

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ

Гезит беттериндеги беренелердин аталыштарындагы фразеологизмдердин колдонуу
ыкмалары жана өзгөрүшү

Use and transformation of phraseological units in the titles of the newspapers articles

Аннотация: в статье рассматривается фразеология в заголовках средств массовой информации Кыргызстана. Как показало исследование, и форму, и семантическое наполнение практически любого фразеологизма возможно трансформировать, нарастив таким образом его экспрессию. В отличие от классических, трансформированные фразеологизмы направлены на показ современной ситуации в социуме, в связи с чем стало частым их использование в заголовках газетных статей.

Аннотация: макалада Кыргызстандагы жалпыга маалымдоо каражаттарынын аталыштарындагы фразеологизмдер каралат. Изилдөөлөр көрсөтүп тургандай кайсы гана фразеологизм болбосун, анын формасын, семантикалык толукталышын жана маанисин өзгөртсө болот. Өзгөртүлгөн фразеологизмдердин заманбап жашоого ылайыкталышы, алардын гезит беттериндеги беренелерде көп колдонулушуна алып келүүдө.

Annotation: the article analyses phraseological units in the titles of articles of Kyrgyzstan 's media. As the analysis demonstrated, the form and the semantics of almost any phraseological unit can be transformed for increasing its expression. Transformed phraseological units are illustrated the situation in society, and therefore their use in the titles of newspaper articles has become frequent.

Ключевые слова: трансформация фразеологизмов; заголовки статей; средства массовой информации.

Негизги сөздөр: фразеологизмдердин өзгөрүшү (трансформациялоо); беренелердин аталышы; жалпыга маалымдоо каражаттары.

Keywords: transformation of phraseological units; titles of articles; media.

Основные функции публицистики - это информативная и воздействующая, главная черта публицистического текста-оценочность, которая чаще всего отрицательна. Публицисты используют достаточно широкий спектр языковых средств для

достижения отрицательной оценочности. Один из способов – это использование фразеологизмов, которые становятся средством иронии, пародии, карнавализации, диалогизации и ёрничества, и благодаря которым усиливается воздействующий эффект восприятия публицистического текста. [1, 130]

В качестве материала исследования нами была выбрана газета «Вечерний Бишкек» (далее ВБ) за период с 01.01.2016 г. по 31.12.2016 г. Данное издание содержит, в отличие от других газет Кыргызстана, большое количество фразеологических единиц в заголовках статей (нами было выявлено 113 таких заголовков). Так как мы вслед за Н. М. Шанским придерживаемся широкого понимания фразеологии, в сферу нашего исследования попадают не только собственно фразеологизмы и фразеологизировавшиеся выражения, но и афоризмы, крылатые и устойчивые выражения.

Прежде всего нами была проведена классификация по источнику. Желание журналистов разнообразить палитру выразительных средств своей речи, а также привлечь внимание читателей приводит к обращению к самым различным группам устойчивых выражений.

1. Собственно фразеологизмы (в узком смысле): *Делят деньги, которых еще нет; Как глоток свежего воздуха; Дать на орехи; Снега не выпросишь; Дело техники; Земля преткновенения; Сводой играют, как с огнем; Палки в медицинских колесах; Не 30 сребреников, а 30 процентов; Не давайте на лапу; Вселенский потоп в столице; Бельмо на глазу; Нацбанк дело знает; Не как по маслу и др.* – всего 52 единицы.

2. Пословицы, поговорки, крылатые слова и афоризмы: *Обещанного три года ждут; И стены помогают; Познается в сравнении; Союзники бранятся – только тешатся; Крутое место пусто не бывает; С миру по нитке; Беда на дне бутылки; Своя «кредитка» ближе к телу; Хорошему инвестору митинги не помеха; Была проблемы, да сплыла; Кому заборы по колено; Сделал тело – побеждай смело; За экстремизм ответишь; Закон – не дышло; Не зная броду, не лезь в воду; Бочка меда...; Да пошли вы в баню!; Вода под лежащего фермера не потечет* др. – всего 30 единиц.

3. Известные выражения из произведений литературы: *А вуз и ныне там; У политики не женское лицо; «Дордой» скорее жив, чем мертв; Зри в недра; Во франчайзи я пойду – пусть меня научат; Одной группы крови; Белеет школа одиноко; Ударим монорельсой по бездорожью; Нет, это Рио-де-Жанейро!; Он памятник воздвиг рукотворный;*

Сносить, и никаких гвоздей; Откуда сомишки? Из Нацбанка, вестимо; Первый раз в первый класс? Кошелек пустеет враз! – всего 14 единиц.

