

RU

Устойчивые выражения в функции трюизмов

Романова Г. В.

Аннотация. Цель исследования – установить, как выстраивается языковой механизм воздействия при использовании устойчивых выражений в средствах массовой информации. Научная новизна состоит в том, что к изучению устойчивых выражений применен новый подход, они рассматриваются как средство воздействия на читателя или слушателя (функция трюизмов); собраны, структурированы и выстроены в систему разнотипные примеры трансформаций устойчивых выражений в функции трюизмов. Полученные результаты показали, что устойчивые выражения в современных текстах изменили вектор основной направленности употребления с привычного образного средства на функцию трюизмов, языкового авторитета, благодаря им «транслируются» воспринимающим информацию мыслительные и поведенческие установки и таким образом формируется механизм воздействия.

EN

Set Expressions in the Function of Truisms

Romanova G. V.

Abstract. The purpose of the research is to determine how the linguistic mechanism of influence is organised when set expressions are used in mass media. The research is novel in that it applies a new approach to studying set expressions, they are considered as a means of influencing the reader or listener (the function of truisms); diverse examples of transformations of set expressions in the function of truisms are collected, structured and organised into a system. The research findings have shown that set expressions in modern texts shifted the main area of their use from a usual figurative means to the function of truisms, linguistic authority; mental and behavioural attitudes are “transmitted” through them to those who perceive information and in doing so, the mechanism of influence is formed.

Введение

Яркий языковой ряд, активно используемый современными СМИ для привлечения внимания слушателя/читателя/зрителя (коммуниканта) с целью «изменить поведение или мнение собеседника или собеседников в необходимом говорящему направлении» (Стернин, 2002, с. 59), фактически является речевым воздействием, меняющим и принципы отбора языковых единиц для вовлечения коммуниканта в свое коммуникативное пространство. Цель такого вовлечения – речевое воздействие на коммуниканта в прагматических целях коммуницирующего. Это основная цель создания текста в СМИ, поэтому необходимостью изучения процесса построения таких текстов обусловлена актуальность нашего исследования. Воздействие оказывается в лучшем случае неманипулятивное (с целью актуализации нового материала, привлечения внимания, приобщения к общечеловеческим и национально-культурным ценностям, образования, воспитания, просвещения), в худшем случае идет воздействие манипулятивное: с целью принудить купить (в рекламе), заставить думать (уровень формирования идеологии), побудить прийти или сделать что-то в интересах коммуницирующего (уровень побуждения к действиям). Вслед за рядом современных исследователей, таких как И. А. Стернин, Л. В. Балахонская, Е. В. Сергеева, следует отметить необходимость интенсивного теоретического и практического изучения лингвистики воздействия вследствие прагматической потребности в использовании таких данных. Актуальность подобных исследований обуславливается также широкой сферой применения их результатов – от научной теории формирования до практического использования таких новых подстилей и межстилевых современных жанров, как реклама, резюме, репортаж, интернет-СМИ.

Для эффективного воздействия необходим подбор особых языковых средств и способов. Одному из таких языковых средств, выступающему в современных прагматических текстах в качестве способа воздействия на коммуниканта, и посвящено наше исследование. Это устойчивые выражения. Выявление механизма речевого воздействия в целом и в частности на примере использования отдельных языковых средств, таких

как устойчивые выражения, является актуальнейшей задачей современной лингвистики, в особенности лингвистической прагматики.

Задачи исследования:

1. проанализировать корпус собранных примеров с устойчивыми выражениями в СМИ, направленными на воздействие на читателя или слушателя;
2. на основе анализа примеров разработать систему структурных изменений устойчивых выражений, направленных на воздействие;
3. выявить основную (преобладающую) функцию использования устойчивых выражений в современных средствах массовой информации.

В нашей работе объектом исследования являются разнотипные устойчивые выражения (УВ) в современных прагматических текстах, предметом исследования – языковой способ воздействия на читателя или слушателя, проявившийся в подборе и использовании этих УВ.

Материал исследования достаточно широк. Это прагматические тексты, то есть тексты, созданные с основной целью воздействия на коммуниканта. Это тексты современных средств массовой информации, рекламы (язык рекламы изучается в современной лингвистике как «основная составляющая речевого воздействия» (Стернин, 2012, с. 5)), телевизионных репортажей, статей журналов и газет, в т.ч. интернет-СМИ. Источником языкового материала работы явилась авторская картотека, собранная в течение последнего десятилетия с 2011 по 2020 гг., которая состоит более чем из 2000 примеров, обнаруженных преимущественно в заголовках федеральных и региональных газет («Российская газета», «Молодой коммунар», «Моё»), в названиях и рубриках телевизионных, главным образом новостных программ («Время», «Новости», «Воронежские новости»), а также в рекламных слоганах.

