

ЯЗЫК СМИ

УПОТРЕБЛЕНИЕ ТРАНСФОРМИРОВАННЫХ И НЕТРАНСФОРМИРОВАННЫХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ РОССИИ И ИСПАНИИ

О.А. Шевченко

Кафедра общего и русского языкознания
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье говорится об активном использовании в современных российских и испанских СМИ трансформированных и нетрансформированных фразеологических единиц. В результате такого использования усиливается экспрессивность фразеологизма, а также возникают его новые контекстные интерпретации.

Ключевые слова: язык СМИ, фразеологизмы, экспрессивность.

Качественные изменения языка современных печатных СМИ, совмещение в них информативной и воздействующей функций, борьба за внимание адресата обусловили необходимость постоянного поиска новых оригинальных экспрессивных языковых средств. «Выполнение главной коммуникативной задачи — информировать читателя — осложняется необходимостью воздействовать на него: журналисты ищут такие средства выражения, которые обеспечивали бы как информационную, так и эмоционально-экспрессивную насыщенность медиатекстов» [7. С. 451]. Именно этим объясняется увлечение их авторов использованием в стилистических целях в медиатекстах трансформированных и нетрансформированных фразеологических единиц (далее — ФЕ).

Ярко выраженная экспрессивность и эмоционально-оценочное значение фразеологизмов позволяют использовать их в различных стилистических целях: для усиления экспрессивной окраски и выразительности речи, создания эффекта ироничности и как одно из средств для выражения авторской точки зрения. Как отмечает И.Б. Голуб, «сама природа фразеологизмов, обладающих яркой образностью, стилистической окраской, создает предпосылки для их использования в экспрессивной, и, прежде всего, в художественной и публицистической речи. Эстетическая роль фразеологических средств определяется умением автора отобрать нужный материал и ввести его в текст. Такое употребление фразеологизмов обогащает речь, служит „противоядием“ против речевых штампов» [5. С. 120].

ФЕ присуща высокая степень метафоричности, особый эмоциональный и экспрессивный потенциал. В силу этих своих особенностей они стали обязательным стилистическим компонентом языка современных СМИ России и Испании. Все типы ФЕ (фразеологические сращения, фразеологические единства, фразеологические сочетания, фразеологические выражения) могут быть «источником эмоционально-экспрессивного нагнетания» [8. С. 104], являющегося средством воздействия на читателя и реализации конструктивно-стилевых особенностей газетной речи.

Специфика употребления ФЕ в современных российских и испанских периодических изданиях определяется единством организующе-воздействующей функции убеждения и информационно-содержательной функции сообщения. Приведем конкретные примеры.

1. «Путин... поздравил господина Януковича с победой на выборах. Но поздравление то, прозвучавшее до официального объявления результатов голосования, *вышло* для лидера Партии регионов *боком...*» (Огонек. № 2. 18-01-2010), (разг., «*иметь неприятные последствия*»).

2. «Так, казалось бы, невыгодный проект по реконструкции панельных пятиэтажек стал для московских строителей *золотым дном*» (Огонек. № 11. 22-03-2010), (книжн., «*неисчерпаемый источник обогащения*»).

3. «*Fue la gota que colmó el vaso de la paciencia* de Génova, que decidió de inmediato suspenderlo de militancia, con lo que a la vez dejaba en evidencia a Camps (El País. 30-10-2009), (книжн., «*капля, переполнившая чашу терпения*»).

4. «...sabe bien que sólo *un clavo saca otro clavo* y el Barcelona necesitaba la victoria en Kazán para curar la derrota ante el Rubín hace quince días» (El País. 14-11-2009), (разг. «*клин клином вышибают*»).

В вышеприведенных примерах благодаря использованию фразеологизмов с разной стилистической окраской достигается выполнение сразу двух основных функций медиасообщения: информирование и эмоциональное воздействие на читателя.

В стилистических целях фразеологизмы могут использоваться по-разному — как в трансформированном, так и в нетрансформированном виде. Сегодня СМИ России и Испании изобилуют примерами использования нетрансформированных ФЕ с различной стилистической окраской. При этом форма и семантика ФЕ сохраняется в кодифицированном виде, а стилистический эффект возникает в результате взаимодействия фразеологизма с контекстом.