Трансформированное выражение	Исходное выражение
« <i>Делят деньги, которых еще нет</i> »	Делить шкуру неубитого медведя
« <i>А вуз и ныне там</i> »	«А воз и ныне там...» (И. Крылов «Лебедь, рак и щука»)
« <i>Не ассенизаторы мы, не плотники</i> »	«Не кочегары мы, не плотники...» («Марш монтажников», сл. В. Котова, муз. Р. Щедрина)
« <i>Союзники бранятся – только тешатся</i> »	Милые бранятся – только тешатся
« <i>Глобальный кризис – это минус, но мы в партнерстве – это плюс</i> »	«Мы так страдали – это минус, Теперь мы вместе – это плюс» (песня Пса и Болонки из м/ф «Пес в сапогах»)
« <i>Дордой</i> скорее жив, чем мертв»	«Больной скорее жив, чем мертв» (А. Толстой «Буратино»)
« <i>Во франчайзи я пойду – пусть меня научат</i> »	«...я б детей лечить пошел, пусть меня научат» (В. Маяковский «Кем быть?»)
« <i>Инженер, изобретатель и просто красавица</i> »; « <i>Супруги, мамы и просто красавицы</i> »	«Студентка, комсомолка, спортсменка, наконец, она — просто красавица!» (к/ф «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика», реж.Л. Гайдай)
« <i>Будем дружить культурами</i> »; « <i>Будем дружить парламентами</i> »	«Будем дружить домами» (к/ф «Москва слезам не верит», реж.В. Меньшов)
« <i>В театре только парни</i> »	к/ф «В джазе только девушки, или Некоторые любят погорячее» (англ. Some Like It Hot) реж. Б. Уайлдера
« <i>Под крышей дома одного</i> »	«Под крышей дома твоего...» (песня «Крыша дома твоего», сл. и муз. Ю. Антонова)
« <i>Бюджет: куда уходят деньги</i> »	«Куда уходит детство» (сл. Л. Дербенева, муз. А. Зацепина).
« <i>Радио не стареет душой</i> »	«Главное, ребята, сердцем не стареть» (сл. С. Гребенникова и Н. Добронравова, муз.А. Пахмуговой).

4. Известные выражения из кино- и мультфильмов, их названия: *Место встречи изменить можно; Инженер, изобретатель и просто красавица; Супруги, мамы и просто красавицы; Есть такая профессия – Родину защищать; Будем дружить культурами; Будем дружить парламентами; Кыргызстан, открой личико; В театре*

только парни; О баксе заморском замолвите слово; Моргала выколою; Все бегут?; Каникулы строгого режима; Золото и бриллианты – всего 13 единиц.

5. Слова и названия известных песен: *Не ассенизаторы мы, не плотники; Глобальный кризис – это минус, но мы в партнерстве – это плюс; Под крышей дома одного; Бюджет: куда уходят деньги; Радио не стареет душой; Один раз в год сады цветут; И танки наши быстры; Поделись улыбкою своей; Давай до свидания!; Скованная одной болью; На границе люди ходят хмуро; В нашем доме поселился замечательный сосед... – всего 12 единиц.*

Многочисленность групп собственно фразеологизмов и распространенных крылатых слов и афоризмов говорит о том, что, фразеология, используемая в газетных заголовках, все же традиционна. Однако употребление фразеологизмов в обычной форме с присущим им значением не всегда дает нужный эффект. Часто встречающиеся факты «перестройки» фразеологизма, а также факты фразеологизации известных выражений (из фильмов, песен) говорят о том, что язык СМИ стремится расширению круга выразительных средств.

О новых способах трансформации фразеологизмов писали Н. М. Шанский, Л. П. Крысин, В. Н. Телия и многие другие известные исследователи русской фразеологии. Изменения фразеологизмов позволяют журналистам избегать штампов, так как в этих случаях «фразеологизм получает, помимо свойств, заложенных в нем самом (а иногда и вопреки им), новые экспрессивные свойства». [2, 10]

Т. С. Гусейнова пишет: «...отклонения от нормы, традиционного облика устойчивой единицы, выступающей в качестве заглавия газетной статьи, уточняет ее содержание, выделяя такое заглавие в общем потоке названий публицистических материалов» [3, 7], поэтому в заголовках газетных статей трансформированные фразеологизмы играют особенно важную роль.

