

## АВТОРСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Т.И. Татарина,  
К.А. Карпова  
(Мозырь, Беларусь)

*В статье рассматриваются случаи авторского использования фразеологических единиц в средствах массовой информации в заголовках статей с целью придания большей выразительности и усиления экспрессии.*

*Ключевые слова: средства массовой информации, фразеологизмы, газетный заголовок, трансформация.*

*The article deals with the author's use of phraseological units in the media in headlines of articles with the purpose of giving greater expression and enhancing expression.*

*Key words: media, idioms, newspaper headline, transformation.*

Средства массовой информации играют важную роль в формировании общественного мнения и мировоззрения. В плане содержания и выражения они представляют собой сферу проявления публицистического стиля во всем многообразии его лексических, фразеологических, грамматических и стилистических ресурсов.

Публицистическому стилю присущи две основные функции, слитые в единстве, – информационная и воздействующая. Журналист сообщает о фактах и дает им оценку. Взаимодействие этих двух функций и определяет употребление слова в публицистике.

Если функция **сообщения** обуславливает употребление нейтральной, общестилевой лексики, то функция **воздействия** (экспрессивная функция), важнейшая для газетно-публицистического стиля, определяет острую потребность публицистики в выразительных средствах.

На основании двух ведущих функций публицистики Д.Э. Розенталь выделил следующие **отличительные черты** языка газеты :

1. Экономия языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности;
2. Отбор языковых средств с установкой на их доходчивость;
3. Наличие общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей для целей публицистики;
4. Использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише;
5. Жанровое разнообразие и связанное с этим разнообразие тематики;
6. Совмещение черт публицистического стиля с чертами других стилей, обусловленное разнообразием тематики жанров;

7. Использование изобразительно-выразительных средств.[2; 41–43].

Данные черты создают выразительность газетной публицистики. Присущая газете ориентация на массового и многоликого читателя, безмерная широта и разнообразие тематики – все эти особенности газеты требуют броских, мгновенно воспринимаемых выразительных средств. Наиболее ярко это представляется в газетных заголовках.

Заголовок материалов в периодике – один из важнейших её элементов. От его характера и оформления во многом зависит «лицо» издания. Эффективность газетного текста во многом определяется его заглавием, т.к. исследования психологов показывают, что около восьмидесяти процентов читателей уделяют внимание, прежде всего заголовкам.

Газетный заголовок представляет собой релевантный компонент газетной информации. Его основной целью является привлечение внимания читателя к наиболее важной и интересной части сообщения: заголовок, как правило, не раскрывает до конца содержание статьи, а лишь стимулирует читателя ознакомиться с предложенным материалом. Таким образом, чтобы выполнить своё основное предназначение, то есть заинтересовать и даже заинтриговать читателя, заголовок должен быть максимально броским и запоминающимся. В качестве броских, обращающих читательское внимание газетных заголовков, широко используются фразеологические обороты как в их первоначальном виде, так и в изменённых формах.

В текстах современных СМИ различные преобразования фразеологизмов становятся излюбленным приёмом. Возможность их трансформации вытекает из сохранения у фразеологизмов внутренней формы, т.е. их исходного, буквального смысла и относительной

устойчивости. Преобразованиям могут быть подвергнуты как семантика, так и структура фразем. Трансформация семантики фразеологизмов позволяет авторам «реставрировать» в той или иной степени стершийся образ и приспособить обобщённый, метафорический смысл того или иного выражения к конкретным условиям контекста.

Все виды трансформации можно распределить по двум типам: **неаналитическую** (семантическую, смысловую) и **аналитическую**.

При семантической трансформации состав фразеологизма остаётся неизменным: в него либо вносятся новые оттенки смысла, либо возникает игра слов в результате совмещения прямых и переносных значений, и тогда достигается определённый экспрессивный эффект. Например: «Схватил за руку» – заголовок о взяточничестве. [СБ. – 57, 2017].

Выделяют два типа создания фразеологического образа путём семантических преобразований. Первый тип: в истоке образа – фразеологизм, к которому приводится свободное сочетание (двуплановость фразеологизма). Второй путь создания образа – первичным оказывается свободное словосочетание (буквализация).

Нередко автор использует фразеологизм для выражения иронии по поводу происходящего или достижения комического эффекта, создавая фразеологический каламбур, подбирая контекст таким образом, что компоненты фраземы воспринимаются буквально. Например: «Попытка не пытка» – статья об этапе розыгрыша кубка Дэвиса в Минске [СБ. – 66, 2017].

В статье под заголовком «Где раки зимуют» речь пойдёт не о том, как кого-то проучили, наказали, а о том, что на территории одной деревеньки расположился музей рыболовства, в числе экспонатов которого есть и раки [СБ. – 27, 2017].

«Ни пуха, ни пера!» – статья о некоторых изменениях, касающихся правил охоты [СБ. – 207, 2016]. «Мокрое дело» – рассказ об очередном факте затопления частной квартиры [СБ. – 200, 2016]. Ср. также: «Мокрое место» [СБ. – 43, 2016] – статья о насморке и его причинах.

