, песен, фрагментов рекламных роликов, высказывания известных политиков и многое другое. В языке газеты часто используются приёмы языковой игры, всевозможные каламбуры, разнообразные ассоциативные связи.

Наибольшим потенциалом воздействия на читателя обладают те газетные заголовки, которые отличаются яркостью и необычностью. Основанные на фразеологических единицах, они органично сочетают стандарт и экспрессию, наиболее точно отражают содержание статьи и привлекают внимание читателя.

В газетных заголовках оперативно проявляются происходящие в языке лексико-семантические изменения, к числу которых относятся и трансформация фразеологических единиц, значительно активизировавшаяся в последние годы. Структура заголовка определяется тем, что коммуникация между автором статьи и реципиентом осуществляется на основе ряда ассоциативных связей, общих для автора и читателя. Использование фразеологизмов и их модификаций в качестве заглавий газетных материалов – удобный и результативный приём привлечения к публикации читательского внимания.

Заголовок в газете – это сильная, акцентированная позиция, потому что именно на него в первую очередь обращает внимание читатель. При этом исполнять роль броских заголовков способны не только традиционные, узуальные фразеологизмы, но и остроумные, родившиеся «на ходу» изречения (квазифразеологизмы), которые впоследствии могут превратиться в устойчивые речевые образования.

В газетных заголовках фразеологизмы часто употребляются в их обычной языковой форме с присущим им значением, как правило, вследствие стремления журналистов усилить экспрессивную окраску заглавия и привлечь внимание читателей к самой статье. В этом случае авторы используют присущие русской фразеологии образность, экспрессивность, эмоциональность, например: «*Без царя в голове*» («РГ», 10.09.08); «*Бей да дело разумей*» («МК», 22.09.09); «*Хотели как лучше, получилось как всегда*» («МК», 19.10.09); «*С сильным не борись, с богатым не судись*» («РГ», 23.12.10); «*Пост сдал – пост принял*» («РГ», 17.12.10); «*Шаг за шагом*» («РГ», 01.12.10).

Возможности применения фразеологизмов в газетных заголовках значительно шире, чем при простом воспроизведении их в речи. В целях усиления выразительности и эмоционального воздействия фразеологизмы подвергаются разного рода трансформациям. Изменение их структуры и содержания усиливает прагматическую функцию газетной статьи, так как осуществляется

разрушение «готовых к употреблению знаков» с целью воздействия на интеллект и эмоции адресата. Возможность различных изменений в устойчивых сочетаниях слов вытекает из сохранения у фразеологизмов внутренней формы, то есть их исходного, буквального смысла, и относительной устойчивости. Преобразованию может быть подвергнута как семантика, так и структура устойчивых словосочетаний. При семантической трансформации форма фразеологизма остаётся неизменной, в него лишь вносятся новые оттенки смысла или возникает игра слов в результате совмещения прямых и переносных значений, за счёт чего достигается определённый экспрессивный эффект.

Трансформация семантики фразеологизмов возможна потому, что они обладают внутренней формой, что позволяет авторам в той или иной степени «реставрировать» стёршийся образ и приспособить обобщенный, метафорический смысл того или иного выражения к конкретным условиям контекста. Сконструированный автором контекст не только помогает читателю воспроизвести исходное значение фразеологизма, но и усиливает стёршуюся метафоричность и эмоциональность.

Следует выделить два типа создания новой образности фразеологических единиц путем семантического преобразования – буквализацию и двойную актуализацию.

При буквализации актуализируется и выступает на первый план исходное, прямое значение свободного сочетания, представляющее собой обратную основу фразеологической единицы. В таком случае исходное значение часто противопоставляется фразеологическому значению оборота. Буквальное значение фразеологизма обычно используется для выражения иронии по поводу описываемых событий или для достижения комического эффекта.

Автор статьи выбирает подходящий фразеологизм или создает фразеологический каламбур, подбирая контекст таким образом, что компоненты фразеологизма воспринимаются в буквальном значении. Приведём примеры:

1) в заголовке «*Путин попал в десятку*» актуализируется исходное значение свободного сочетания «попасть в десятку», которое расшифровывается в тексте статьи: по версии американского журнала Newsweek, премьер-министр оказался на 9-м месте среди самых влиятельных людей мира («МК», 22.12.08);

2) в заголовке статьи «*Деньги ввали в детство*», повествующей о работе Фонда поддержки детей, происходит буквализация фразеологизма на основе ассоциаций вокруг слова «детство» («РГ», 17.10.08);

3) заголовок «*Биржи сбились с курса*» привлекает внимание читателей к статье, отражающей ситуацию на фондовом рынке и изменение курсов на биржах;



4) заголовок «*Затянуть пояса*» к статье о возможности сокращения временной разницы между Москвой и Владивостоком до четырех часов представляется не менее интересным («РГ», 27.10.09);

5) в заголовке статьи «*Россияне примут на грудь портрет Чехова*» о награждении значками с портретом писателя людей, пропагандирующих его творчество, идиома «принять на грудь» теряет свое переносное значение за счет буквализации её отдельных компонентов («МК», 26.10.09);

6) в заголовке статьи о сложнейшей операции по спасению закованной во льдах плавбазы «*“Содружество” сорвалось с цепи*» компоненты устойчивого сочетания слов также воспринимаются в буквальном значении («МК», 14.01.11).