Рассмотрим основные способы трансформации фразеологизмов и близких к ним выражений в заголовках газеты «Вечерний Бишкек».

1. Замена одного или нескольких лексических компонентов фразеологической единицы.

Можно привести достаточно большое количество измененных таким образом фразеологизмов: *Крутое место пусто не бывает; Своя «кредитка» ближе к телу; Земля преткновения; Кому заборы по колено; Закон – не дышло; За экстремизм ответишь; Хорошему инвестору митинги не помеха; Откуда сомшишки? Из Нацбанка,*

вестимо; Вода под лежащего фермера не потечет; Не было бы счастья, да саммит помог; Кто нам сможет ГЭС построить... и т. д.

Замена слов в приведенных фразеологизмах не влечет за собой изменения общего смысла высказывания. В следующих примерах замена одних слов другими в структуре фразеологизма приносит в нее что-то новое.

«*Место встречи изменить можно*» (ВБ от 22.01.2016 г.) - в названии известного фильма режиссера С. Говорухина изменено одно слово, которое полностью изменяет смысл высказывания. В статье под этим заголовком шла речь о коворкинг-центрах, в которых можно работать, сняв помещение на срок от 1 дня до 1 года.

«*У политики не женское лицо*» (ВБ от 29.01.2016 г.) - трансформировано название произведения С. Алексиевич «У войны не женское лицо». В статье поднимались вопросы, связанные в Парламентом КР, в том числе – о количестве женщин-депутатов в нем.

«*Хата с краю. Продам ли? Не знаю*» (ВБ от 19.02.2016 г.) - пословица «моя хата с краю – ничего не знаю», обозначающая равнодушное отношение к чему-либо, изменена, во-первых, как синтаксическая структура: из одного предложения сделано три, но при этом сохранен ритм; во-вторых, слово «хата» выступает в прямом значении, а элемент «Продам ли?» обозначает проблему, затронутую в статье – рынок жилья в Кыргызстане.

«*И в тесноте, и в обиде*» (ВБ от 20.05.2016 г.) - изменена пословица «в тесноте, да не в обиде», причем таким образом, что значение ее стало прямо противоположным. То же можно сказать и о заголовке «*Закон – не дышло*» (ВБ от 21.06.2016 г.)

«*Он памятник воздвиг рукотворный*» (ВБ от 1.07.2016 г.) - строка из стихотворения А. С. Пушкина «Памятник» использована в названии статьи, рассказывающей об отставном военном из Ат-Баши, который на свои средства воздвиг памятник ветеранам Великой отечественной и Афганской войн. Пафос стихотворения А. Пушкина задает эмоциональный тон статьи, замена же слова «нерукотворный» на «рукотворный» приводит к тому, что разрушается перифраза «памятник нерукотворный» (=поэтическое наследие) и слово «памятник» выступает в прямом смысле.

«*Сносить, и никаких гвоздей*» (ВБ от 6.07.2016 г.) – конечные строки стихотворения В. Маяковский «Необычайное приключение, бывшее с Владимиром Маяковским летом на даче» «...светить – и никаких гвоздей! Вот лозунг мой и Солнца!» использованы только как

яркая форма для иного содержания. Замена слова «светить» словом «сносить» приводит не только к изменению смысла фразы, но и к изменению эмоциональной тональности: у В. Маяковского – это жизнеутверждающий пафос, приподнятый тон, в газетном заголовке – указание, приказ, не подлежащий обсуждению.

Данный вид трансформации – самый распространенный: более половины трансформированных фразеологизмов изменены именно таким способом. Это связано с тем, заголовок с таким фразеологизмом выполняет одновременно две функции: привлекает внимание своей яркой формой и образностью и заостряет внимание на определенной проблеме.

2. Расширение фразеологизма за счет введения добавочных компонентов, в принципе, играет ту же роль, что и его изменение: прежде всего, это привлечение внимания. Введенный же элемент четко обозначает проблему и дает ей оценку.

«*С миру по нитке для платья Айым*» (ВБ от 15.01.2016 г.). В статье идет речь о молодом дизайнере, которая начала сбор средств для осуществления своего проекта на всемирной бирже для стартапов kickstarter.com. Ничего нового в значении фразеологизма не привносится, слова «для платья Айым» только уточняют, для кого собираются средства.