1. «*Масла в огонь подлили* и западные журналисты, посвятившие „русскому допингу“ 6 из 15 вопросов на пресс-конференции Жака Рогге» (Огонек. № 6. 15-02-2010).

2. «*Фактически львиная доля* профессионального спорта сегодня отдана на откуп предпринимателям...» (Огонек. № 11. 22-03-2010).

В вышеприведенных примерах в газетный текст проникают фразеологические выражения с разговорной стилистической окраской: «*подлить масла в огонь*» («*какими-либо действиями, поступками обострять отношения, усиливать какие-либо настроения*»; чаще отрицательное значение) и «*львиная доля чего-либо*» («*большая и обычно лучшая часть чего-либо*»). Такой прием позволяет журналисту привлечь внимание читателя и служит средством выражения авторской позиции по поводу описанного события.

3. «...в условиях напряженного московского трафика и ставших *притчей во языцех* пробок именно гибриды (автомобили с гибридным приводом) сберегают своим поклонникам деньги, которые *вылетают в трубу* для владельцев других автомобилей» (НГ. 08-10-2010).

Данный пример интересен тем, что в пределах одного предложения автор употребляет две ФЕ с различной стилистической окраской: фразеологическое сращение «*притча во языцех*» («предмет всеобщих разговоров») с книжной стилистической окраской и фразеологическое единство «*вылететь в трубу*» (т.е. «потерять деньги, обанкротиться, сделаться несостоятельным») с просторечной окраской. Отметим, что такое соединение в одном контексте языковых единиц разных стилистических регистров, или процесс стилистического динамизма, является характерной чертой современных российских СМИ.

4. “*Era el último topo*” (дословно «я был последней обезьяной»). Me llamaban de usted. Me marginaban. Pero yo no me manifesté con un cartel de “Sí al aborto” («Я был нулем без палочки. Меня называли на “Вы”. Меня принижали. Но я не вышел с плакатом «“Да” абортам»») (El País. 18-08-2010).

5. “El equipo económico *se ha agarrado al clavo ardiendo* (дословно «схватила за раскаленный гвоздь») de que las estadísticas del último trimestre han sido mejores que los avances publicados por el Banco de España” («Команда экономического развития *хватается за соломинку* статистических данных, которые в последнем квартале были лучше прогнозов Испанского Банка») (El País. 14-11-2009).

В вышеприведенных примерах авторы используют фразеологические сочетания с разговорной стилистической окраской (“*ser el último topo*” «*быть нулем без палочки*»; “*agarrarse al clavo ardiendo*” «*хвататься за соломинку*»), в результате чего усиливается эмоционально-экспрессивная составляющая текста, возникают оригинальные метафоры, которые не только оказывают воздействие на читателя и помогают автору выразить свою точку зрения, но и становятся источником экспрессивного эффекта.

Таким образом, мы видим, что «фразеологические богатства языка оживают под пером талантливых... публицистов и становятся источником новых художественных образов, шуток, неожиданных каламбуров» [5. С. 121]. Те российские и испанские журналисты, которые обладают тонким лингвистическим вкусом и креативным мышлением, зачастую относятся к фразеологическим единицам как к «сырью», которое подлежит творческой обработке.

Чаще всего журналисты преобразуют фразеологизмы, которые имеют наиболее высокую степень устойчивости лексического состава и ярко выраженную экспрессивную окраску. Это происходит потому, что фразеология — это «капризная и неуловимая вещь»: практически каждое слово в составе фразеологизма в той или иной степени изменяет свою семантику. Изменения в первую очередь зависят от того, насколько тесно слова «притерты» друг к другу, т.е. от степени спаянности компонентов [6. С. 44].

Рассмотрим различные типы трансформации ФЕ и их использование в современных медиатекстах России и Испании.