Методы исследования. В работе был проведен семантический и структурный анализ собранных примеров устойчивых выражений с использованием при необходимости этимологического и интерпретационного анализа. На заключительном этапе выполнен текстовый анализ собранных примеров в русле прагматики текста.

Теоретическая база. Язык, выступая в качестве своеобразного «интерфейса между мозгом, сознанием и миром» (Черниговская, 2017, с. 10), со сменой реальности неизбежно меняется. Эта языковая смена и есть суть развития языка, процесс бесконечен. Новое общественное пространство формирует новое речевое пространство, в разные времена актуализируя те или иные языковые единицы. Очевидно, что привлекательный зрительный ряд требует подбора корпуса привлекающих языковых единиц, актуализированных в современных текстах. И, конечно же, лучше, чем устойчивые выражения, в этом смысле не найти. Полагаем, что они входят в ядро современных наиболее частотных языковых единиц, используемых для функции привлечения внимания слушателя/читателя/зрителя и воздействия на него. Причем эту роль выполняют не все имеющиеся в языке устойчивые выражения, а только объединенные наличием переносного значения и/или умозаключения. Это фразеологизмы, пословицы, поговорки, афоризмы, крылатые слова, популярные литературные цитаты, названия, распространенные высказывания и прочее. Таким образом, эти устойчивые выражения чаще всего выполняют в современной коммуникации функцию трюизмов. Трюизмы – это способ подачи мыслительных и поведенческих установок с помощью языкового авторитета.

Цель использования УВ в функции трюизмов градуирует – сначала привлечь внимание (1 этап), далее – заставить коммуниканта испытать чувства и эмоции (2 этап) и, наконец, – сделать то, что требуется коммуницирующему (3 этап).

Трюизмы – это всем известная, избитая истина, банальность, очевидное утверждение. «С помощью трюизмов даются определенные мыслительные или поведенческие установки, т.е. эти высказывания используются для того, чтобы собеседник захотел сделать что-то или утвердился в какой-либо мысли» (Балахонская, Сергеева, 2019, с. 55). С помощью устойчивого выражения в функции трюизма автором текста «изрекается мысль, общеизвестная истина, с которой невозможно не согласиться», на что слушателю/читателю/зрителю (коммуниканту) в реальном или виртуальном диалоге возразить нечего. Такое высказывание заставляет слушателя/читателя/зрителя, «во-первых, подсознательно больше доверять коммуницирующему, а во-вторых, подготавливает почву для принятия коммуникантом решения, выгодного именно для этого коммуницирующего» (Балахонская, Сергеева, 2019, с. 54).

Для того чтобы «банальные истины» были не только общественно значимыми и значимыми для всех, авторы современных текстов самостоятельно выстраивают высказывания, подобные устойчивым выражениям, «используя их устойчивую модель» (Балахонская, Сергеева, 2019, с. 55). Результат – создание трансформированных устойчивых выражений, что является наиболее продуктивным и частотным приемом в современных СМИ. Примеров построения трансформированных устойчивых выражений отмечено несоизмеримо больше, чем банального цитирования. Следует отметить, что в современном языковом пространстве в целом отмечается активация тенденции намеренной трансформации устойчивых выражений с целью актуализации нового языкового материала в привычной образной форме («упаковке») УВ. Разберемся в видовом разнообразии трансформированных устойчивых выражений, для чего обратимся к истории исследования вопроса структурно-семантической трансформации.

Видоизменение (или трансформация) устойчивых выражений – очень продуктивный, активно используемый прием. Причем к изменению устойчивых выражений в речи ученые, как правило, использовали только один подход – изучению и классификации подвергались лишь ошибки в употреблении УВ с целью их