Заголовок «Сделано с душой» [СБ. – 57, 2017] расположился над статьёй о благоустройстве города Шклова и построении высокой колонны на въезде в него с изображением герба.

Обращает на себя внимание изменение пунктуационного оформления в заголовках типа «Ни пуха, ни пера», «Ни к селу, ни к городу»: в подобных **устойчивых** выражениях запятая не ставится, авторы же изменяют пункту-

ацию, рассматривая существительные как обычные однородные члены предложения.

«Ларчик открывается» [СБ. – 48, 2016] – трансформация известного выражение из басни И.А.Крылова [«А ларчик просто открывался»] употребляется автором в прямом значении в повествовании об уличных ларьках, открытие которых снова стало возможным.

Ср. ещё примеры: «Скользкая тема» [СБ. – 34, 2017] – данная статья рассказывает об опасностях, которые подстерегают людей при гололёде; «Схватили за язык» [СБ. – 19, 2017] о наказуемости любого оскорбления.

Подобные примеры заголовков иллюстрируют, как использование хотя бы одного из компонентов фразеологизма в прямом значении ведёт к его разрушению и вместе с тем способствует привлечению внимания читателя.

Более сложным стилистическим приёмом переосмысления фразеологизмов является использование их одновременно в двух значениях – прямом и переносном. Нередко автор помогает читателю осознать фразеологический каламбур, подчёркивая, что словосочетание употреблено как в буквальном, так и в переносном, фигуральном смысле, komponуя соответствующий контекст.

При семантических преобразованиях одно и то же словосочетание воспринимается и как семантически цельное, неразложимое, устойчивое, и как свободное, семантически распадающееся. В лингвистической литературе встречаются разные термины, называющие подобное явление: «двуплановость устойчивого сочетания», «синтез двух значений», «разложение фразеологизма», «модификация фразеологизма», «актуализация внутренней формы фразеологизма». Мы считаем, что семантически преобразованные фразеологизмы есть не что иное, как фразеологические каламбуры.

Яркий приём создания фразеологического каламбура заключается в параллельном употреблении фраземы и свободного словосочетания, являющегося прототипом данного выражения.

«Не по зубам» [СБ. – 23, 2016] – фразеологизм, использованный в данном заголовке, понимается и в буквальном, и в фигуральном значении. Автор рассказывает о двух боксёрах, один из которых во время поединка укусил другого. Как показал результат боя, даже это не помогло ему победить, то есть соперник ему «не по зубам» как в прямом, так и в переносном смысле.

«Пьём по-чёрному» [СБ. – 4, 2017] – статья вовсе не о любителях злоупотреблять спирт-

ными напитками, а о тех, кто увлекается другим, тоже не безвредным напитком, кофе.

В разделе криминалистики ярким стал заголовок «*Топорная работа*» [СБ. – 173, 2016]. Буквальность значения определяется содержанием статьи: мужчина ворвался в магазин и с помощью топора разгромил витрины и ранил продавщицу.

Аналитическая трансформация в той или иной степени вносит изменения в словесный состав фразеологизма. Она более разнообразна по своим приёмам и может быть сведена к следующим типам: синтаксической, лексической трансформации, контаминации, фразеологической паронимии, изменению количества компонентов.

С целью актуализации фразеологизма автор может сокращать или расширять его состав. Редукция, или сокращение состава фразеологизма, обычно связана с его переосмыслением. Например: «*Минск это звучит...*» [СБ. 13, 2017] – усечение компонента «гордо», однако, не привело к искажению смысла – автор рассказывает об озеленении города, что, соответственно, положительно сказывается на его внешнем виде.

«*Милые бранятся...*» [СБ. 2, 2017] в отличие от предыдущего заголовка, опущенные компоненты «только тешатся» способствуют более точному раскрытию содержания статьи. Известный ведущий А. Малахов подрался на съёмках программы «Пусть говорят».

«*За что боролись...*» [СБ. – 31, 2017] – усечение компонента «на то и напоролись» привело к конкретизации темы данной статьи, где говорилось об акциях в Минске.

Противоположным приёмом является расширение состава фразеологизма. Например: «*Монетный проходной двор*» [СБ. – 117, 2016]. Состав фразеологизма за счёт компонента *проходной* уточняется, так как материалом для статьи явился рассказ о служащем монетного двора в течение нескольких лет выносившем в ботинках монеты.

Изменение состава фразеологизма средство усиления экспрессивной окраски речи. Например: «*Инсульту брошена перчатка*» [СБ. 50, 2017].

Ср.: «*Куда приводят смелые мечты*» – статья о лотереях и вероятности выигрыша [СБ. 183, 2016]; «*Кто хочет тряхнуть стариной?*» [СБ. – 16, 2017] – статья повествуется о реставрации старых домов.

Таким образом, изменение количественного состава компонентов фразеологизма способствует привлечению внимания читателей, вно-

сит новые оттенки в семантику или служит для усиления экспрессивной окраски речи.