I. Использование фразеологизма с частичной трансформацией, при которой изменяется семантика, но сохраняется форма ФЕ:

1) заголовок «*Курам на смех*» (НГ. 02-03-2006) — это фразеологическое сращение с разговорной стилистической окраской, которое используется для характеристики чего-то совершенно нелепого, несуразного, глупого. В статье данное фразеологическое сращение наполняется другим смыслом: речь в ней идет о том, что информация о распространении птичьего гриппа отрицательно сказывается лишь на сбыте птицеводческой продукции и что нет никакой угрозы самому промышленному сектору;

2) заголовок «*El medio es el remedio*» (El País. 12-11-2010) представляет собой фразеологизм, которому в русском языке соответствует фразеологическое сращение «*против лома нет приема*». При этом в испанском тексте можно наблюдать следующую игру смыслов: слово «*medio*» многозначно, и в заголовке оно используется как часть ФЕ и может быть переведено как «*способ, средство*», а в тексте статьи реализуется другое значение этого слова — «*средство массовой информации*». Следовательно, на основе игры с омонимами заголовок может быть наполнен двумя смыслами: в статье автор говорит о том, что развитие средств массовой коммуникации и новых технологий (общедоступный Интернет, электронные карты оплаты и т.д.) может стать средством решения внутренних проблем страны. При этом первое значение («*medio*» как «*прием, способ*») реализуется еще до прочтения текста статьи, а второе («*medio*» как «*средство для достижения чего-то*») — уже после знакомства с ее содержанием. Таким образом, игра с омонимами позволяет автору статьи наполнить заголовок двумя смыслами.

II. Использование ФЕ с таким типом трансформации, когда изменяется форма, но сохраняется семантика:

1) «Очень популярная ныне стратегия среди начальников с определенным прошлым: где умный человек *прячет камушек?*» (Огонек. № 7. 22-02-2010). В данном примере автор статьи использует фразеологическое выражение «*прятать камень за пазухой*» в измененной его форме, но при этом семантика изначального фразеологизма сохраняется («*таить зло на кого-то, готовить подлость*»);

2) «*Куда кривая автопром вывезет*» (НГ, 03-04-2010). В данном заголовке автор расширяет состав фразеологизма «*куда кривая вывезет*», который обладает разговорной стилистической окраской и означает «*пусть будет так, как получится, как случится; будь что будет*». Использование данного трансформированного фразеологизма в заголовке придает статье иронический характер: несмотря на финансовую поддержку правительства и госгарантии, неизвестно, что все-таки будет с развитием отечественной автомобильной промышленности;

3) «*Barack Obama aprovechó ayer que la herida sigue fresca para, con el dedo metido en la llaga* (дословно “палец, бередящий язву”), *reclamar una drástica reforma de la regulación financiera, antes de que todo se olvide*» (El País, 15-09-2009). В данной статье автор говорит о том, что президент Обама заявил, что рана, «*посыпанная солью*», еще остается открытой, и необходимо решительное и незамедлительное приведение в порядок финансовой системы. Автор использует в своей

статье трансформированный фразеологизм «*сыпать соль на рану*» («*poner el dedo en la llaga*») в значении уже свершившегося факта, а не процесса (в тексте статьи — «*рана с насыпанной на нее солью*»);

4) в статье «*La extraña supernova que se metió en nuestros huesos*» (дословно «*пробрала до костей*») (ABC. 20-05-2010) («Странная сверхновая звезда, пробравшая нас до костей») происходит актуализация прямого значения ФЕ. Статья посвящена тому, что ученые открыли новый вид вспыхивающих звезд, которые могут помочь разгадать некоторые тайны устройства Вселенной, а также объясняют наличие кальция в скелете человека. Автор употребляет разговорный фразеологизм «*пробрать до костей*» («*meterse en los huesos*»), который получает в результате языковой игры другое содержательное наполнение: метафорическое значение «*пронять насквозь*» (напр., *страх, мороз* и т.п.) уступает место прямому значению (химическое вещество в результате определенных астрономических процессов вошло в состав человеческих костей).