дальнейшего недопущения говорящими. Традиционно классифицируют такие ошибки как логические, речевые лексические и речевые грамматические (Грачева, Сидорова, 2012, с. 304-307). Однако нам представляются целесообразными применение другого подхода и исследование другого сегмента УВ, а именно: изучение видов трансформации устойчивых выражений как намеренной с целью выявления форм речевого воздействия на коммуникантов, поскольку в современном речевом пространстве преимущественно отмечается именно такое «бытование» устойчивых выражений. Обобщив и проанализировав структурные модификации устойчивых выражений в собранном массиве современных текстов, мы пришли к выводу о необходимости их классификации с целью выявления единообразия основания для более точного анализа использования каждого из видов трансформированных УВ. Чтобы сфокусировать изучение трансформированных УВ именно на структурных модификациях устойчивых выражений в современных текстах, недостаточно данных ни классической классификации фразеологизмов по смысловому принципу, предложенной Шарлем Балли (1961, с. 89), который для своего деления фразеологизмов взял принцип свободы компонентов, выделяя свободные сочетания, привычные сочетания, фразеологические ряды и фразеологические единства, ни классификации В. В. Виноградова (Берков, Мокиенко, Шулежкова, 2000, с. 140-161), который, в свою очередь, делил фразеологизмы по различию степени идиоматичности (немотивированности) компонентов фразеологизма. Предложенные В. В. Виноградовым (1977) типы фразеологизмов: фразеологические сращения (идиомы), единства, сочетания (идиоматические сочетания) – присутствуют в нашем исследуемом материале, однако сконцентрировано внимание на их структурных авторских вариациях устойчивых выражений. Таким образом, объектом исследования явилось то, что в классификации Ш. Балли и В. В. Виноградова отсутствовало, поскольку, во-первых, фразеологизмы входят в состав понятия «устойчивые выражения», но ими не ограничиваются (УВ – это и крылатые слова, и известные названия, и высказывания, и пословицы, поговорки, афоризмы – иными словами, очень широко понимаемая нами группа), а, во-вторых, идиоматичность у УВ если не отсутствует полностью, то в лучшем случае достаточно зыбкая. Именно по этой причине вышеперечисленные классификации для нас оказались не исчерпывающими.

Наиболее актуальной для нашего исследования стала классификация устойчивых выражений, предложенная Н. М. Шанским (1985, с. 69; 2010, с. 70) (Розенталь, Голуб, Теленкова, 2003, с. 111-114), который описал новый, более свободный разряд фразеологических выражений. Они отличаются устойчивостью, но состоят из слов со свободными значениями, иными словами, отличаются семантической членимостью: полностью мотивированы, понимаются буквально, то есть состоят целиком из слов со свободным семантическим значением, воспроизводятся полностью, и это уже не словосочетания, а целое предложение. Н. М. Шанский, таким образом, вел речь о фразеологизмах, относящихся к крылатым выражениям, пословицам и поговоркам. Но даже такое расширение понятия нам представляется достаточно узким, ведь предмет исследования еще шире – это, помимо фразеологизмов, крылатых слов, пословиц, поговорок, еще и афоризмы, цитации СМИ, распространенные общеизвестные высказывания политиков, журналистов и др.

Отчасти отдельные виды структурных трансформаций устойчивых выражений, представленные в работе, получили свое описание в научной литературе. И. Б. Голуб (2003) их представляет как «изменение количества компонентов фразеологизма» и «преобразование состава фразеологизма» (с. 122-124). Эта классификация дала нам идею по поводу самой концепции для распределения трансформированных УВ по видам: одна группа трансформируется с помощью замещения отдельных компонентов (слов) в УВ на синоним, пароним, антоним, любое актуализируемое слово или слова; вторая – модифицируется вся структура (состав) устойчивого выражения (контаминация, образование по модели УВ).

Однако придать нашей классификации трансформированных видов УВ законченную четкую структурную организацию помогли теоретические работы Д. Б. Гудкова, В. В. Красных, И. В. Захаренко (1997), предложивших распределение намеренно трансформированных устойчивых выражений, изучаемых ими как прецедентные тексты, на четыре группы, в которых произведены следующие процессы: замещение, усечение, контаминация, добавление. Замещение в УВ предполагает замену «канонического слова на новое, на которое падает основная нагрузка» (с. 111). Усечение какого-либо компонента активирует мыслительные процессы коммуниканта по восстановлению УВ как прецедентного текста, с помощью чего коммуницирующий вовлекает коммуниканта в актуальную для него тему общения. Контаминация как намеренное соединение двух УВ в одно неоднородна: могут соединяться в одно либо похожие (внешне и содержательно) устойчивые выражения, либо антонимические. Таким образом, актуализация нового материала достигается с помощью использования УВ как образных средств практически «в квадрате». Добавление УВ предполагает присоединение к известному устойчивому выражению одного или нескольких компонентов, на которые и перемещается основная смысловая нагрузка.