Более сложным стилистическим приёмом переосмысления фразеологизмов является двойная актуализация, то есть использование их одновременно в двух значениях – прямом и переносном. Нередко автор помогает читателю осознать фразеологический каламбур при помощи соответствующего контекста, подчеркивая, что словосочетание употреблено как в буквальном, так и в переносном, фигуральном значении. При данном семантическом преобразовании одно и то же словосочетание воспринимается и как семантически цельное, неразложимое, устойчивое, и как свободное, семантически раскладывающееся.

Приведём примеры «разложения» фразеологизмов на буквальные и фигуральные значения: «*Часов не наблюдает*» – заголовок статьи о том, как таможенные органы отобрали у режиссера Василия Сигарёва награду – памятные часы («РГ», 19.10.09); «*Хоть трава не расти*» – статья о подготовке футбольного матча на искусственном поле («РГ», 08.10.09); «*Поставили на карту*» – статья о мошенничестве с пластиковыми картами («РГ», 03.12.10); «*Мокрое дело*» – о выплате компенсации за протёкшую крышу («РГ», 02.12.10); «*Ерёмин расправил “Крылья”*» – статья о выигрыше баскетбольной команды «Красные крылья» в Кубке Европы («РГ», 02.12.10); «*Во Франции ушли с головой в историю*» – статья о том, как парижские ученые нашли голову короля Генриха IV («РГ», 16.12.10); «*Простуда не по форме*» – о массовой госпитализации призывников с простудными заболеваниями по причине несоответствия военной формы погодным условиям («РГ», 15.12.10).

В отличие от семантической трансформации, аналитическая трансформация вносит изменения в словесный состав фразеологизма. Она более разнообразна по своим приёмам и сводится к нескольким основным типам: 1) лексическая трансформация, 2) фразеологическая паронимазия, 3) изменение количества компонентов, 4) контаминация, 5) синтаксическая трансформация.

1) **Лексическая трансформация** – самый популярный вид преобразования фразеологических единиц на страницах газет, который предусматривает замену одного или нескольких

компонентов фразеологизма: «*Хорошо жить не запретишь*» («РГ», 28.10.09), «*Нашла коса на уголь*» («МК», 20.10.09), «*Русь свинье не товарищ*» («МК», 21.09.09), «*После драки долларами не машут*» («РГ», 12.11.09), «*Семь партий на неделе*» («МК», 20.01.10), «*Каждая поездка на счету*» («РГ», 02.10.09), «*Работа не волк, в лесу не найдешишь*» («МК», 26.10.09), «*У “Ростехнологий” за пазухой*» («Саратовская областная газета», 22.07.08), «*Не рой другому... котлован*» («Саратовский Арбат», 23.07.08), «*Икра да теша – пища наша!*» («КП», 18.09.08), «*Сапоги или жизнь*» («СВ-Суббота», 1.08.08), «*Язык до Америки доведет*» («Аргументы недели», 07.08.08), «*Жадность вкладчика погубит*» («РГ», 05.09.08), «*Без власти в голове*» («МК», 22.01.11), «*Полиция в законе*» («МК», 25.01.11), «*Аспирин в законе*» («МК», 21.01.11), «*Черт-те что и сбoku Киркоров*» («МК», 17.01.11), «*Дешевового роуминга два года ждут?*» («МК», 14.01.11), «*Турист в поле не воин*» («МК», 18.09.09), «*Один на корте не воин*» («РГ», 10.10.08), «*Подложили змею*» («РГ», 1.10.08), «*“Зверей” по осени считают*» («РГ», 10.10.08), «*Голы в конце туннеля*» («РГ», 11.12.08), «*Страховка рубль бережет*» («РГ», 06.11.08), «*Тариф в конце туннеля*» («РГ», 02.10.2008), «*Язык до работы доведет*» («РГ», 31.10.2008), «*Корабли раздора*» («РГ», 10.10.08), «*“Опель” раздора*» («РГ», 11.11.09), «*Зерно раздора*» («РГ», 13.11.09), «*Лес преткновенения*» («РГ», 26.10.09), «*НДС преткновенения*» («РГ», 16.10.08), «*Срубить, нельзя помиловать*» («МК», 09.02.09), «*Капли вирус точат*» («РГ», 10.11.09), «*В коровнике часов не наблюдают*» («МК», 26.10.09).