Кроме названных выше, часто используются синтаксическая и лексическая трансформация фразеологизмов.

При синтаксической трансформации утвердительная конструкция может быть заменена отрицательной и наоборот: «*Провинции закон писан*» [СБ. 156, 2006], «*В товарищах согласие есть!*» [СБ. 136, 2016], «*Лес рубят щепки не летят*» [СБ. – 132, 2016]. Такая трансформация заголовков вызвана, прежде всего, содержанием статей.

Также может быть заменено повествовательное предложение вопросительным, с лексическими сдвигами или без них: «*Кто там в лодке, не считая собаки?*» [СБ. – 102, 2016], «*Руки чешутся?*» [СБ. – 144, 2016], «*Сколько ждуют обещанного?*» [СБ. – 40, 2016].

Наибольшая выразительность достигается тогда, когда изменяется роль члена предложения: «*Дело – труба*» (ср.: «труба - дело») [СБ. – 21.12.2016]; «*Пиши – пропало*» (ср.: «пиши пропало») [СБ. 148, 2016]; «*Сор из избы!*» (ср.: «выносить сор из избы») [СБ. – 16, 2017]. Синтаксическая членимость исконных фразеологизмов, которые выступают в роли одного члена предложения, также являются средством экспрессивности.

Кроме того, при синтаксической трансформации может происходить замена видов синтаксической связи: «*Бедность и порок*» – о людях с высоким и низким достатком [СБ. – 165, 2016]; «*Без страха, но с упреком*» [СБ. – 53, 2016] – статья о деятельности работников госконтроля, в частности, о борьбе с коррупцией.

Лексическая трансформация предусматривает манипуляцию с одним или несколькими элементами: происходит замена компонента фразеологизма. В одних случаях такая замена имеет прямой смысл: «*Вопрос зерном*» [СБ. – 167, 2016], «*Цветы по осени купают*» [СБ. – 172, 2016]. В других – подобная замена сопровождается эффектом аллюзии (намёка, ассоциации): «*Не всё, что красное, икра*» [СБ. 19, 2016], «*По ком звонит мобильник?*» [СБ. 169, 2016].

В современных печатных изданиях лексическая трансформация получила особенно широкое распространение. Приведём лишь некоторые из многочисленных примеров:

«*Век живи век лечись*» о таком способе альтернативной медицины, с использованием сильно разведённых препаратов, который предположительно вызывает у здоровых людей симптомы болезни. [СБ. 29, 2017]; «*Район в самом расцвете сил*» – речь идет о юбилейной

дате Партизанского района в Минске [СБ. – 66, 2017].

В этом отношении любопытны и следующие заголовки, являющиеся преобразованием одного и того же выражения: «Утомлённые мезью» [СБ. – 192, 2016], «Разорённые солнцем» [СБ. – 136, 2016], «Унесённые метром» [СБ. – 33, 2017]. Замена разных компонентов по-разному отражается на значении сочетания.

Примерами лексической трансформации также являются заголовки:

«Дамоклов кирпич» [СБ от 23.11.2016]; «Без еды виноватые» – статья о диетах и их последствиях [СБ. 39, 2016]; «Оцифровать, нельзя оставить» – перефразированное выражение «Казнить нельзя помиловать» [СБ. 12, 2017]; «Ход рублём» [СБ. 37, 2017] – о некоторых изменениях условий на право получения льготного кредита; «Не сыпь мне сахар в масло» [СБ. – 30, 2017] – интересный заголовок, повествующий о вреде сахара в продуктах питания, начальный же фразеологизм звучит так: «Не сыпь мне соль на рану».

Заголовок «Беда пришла по траве» [СБ. 53, 2016]. Замена компонента «не одна» обу-

словлена содержанием статьи – речь идёт о пожаре, который распространился с помощью сухой травы.

В статье «Песок сквозь пальцы» [СБ. – 15, 2017] поднята тема строительства и использования песка в данном виде деятельности.

Такая трансформация устойчивых сочетаний с одной стороны, сохраняет образность, а с другой – вносит новые оттенки в смысл фразеологизма. Как отмечалось, этот тип трансформации достаточно ярко представлен в текстах заголовков и является одним из самых действенных способов концентрации внимания читателя на статье.

Таким образом, рассмотрев различные типы изменений фразеологических единиц, можно констатировать актуальность данного процесса в современных средствах массовой информации. Особенно это проявляется в заголовках и заголовочных комплексах, призванных привлечь внимание читателей к статье использованием свежих выражений заменяющих привычные фразеологизмы.

#### Литература

1. Быкова, О.Н. К вопросу о языковой манипуляции в средствах массовой информации / О.Н.Быкова // Речевое манипулирование / Г.А.Копнина. – М.: Флинта, 2008. – С.124-129
2. Розенталь, Д.Э. Стилистика газетных жанров / Д.Э.Розенталь. М., 1981. 315 с
3. Использование периодических изданий «СБ» и «АиФ» за период 2016–2017 г.г.