Руководствуясь данными анализа видов структурной трансформации УВ и исходя из поставленной цели исследования – выявить структурно-семантические модели воздействия на коммуниканта с помощью использования таких образных средств, как устойчивые выражения, – предлагаем в своей работе зафиксировать пятый вид видоизменений УВ – образование по модели устойчивого выражения. Его особенность – максимальная актуализация нового языкового материала и такая же активация мыслительных процессов коммуниканта, от которого «требуется» узнавание исходного УВ. Образование по модели устойчивого выражения в свое время отметил и подробно описал В. Н. Вакуров (1994, с. 39-45) как вид творческого окказионального преобразования фразеологизма в публицистике.

Последние современные исследования структуры трансформированных устойчивых выражений, на наш взгляд, принципиально новых видов трансформаций УВ не отмечают, лишь уточняют терминологический

ряд названий видов модификаций отдельных групп устойчивых выражений. Так, к примеру, в качестве наиболее частотных способов трансформации фразеологических единиц (ФЕ) в публицистических текстах Н. В. Саютина (2012, с. 5) выделяет три: расширение компонентного состава ФЕ, замена компонента (-ов), эллипсис ФЕ. Они у нас описаны как добавление, замещение, усечение. В диссертации на соискание ученой степени кандидата наук А. В. Шитикова (2018, с. 9) называется трансформация устойчивых выражений «модифицированным бытованием», изучая его на примере пословиц. Среди структурных видов пословиц такого «модифицированного бытования» она отмечает аналитический вид трансформаций (расширение пословиц дополнительными компонентами), замену компонентов и комбинирование нескольких типов модификаций. В работе мы рассматриваем их как добавление и замещение, а также соединение нескольких видов трансформаций в одном УВ.

Подведем итоги теоретическому описанию, по причине терминологического неединообразия известных классификаций трансформированных устойчивых выражений мы предлагаем в работе собственное обобщенное их структурное деление, основанное на анализе научных работ и коллекции собранных примеров УВ-трансформов. Так, в процессе работы мы выделяем 5 следующих видов трансформированных УВ: замена слов, форм (в нем мы выделили подвиды – замена форм, замена слов (на случайное, на синоним, на антоним, на пароним)); изъятие (подстановка) дополнительного слова (особенно часты вариации с отрицанием); контаминация; компрессия (сжатие); изменение под влиянием устойчивого выражения или образование по модели УВ.

Практическая значимость работы. Работа представляет профессиональный интерес и может быть использована как в теоретических, так и в практических курсах изучения стилей и подстилей, особенно публицистического, современных межстилевых жанров (реклама, резюме, репортаж, интернет-СМИ), а также лингвистической прагматики.

Основная часть

Собранные языковые примеры используемых в СМИ УВ неединообразны. В одной части примеров отмечено простое цитирование устойчивых выражений, в этом случае УВ выполняет классическую роль образного средства. Вторая часть использованных УВ – это УВ трансформированные, и суть их трансформации – служить цели воздействия на слушателя или читателя с помощью структурного и/или смыслового видоизменения. Такие примеры находятся в явном численном преимуществе.

Цитирование. Обычно цель цитирования – «особенно в публицистике – усиление выразительности» (Розенталь, 2005, с. 400). При использовании устойчивых выражений это усложняется прагматической задачей – подкрепить собственные идеи общеизвестными мыслями. Таким образом актуализируется вновь приходящий современный материал. Цитирование в современных текстах выполняет роль культурного авторитета, является безоговорочным средством убеждения. Приведем примеры цитирования УВ.

«*Раскинулось море широко*» (фраза из песни) – название репортажа о ликвидации последствий наводнения в Италии; Новости, 1 ТВ канал, 27.10.11.

«*Муж и жена – одна сатана*» (русская поговорка) – название репортажа о суде над мужем и женой, которые занимались видеопиратством; Новости, 1 ТВ канал, 27.10.11.

«*Ума палата*» – заголовок о создании Общественной палаты Воронежской области, в заголовке слово «палата» произведено от названия «Общественная палата»; «Региональная газета», май 2011 г. Современный фразеологизм «ума палата» употребляется в значении характеристики человека, славящегося своим умом. При этом слово «палата» раньше понималось только в прямом значении. В древнерусском и старославянском языках это было слово даже с другим написанием: «Полата – дворец, покой, шатер» (Фасмер, 2007, с. 307), позже – это «просторное помещение в каменном доме». А далее развивается еще одно переносное значение: палатой начинают называть учреждения внутри больших строений (к примеру, Оружейная палата, Грановитая палата).

«*Как в воду глядели*» – заголовок статьи об эксклюзивной сантехнике; Региональная газета, 2011 г. Фразеологизм сохранился с языческих времен, когда колдуны, ведьмы и просто все желающие пытались предсказать судьбу человека по воде.