2) **Фразеологическая паронимазия** основана на использовании паронимов при лексической трансформации. В некоторых случаях этот приём близок к каламбуру – словесной игре, шутке: «*Спасите эти туши!*» («МК», 07.07.08), «*На NET суда нет*» («РГ», 12.11.08), «*К преступности применят радикальные камеры*» («МК», 05.03.09), «*Во главе угла*» («РГ», 15.10.08), «*Нет дома без огня*» («РГ», 04.07.08), «*Что такое хорошо и что такое плохо*» («МК», 25.01.11), «*Сборы в законе*» («МК», 20.01.11), «*Тайна, покрытая прахом*» («МК», 19.01.11), «*Босх с ними*» («РГ», 07.10.08), «*В КХЛ показали, где драки зимуют*» («МК», 11.01.10), «*Из москвичей выйдет долг*» («МК», 15.01.10), «*Взятки гадки: исправить оценку первоклашке стоит 500 рублей*» («АиФ», 03.02.10), «*У подростков – плохи тела*» («МК», 02.03.10), «*С милым рай в гараже*» («МК», 15.10.09), «*Чinovники знают ток в деньгах*» («МК», 22.09.09), «*Вина замедленного действия*» («МК», 14.10.09), «*Порок изобилия*» («РГ», 1.10.09), «*В родных сенатах*» («РГ», 02.12.10).

3) **Изменение количества компонентов фразеологизма** – расширение или сокращение состава устойчивого сочетания слов с целью его актуализации. Сокращение состава фразеологизма обычно связано с его переосмыслением, напри-



мер: «По осени считают» («РГ», 12.10.09), «Из двух зол» («РГ», 05.10.09), «Пост принял» («РГ», 02.10.09), «Дым без огня» («РГ», 22.10.08), «Хоть трава не расти», «Свято место» («РГ», 04.12.08), «Чем дальше в лес...» («РГ», 17.11.08), «Хотелось как лучше» («Саратовский Арбат», 23.07.08), «Кто старое помянет» («РГ», 14.08.08), «Спусти рукава» («РГ», 25.06.08), «Дважды в одну воду» («РГ», 01.12.10). Противоположностью редукции является расширение состава фразеологизма за счет добавления новых компонентов, например: «Банкротство: договор дороже денег» («АиФ», 18.01.08), «Труд не на жизнь, а на смерть» («Саратовские вести», 1.08.08), «Здоровье не купишь, но можно продать» («МК», 12.10.09), «Молчание Пхеньяна – золото» («РГ», 20.12.10). Определение, введенное во фразеологизм, расширяет его смысл: «Металлическое яблоко раздора» («МК», 25.01.11); «“Нежная душа” нараспаишку» («МК», 21.10.09); «Кот в денежном мешке» («МК», 21.10.09).

4) **Контаминация фразеологизмов** – соединение в новом выражении частей разных, но близких по смыслу фразеологических единиц. Существует два вида контаминации:

а) линейное соединение, когда два фразеологизма следуют один за другим: «Канада раздула скандал на пустом месте» («МК», 01.03.09), контаминация идиом «на ровном месте» и «раздуть скандал»; «На краю долговой ямы» («РГ», 21.12.10), контаминация фразеологизмов «на краю пропасти» и «долговая яма»;

б) скрещивание, когда у двух устойчивых сочетаний есть общий элемент: «Стреляного воробья на мякине не проведешь» – общий элемент воробей; «Пробный камень за пазухой» – общий элемент камень.

5) **Синтаксическая трансформация**, при которой утвердительная конструкция может быть заменена отрицательной либо повествовательное предложение – вопросительным с лексическими сдвигами или без них, например: «Не с пылу, не с жару» («РГ», 17.07.08), «Размер имеет значение» («МК», 6.08.08), «Взятки не гладки» («РГ», 10.11.08), «Свято место не пусто» («РГ»,

8.12.08), «Снова нездорово» («МК», 29.01.10), «Неестественный отбор» («РГ», 11.11.09), «С выпускников взятки не гладки» («МК», 19.10.09).

Кроме того, при синтаксической трансформации может происходить замена видов синтаксической связи: «И взять, и дать» («РГ», 06.10.09), «Правительство и лечит, и калечит» («МК», 01.12.08).

Возможна также перестановка компонентов фразеологизма местами с изменением смысла всего выражения: «Пусто место свято не бывает» («МК», 14.11.10).

Используя преобразованный фразеологизм для оформления заголовка, автор раскрывает его значение в тексте статьи. Этот речевой приём, обладая повышенной информативностью, активизирует восприятие мысли автора читателем. Так или иначе значение модифицированного фразеологизма раскрывает сущность факта, описываемого журналистом. Фразеологический каламбур выделяет существенную сторону изображаемого, его внутренние противоречия и неожиданные связи.

Таким образом, в языке средств массовой информации происходит активный процесс трансформации традиционного фразеологического фонда, который находит выражение прежде всего в заголовках статей. В результате в настоящее время фразеологизмы в их стандартной форме употребляются намного реже, чем всевозможные их комбинации и каламбуры. Фразеология в языке современных газет служит хорошим «помощником» для создания новых, неожиданных, запоминающихся образов, средством языковой игры и повышения информативности.

Примечания

- ¹ Костомаров В. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
- ² См.: Телия В. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.
- ³ См.: Фёдоров А. Фразеологический словарь русского литературного языка. М., 2008.