III. Использование фразеологизмов с полной трансформацией (изменение и формы, и семантики):

1) «*ФСО пытается заморить червяка в тарелке тверского губернатора*» (Коммерсантъ, 15-10-2010). В данном примере журналист использует трансформированный вариант разговорного фразеологического выражения «*заморить червячка*», который означает «*на время утолить голод, перекусив что-то*». В статье реализуется прямое значение этого фразеологизма: из-за информации об обнаружении дождевого червя в одном из блюд на официальном приеме в Кремле Федеральная служба охраны (ФСО) пообещала провести необходимое расследование и экспертизу, а также проследить весь путь блюда от момента начала его приготовления до момента подачи на стол и таким образом уморить (т.е. вывести, уничтожить, умертвить) червей, чтобы они больше не появлялись в тарелках на кремлевских обедах;

2) «*La única defensa posible hoy es exigir que las cuentas estén claras, y que se acabe el show de la primera piedra*» (El País, 23-06-2010) («На сегодняшний день единственно возможная защита — это просить ясных счетов и окончания шоу первого камня»). Данная статья посвящена бессмысленным строительным работам, которые совершенно неожиданно, а иногда и ночью, тайно, проводились в Мадриде накануне выборов с целью получения большего числа голосов. На это строительство (в том числе никому непонятное перемещение статуи Колумба) было затрачено много средств, и автор статьи говорит о том, что, во-первых, правительство должно огласить реальный размер потраченной суммы, и, во-вторых, прекратить это «шоу первого камня», т.е. открытие никому не нужных строек. В вышеприведенном примере первичные форма и значение фразеологического выражения «*бросить первый камень*» («*осудить кого-либо*») трансформируются и используются в своем прямом значении (заложить камень, т.е. начать строительство).

Таким образом, современные СМИ России и Испании активно используют трансформированные и нетрансформированные фразеологические единицы с различной стилистической окраской. При этом в российских СМИ чаще, чем в испанских, встречаются «фразеологические трансформы» [8. С. 100]. Осуществляемая

в современной прессе обеих стран потребность в остром, метком и образном слове, как оперативная реакция на происходящее в социуме, вынуждает журналистов выходить за рамки традиционного употребления ФЕ. Еще Ш. Балли отмечал, что использование фразеологической единицы в необычной форме усиливает ее экспрессивность: «нарушения привычных форм языка косвенно служат экспрессивности уже одним тем, что вносят в речь разнообразие. Нет ничего более однообразного, как повторение одних и тех же форм» [4. С. 394]. При этом структурные и семантические изменения, нарушая узувальные связи, обновляют ФЕ, обогащают ее новыми смысловыми оттенками, расширяют ее семантический и стилистический спектр.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Alex G.* El estilo del periodista. — Madrid, Taurus, 2007.
- [2] *Ramonet I.* El poder mediático. Ciberlegenda. — Número 7. — 2002. URL: <http://www.uff.br/mestcii/ramonet1.htm>
- [3] La lengua de los medios de comunicación. — Madrid: Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid, 1999.
- [4] *Балли Ш.* Французская стилистика. — М.: Изд-во иностранной литературы, 1961.
- [5] *Голуб И.Б.* Стилистика современного русского языка. — М.: Айрис-пресс, 2004.
- [6] *Кривенко Б.В.* Фразеология и газетная речь. Русская речь // Русская речь. — 1993. — № 3. — С. 44—49.
- [7] *Ремчукова Е.Н.* Некоторые коммуникативные и стилистические особенности креативных феноменов СМИ. — Каунас, Кафедра иностранных языков Каунасского гуманитарного факультета Вильнюсского университета, 2010. — С. 451—457.
- [8] Язык и стиль современных средств массовой информации: Межвузовский сборник научных трудов Всероссийской конференции, посвященной 80-летию проф. Н.С. Валгиной. — М.: МГУП, 2007.

THE USE OF TRANSFORMED AND NOT TRANSFORMED IDIOMATIC EXPRESSIONS IN THE MODERN MASS MEDIA OF RUSSIA AND SPAIN

O.A. Shevchenko

General and Russian Linguistics Chair
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

In the article the author speaks about the use of the transformed and not transformed idiomatic expressions in the modern mass media of Russia and Spain. As a result of this use strengthen the expressivity of the idiomatic expression, as well as emerge new context-dependent interpretations of the idiom.

Key words: language of mass media, idiomatic expressions, expressivity.