Трансформированные устойчивые выражения. В теоретической части нами предложена обобщенная классификация таких выражений, которая представлена пятью видами: 1) замена слов, форм (в нем мы выделили подвиды – замена форм, замена слов (на случайное, на синоним, на антоним, на пароним)); 2) изъятие (подстановка) дополнительного слова (особенно часты вариации с отрицанием); 3) контаминация; 4) компрессия (сжатие); 5) изменение под влиянием устойчивого выражения или образование по модели УВ. Подробно рассмотрим каждую группу.

1. Замена слов, форм. Простейший незамысловатый прием трансформации. Цель – простое привлечение внимания читателя/зрителя/слушателя к новому слову в уже известном выражении.

«*Саентологии все возрасты покорны*» (надо: **любви** все возрасты покорны); крылатая фраза – название репортажа о секте саентологов в программе «Вести. Дежурная часть», 2 ТВ канал, 29.05.11.

«*Палочка раздора*» (надо: **яблоко** раздора, библейский фразеологизм) – название репортажа о разгуле инфекции в Европе; Новости, 5 ТВ канал, 07.06.11.

«*Банан раздора*» (надо: **яблоко** раздора, библейское) – название репортажа о том, как в темнокожего футболиста Анжи Роберто на футбольное поле во время игры болельщики бросили банан; Вести, 2 ТВ канал, 23.06.11.

«От заката до **оплаты**» (надо: от заката до **рассвета** (название кинофильма (триллер, фэнтези) Роберта Родригеса)) – название репортажа о том, что в 24 часа 28 июня 2011 г. Россия прекратит поставлять электроэнергию в Белоруссию; Новости, 1 ТВ канал, 29.06.11.

«С корабля на **рафт**» (надо: на бал; из крылатой фразы «с корабля на **бал**» из пьесы А. С. Грибоедова «Горе от ума») – рекламный слоган автомобиля Тойота Рав 4; г. Воронеж, реклама-растяжка, Чернавский мост; лето 2011 г.

«**Кредиты с первого взгляда**» (надо: любовь; из УВ «**любовь** с первого взгляда») – рекламный слоган банка «Русский стандарт»; ТВ, июнь 2011 г.

«**Удовольствие** – дело тонкое» (надо: восток; из афоризма «**восток** – дело тонкое»; из художественного фильма «Белое солнце пустыни») – рекламный слоган магазинов «О'кей»; ТВ, лето 2011 г.

«Скованные одной **евро**» (надо: «цепью», фраза из песни рок-группы 90-х годов Наутилус Помпилиус «Скованные одной **цепью**»; «одной евро» – ошибка) – название репортажа о помощи европейских стран Греции; Вести, 2 ТВ канал, 21.07.11. В трансформированном устойчивом выражении допущена ошибка, возможно, намеренно – «евро» в русском языке – слово мужского рода (Граудина, 2004, с. 106), поэтому надо: «скованные одним евро».

«Если завтра **Согра?**» (надо: война, Согра – топоним, поселок, в котором летом 2011 г. произошла массовая драка; из УВ: «если завтра **война**») – название телепередачи на РЕН ТВ, сентябрь 2011 г. Первоначальная фраза произошла из названия советского «оборонительного» фильма 1937-1938 гг. «о готовности СССР к войне, а также являлась зачином песни, которая в нем звучала» (Берков, Мокиенко, Шулежкова, 2000, с. 158).

«У **смерти** женское лицо» (фраза образована из названия романа С. А. Алексиевич «У **войны** не женское лицо» с изъятием отрицания) – название передачи «Честная Россия»; 2 ТВ канал, 04.10.11.

«Люди гибнут за **икру**» (из фразы из оперы «Люди гибнут за **металл**» (металл в значении «деньги»)) – рекламный слоган передачи «Специальный корреспондент с Марией Ситтель» о добыче икры в России; 2 ТВ канал, 07.10.11. «Люди гибнут за металл, люди гибнут за металл / Сатана там правит бал, там правит бал» – это известная часть куплетов Мефистофеля из оперы Ш. Гуно «Фауст» 1869 года по мотивам трагедии В. Гете (Берков, Мокиенко, Шулежкова, 2000; с. 258).

«**Лайнеры** уходят в небо» (из названия кинофильма «**Табор** уходит в небо») – название репортажа; Новости, 1 ТВ канал, 13.10.11.

«**Пивной дозор**» (от названия кинофильма «**Ночной дозор**») – название репортажа о том, как бабушки, дежурящие по ночам на улицах Нижнего Новгорода, разыскивают распивающих пиво подростков; 1 ТВ канал, Новости, 09.08.11.