«*Первый раз в первый класс? Кошелек пустеет враз!*» (ВБ от 19.08.2016 г.). Фраза «в первый раз в первый класс» очень известная, она восходит к стихотворению «В первый раз в первый класс» Б. Беловой и прочно связана с Днем знаний. В данном заголовке расширение ее происходит за счет рифмованного продолжения, которое сразу обозначает проблему, поднятую в статье, – большие затраты на школьные принадлежности.

«*От школьных ворот — поворот*» (ВБ от 9.09.2016 г.). В данном случае фразеологизм «от ворот поворот» распространяется словом, которое обозначает проблему статьи: «первый звонок прозвенел далеко не для всех – тысячи детей в этом году так и не сели за парты». Тот же прием использован в заголовке статьи о проблемах в медицине Кыргызстана: «*Палки в медицинских колесах*» (ВБ от 24.03.2016 г.), и о ливневых дождях, приведших к подтоплениям: «*Вселенский потоп в столице*» (ВБ от 11.05.2016 г.).

«*С водой играют, как с огнем*» (ВБ от 23.03.2016 г.). Во фразеологизм «играть с огнем» вставлена метафора «играть с водой», которая обозначает главный вопрос статьи – споры между

Узбекистаном и Кыргызстаном о доступ к воде в приграничной зоне. Данные споры могут привести к обострению политической ситуации между двумя странами – предупреждает автор статьи, – а это опасно.

3. Усечение фразеологической единицы.

«*За двумя зайцами*» (ВБ от 6.08.2016 г.). Ср.: «за двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь». Статья поднимает вопрос о слиянии ДПС и ППС одну структуру и о минусах такого слияния.

«*И стены помогают*» (ВБ от 20.01.2016 г.). Ср.: «дома и стены помогают». В статье приведены отклики пациентов Национального хирургического центра, в котором был проведен ремонт. Убрав первое слово пословицы, автор не только сократил выражение, но и приспособил его к той ситуации, которая описана в статье.

То же можно сказать и о заголовке «*Познается в сравнении*». Статья рассказывает о новом созыве ЖК, который «намного слабее в профессиональном плане предыдущих». Убрав слово «все», автор заострил внимание читателей на данной конкретной теме.

Статья под заголовком «*Бочка меда...*» (ВБ от 12.02.2016 г.) начинается так: «На данный момент почти в полной мере реализованы две части из четырех степеней экономической свободы, гарантированной членством в ЕАЭС». Несколько приподнятый тон статьи диссонирует с усеченным фразеологизмом в заголовке. Его можно прочитать как «Бочка меда, в которой нет ложки дегтя». Однако общеизвестная пословица «Ложка дегтя в бочке меда» имеет значение «незначительная, но неприятная мелочь испортила что-либо хорошее», поэтому в заголовке чувствуется насмешка.

Статья под заголовком «*Золото и бриллианты*» (ВБ от 3.05.2016 г.) рассказывает о задержании воров-домушников. Отсылка к фильму режиссера Л. Гайдая «Бриллиантовая рука» (Диалог Семена Семеновича с женой: «- *Что у тебя там? - Золото, бриллианты!*»), на наш взгляд, не совсем удачна, так как фильм посвящен все же не ворам, а мошенникам. Но в качестве указания на украденные ценности такое заглавие возможно.

«*Нет, это Рио-де-Жанейро!*» (ВБ от 6.07.2016 г.) – заголовок статьи о начале XXXI Олимпийских игр в Бразилии отсылает к фразе Остапа Бендера из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок» – «Нет, это не Рио-де-Жанейро!». Убрав частицу «не», автор не просто сменил отрицание на утверждение, но таким образом напомнил, что организаторы игр в Рио-де-Жанейро, столкнувшись с большими

трудностями, все же преодолели их и намерены провести Игры на самом высоком уровне.

4. Контаминация фразеологизмов.

«Сегодня – на коне, а завтра на щите» (ВБ от 12.02.2016 г.) – заголовок совмещает в себе три образных выражения: фразеологизм «быть на коне», афоризм «Со щитом или на щите» и пословицу «Сегодня густо, а завтра пусто». Статья посвящена неожиданному освобождению от исполнения обязанностей некоторых депутатов ЖК, поэтому контаминацию здесь можно назвать уместной и удачной. Такое «скрещение» вовлекает исходные выражения в новую образную систему. Это придает особую семантическую емкость и экспрессивность подобным каламбурам.