«Все, что не делается, – все к **выборам**» (из разговорного УВ «все, что не делается, – все к **лучшему**»; так создается положительный фон для нового УВ со словом «выборы» – замена «лучшего» на «выборы») – название рубрики; Вести, 5 ТВ канал, 23.10.11. Фраза имеет книжный ироничный оттенок, ее авторство принадлежит французскому писателю и философу Вольтеру, который в своем романе «Кандид» 1759 года написал: «Все к лучшему в этом лучшем из миров». «Этой фразой герой романа доктор Панглос пародирует теорию Лейбница о “предустановленной гармонии” и его утверждение, что “Бог не создал бы мира, если бы он не был лучшим из всех возможных”» (Берков, Мокиенко, Шулежкова, 2000, с. 100).

«**Честное коммунальное**» (из пионерской клятвы: честное **пионерское**) – название репортажа о недобросовестной работе коммунальщиков г. Воронежа; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 26.10.11.

«Все для **евро**, все для победы!» (из пропагандирующего УВ периода Великой Отечественной войны: все для **фронта**, все для победы) – название репортажа о заседании членов Евросоюза в Брюсселе; Новости, 2 ТВ канал, 27.10.11.

«**Земля** по осени считают» (из поговорки: **цыплят** по осени считают) – название репортажа о рождении семимиллиардного землянина; Новости, 5 ТВ канал, 31.10.11.

Замена форм слов. «Обидеть **художник** может **каждого**» (первоначальный афоризм: обидеть **художника** может **каждый**; изменены формы двух слов и радикально таким способом изменено семантическое значение на обратное) – название репортажа о Джоне Гальяно (французский кутюрье) и его националистических высказываниях; программа Время, 1 ТВ канал, 08.09.11. Авторство первоначального крылатого выражения неизвестно, его приписывают Пикассо, Остапу Бендеру и даже Гитлеру.

Замена слов на синоним. «С **кирпичом** за пазухой отмечает свой юбилей актер Станислав Садальский» (из разговорного выражения: держать **камень** за пазухой) – фраза из статьи в газете о юбилее С. Садальского; газета «Молодой коммунар» от 08.07.11. Вероятнее всего, фразеологизм «держать камень за пазухой» остался в языке со времен пребывания поляков в Москве в 1610 году, которые для самообороны носили с собой под одеждой булыжные камни (Максимов, 1981, с. 248). «Камень» заменили на «кирпич», намекая на образ вора-карманника Кирпича, которого актер сыграл в известном фильме «Место встречи изменить нельзя».

«**Берег невезения**» (надо: остров; крылатая фраза из песни «**Остров невезения**»; остров/берег – контекстуальные синонимы) – название репортажа о повторном отравлении российских туристов на турецком курорте; Вести, 2 ТВ канал, 28.07.11.

«Родила **первая леди** в ночь» (из общеизвестной «Сказки о царе Салтане, о сыне его славном и могучем богатыре князе Гвидоне Салтановиче и о прекрасной царевне Лебеди» А. С. Пушкина «Родила **царица** в ночь / Не то сына, / Не то дочь») – название репортажа о том, как первая леди Франции, жена президента Франции Саркози родила дочь; 2 ТВ канал; Вести, 20.10.11. В создании фразы использованы контекстуальные синонимы и прием усечения компонентов.

Замена слов на антоним. «Свой среди **своих**» (надо: свой среди **чужих**; из названия кинофильма «Свой среди чужих, чужой среди своих») – рекламный слоган передачи «Прожекторперисхилтон»; 1 ТВ канал, сентябрь 2011 г. Прием замены слова на антоним сочетается с компрессией устойчивого выражения.

«На вкус и цвет товарищи **есть**» (надо: на вкус и цвет товарищей **нет** (русская пословица)) – рекламный слоган ресторана «Макдональдс», ТВ, осень 2011.

«Осторожно, двери **открываются!**» (из профессионального УВ: осторожно, двери **закрываются**) – название репортажа о ё-мобиле в Воронеже; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 24.10.11.

Замена слов на пароним. Замена на созвучное слово – поэтический стилистический прием, в результате создаются не только яркие, но и звучные трансформированные устойчивые выражения.

«Эпоха **застолья**» (из общественно-политического УВ: эпоха **застоя**) – название цикла передач песенных хитов; НТВ, 06.08.11.

«**Крымские каникулы**» (надо: Римские; из названия кинофильма «**Римские каникулы**») – из рекламы художественного фильма; 2 ТВ канал, 27.08.11.

«**Ночные бабушки**» (из фразы из песни О. Газманова «Ночная **бабочка**») – название репортажа о дежурстве ночью бабушек в г. Нижний Новгород, обнаруживающих распивающих пиво подростков; Новости, 1 ТВ канал, 08.10.11.

«А был ли **зайчик?**» (надо: мальчик). Название репортажа о девальвации белорусской валюты «зайчик». В основе фраза «А был ли **мальчик?** Может, мальчика-то и не было?» из романа М. Горького «Жизнь Клима Самгина»; Новости РЕН ТВ, 29.05.11.

«А **бил** ли мальчик?» (надо: **был**; из того же источника) – название репортажа о том, как учитель ударил ребенка на выложенном в Интернет видео; Новости, 1 ТВ канал, 09.10.11.

«**Шилова** в мешке не утаишь» (из поговорки: **шила** в мешке не утаишь; Шилор – персона, герой передачи) – название передачи из цикла «Пусть говорят»; 1 ТВ канал, 26.10.11.

«Да **простят** нас долги наши» (перифраз строчки из самой известной православной молитвы «Отче наш»: И **остави** нам долги наши, якоже и мы оставляем должникам нашим) – название репортажа о том, что начинает действовать амнистия по долгам на налоги; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 26.10.11.

2. Подстановка (или изъятие) дополнительного слова. Интерес представляют трансформации этого вида с подстановкой или изъятием отрицания (приставок не-, без-, анти-), словообразовательные модификации: подстановка и изъятие приставок, предлогов, частиц.

Изъятие отрицания. Зачастую, напротив, используется изъятие отрицания. «**Служба в дружбу**» (из пословицы: **не в службу**, а в дружбу; плюс изменение значения) – рекламный слоган кинофильма «Каменская»; РЕН ТВ 08.10.11. Здесь, как и обычно, изъятие отрицания меняет значение всего выражения на противоположное.

«**Словацкие депутаты заставили себя ждать**» (надо: **не заставили** себя ждать) – фраза из репортажа о Словакии; Новости, 2 ТВ канал, 12.10.11.

«А в списках **значится**» (из названия повести Б. Л. Васильева «В списках **не значился**»; дополнительно изменена форма глагола) – название репортажа о том, как коммунальщики начисляют квартирную плату на умерших людей; Новости, 1 ТВ канал, 13.10.11.

«В **тесноте и в обиде**» (из пословицы: в тесноте, но **не в обиде**) – название репортажа о том, как квартиры, выделенные ветеранам Великой Отечественной войны, оказались ранее проданными дольщикам; Новости, 1 ТВ канал, 26.10.11.

«**Сошлись характерами!**» (из названия пьесы Александра Островского 1857 года «**Не сошлись характерами!**») – название репортажа о свадьбе недели, истории знакомства; газета «Моё», № 22 (811) от 1 июня 2011.

Прием подстановки дополнительного слова. Прием собственно подстановки дополнительного слова в устойчивое выражение служит цели дополнительного усиления значения, подчеркиваемого вносимым словом. «**Гамбургский счет открыт**» (из фразеологизма: по Гамбургскому счету; использование топонима реального события) – название репортажа о том, как местное население французской Полинезии (впервые) съело немецкого туриста, бизнес-консультанта из Гамбурга; Вести, 2 ТВ канал, 21.10.11. Гамбургский счет – русский фразеологизм из крылатого выражения литературной среды 1920-х гг., авторство принадлежит литературоведу В. Шкловскому, речь идет «об оценке чего-либо без скидок и уступок, с предельной требовательностью» (Берков, Мокиенко, Шулежкова, 2000, с. 113).

«**Все средства с антиоксидантами хороши?**» (надо: все средства хороши) – название статьи о косметике; «Региональная газета», апрель 2011 г. Этимология фразы не ясна, предположительно произошла из английской пословицы “All’s fair in love and war” (Все можно в любви и на войне); русская аналогия – «в любви и на войне все средства хороши» или «в любви и власти друзей нет». По другим источникам, эту фразу приписывают Макиавелли (сочинение «Государь») (Словарь пословиц..., 2008, с. 132).

3. Контаминация. Это намеренное соединение двух внешне и содержательно похожих устойчивых выражения в одно. Сложный вид трансформации УВ, является обычно показателем книжности. Нами отмечена не очень большая группа подобных примеров.

«**Болевые точки над И**» (из двух УВ: 1) **болевые точки** (воспроизводится полностью); 2) расставить **точки над и** (часть)) – название статьи о том, почему выпускники Воронежской медицинской академии после ее окончания не идут работать по специальности; газета «Молодой коммунар» от 13.10.11.