«Одной группы крови» - здесь соединены два общеизвестных выражения: «Мы с тобой одной крови – ты и я» (восходит к книге Р. Киплинга «Маугли») и медицинский термин «группа крови». На круглом столе на Неделе кино России, на которой побывала Л. Чурсина, Г. Базанов напомнил ей, что их пути пересекались, по крайней мере, дважды. В отличие от предыдущей, данную контаминацию мы не считаем удачной, так как даже усеченная конструкция «одной крови» несет в себе больше образности, а ассоциации с медицинским термином просто перегружают заголовок.

Несмотря на то, что семантические преобразования используются в публицистике гораздо реже, они остаются излюбленным приемом трансформации у многих журналистов.

5. Буквализация значения фразеологической единицы. В этом случае сохраняется синтаксическая структура фразеологизма и характер образного обозначения отношений, но утрачивает свое метафорическое значение и воспринимается буквально.

«Зри в недра» (ВБ от 4.05.2016 г.) – заголовок статьи, посвященной проблемам горнодобывающей отрасли, восходит к известному шутовскому афоризму Козьмы Пруткина «Зри в корень!». В данном случае от приобретает буквальный смысл «Изучай недра Земли».

«Скованная одной болью» (ВБ от 5.08.2016 г.). Статья посвящена девушке, оставшейся после автоаварии инвалидом. Название статьи отсылает к песне группы Nautilus Pompilius «Скованные одной цепью» (сл. И. Кормильцева, муз. В. Бутусова), которая остро отзывается на социальные и идеологические проблемы позднего периода советской власти. Замена слова «цепь» словом «боль» и дальнейшее раскрытие темы в статье приводит к буквальному пониманию фразы.

6. Переосмысление фразеологической единицы также не затрагивает лексико-грамматический состав фразеологизма, однако смысл его толкуется по-новому. Единственный подобный пример – заголовок ВБ от 3.05.2016 г. *«Апрельские тезисы»* – никак не соотносится с известными «Апрельскими тезисами» В. И. Ленина. В статье говорится о студентах медицинского факультета КРСУ, выступавших с докладами на международных конференциях в апреле 2016 г., что, по-видимому, и навело автора на мысль о таком заголовке.

Приведенные примеры показывают, насколько широки возможности использования фразеологизмов таким образом, чтобы текст смог вызвать интерес читателя уже самим заголовком. Частотную трансформацию фразеологизмов в публицистике можно объяснить тем, что таким образом наращивается экспрессия устойчивого выражения. Однако, если авторы газетных заголовков слишком часто прибегают к трансформации (так, в одном номере ВБ встречается иногда по 6-7 трансформированных фразеологизмов), стиль газеты становится однотипным и во многом предсказуемым. Кроме того, в этом случае резко ускоряются нормальные темпы высказывания и сильно изменяются формы выражений.

Приемы языковой игры с фразеологией также заставляют задуматься еще об одной проблеме. Б. А. Ларин писал: «Фразеологизмы всегда косвенно отражают воззрения народа, общественный строй, идеологию своей эпохи» [4,12]. Если классические фразеологизмы, являясь частью культуры, преимущественно отражают мировоззрение нации, то трансформированные направлены на показ современной ситуации в социуме. Измененные фразеологизмы как средство привлечения внимания зачастую пародируют тексты, которые являются значимыми для многих поколений (*«Сносить, и никаких гвоздей»*, *«У политики не женское лицо»*, *«И танки наши быстры»*) и др.) Подобные игры заставляют нас задуматься об этической стороне трансформации фразеологизмов, что, по-видимому, становится общей проблемой современной речевой практики СМИ.

Литература

1. Селиверстова Е. И. Традиционное и новаторское в пословицах языка СМИ // Филологические науки. – 2004. – № 5. – С. 128-131.
2. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1985
3. Гусейнова Т. С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Махачкала, 1997. 188 с. РГБ ОД, 61:97-10/347-0
4. Ларин Б. А. Очерки по фразеологии. О систематизации и методах исследования фразеологии. Л.: Учен. зап. Ленингр. ун-та, 1956. 196 с.
5. Газета «Вечерний Бишкек» [сайт] [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.vb.kg>