«**Заклятая подруга**» (название статьи; «Региональная газета», июнь 2011 г.; из УВ: 1) **заклятый враг**; 2) за-кадычный **друг**). Ирония выстраивается с помощью соединения частей двух антонимических устойчивых выражений.

Прием контаминации используется преимущественно в письменной речи, достаточно редок, как мы полагаем, по причине того, что это сложный вид организации трансформированного устойчивого выражения и в устной речи трудно воспринимаемый.

4. Компрессия (сжатие). Группа подобных примеров также немногочисленна. Особенность компрессии – обязательное требование знания целого устойчивого выражения как культурного фона для самого процесса сжатия с целью возможности безусловного самостоятельного воспроизводства устойчивого выражения.

«Молчанье – золото» (из пословицы «слово – серебро, молчанье – золото», усечение) – рекламный слоган; НТВ, передача «Судебные страсти», 22.06.11.

«Какие перышки!» – название репортажа о выставке птиц (ТВ, Воронежские новости, июнь 2011 г.). Это часть строчки из басни И. А. Крылова «Ворона и лисица»: «Какие перышки, какой носок! / И, верно, ангельский должно быть голосок!».

«Готовь “Сани” летом» (из русской пословицы: готовь сани летом, а телегу зимой). Особенность – «Сани» вместо сани: замена омонимом, имеющим другой смысл, т.е. семантическое преобразование. Рекламный слоган подключения Интернета компьютерным салоном «Сани»; ТВ реклама, 2 ТВ канал, июнь 2011 г..

«Свой среди чужих» (из названия кинофильма «Свой среди чужих, чужой среди своих») – название репортажа о том, как в роддоме перепутали девочек из разных семей; Новости, 2 ТВ канал, 03.10.11.

5. Изменение под влиянием устойчивого выражения или образование по модели устойчивого выражения. Сложный вид трансформации УВ, требует и знания культурного фона трансформированного УВ, и богатого лексического запаса, и развитого мышления.

«Призрачно все, кроме самого невероятного» – рекламный слоган. Построено по модели фразы из песни «Призрачно все в этом мире бушующем...»; 5 ТВ канал, 2011 г.

«Кто к нам за продуктами придет, тот познает всю щедрость “Пятерочки”» – рекламный слоган магазинов «Пятерочка». Из крылатой фразы, авторство которой приписывают Александру Невскому «Кто к нам с мечом придет, тот от меча и погибнет»; Воронежское телевидение, 2 ТВ канал, 2011 г.

«Рука руке занимает» (надо: рука руку моет (и обе белы живут) – латинский фразеологизм) – название репортажа о том, как Эртильский чиновник занял сам себе 700 тысяч рублей из бюджета района; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 24.06.11. Выражение восходит в своем происхождении к диалогу «Аксиох» философа Платона как изречение греческого комедиографа Эпихарма “manus manum lavat” – «рука руку моет» (Крылатые латинские выражения, 2006, с. 577).

«Строить не ломать» (из поговорки «ломать не строить – душа не болит») – название статьи о незаконном строительстве в Воронеже; газета «Молодой коммунар» от 22.06.11.

«Клещ не спит» (из библейского устойчивого выражения, позднее ставшего агитационным, – «враг не дремлет») – название репортажа о нападениях клещей на людей в Свердловске; Вести, 2 ТВ канал, 13.07.11. Само выражение «враг не дремлет» – парафраз библейского изречения «Трезвитесь, бодрствуйте, потому что противник наш диавол ходит, как рыкающий лев, ища, кого поглотить» (Библия..., 1998, с. 1148).

«Куда уходят деньги, в какие переулки?» (из фразы из песни поэта Александра Зацепина «Куда уходит детство, в какие города?») – название репортажа об исчезновении денег, выделенных на капитальный ремонт в Воронеже; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 13.07.11.

«Гроза идет, жаре дорогу» (крылатое выражение из песни И. О. Дунаевского 1947 года «Весна идет, весне дорогу») – название репортажа о предстоящей жаре; программа «Время», 1 ТВ канал, 13.07.11.

«Тут каждая капля железобетон точит» (из латинского фразеологизма «капля камень точит») – фраза из репортажа о сбросе дрожжевым заводом дрожжей в канализацию г. Воронежа; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 01.08.11. «Вода (капля) камень точит» – мотив стихотворения Публия Овидия Назона «Послание с Понта»: «Капля камень долбит, кольцо истончится на пальце» (Крылатые латинские выражения, 2006, с. 712).

«После сноса кулаками машут» (из пословицы «после драки кулаками не машут»; произведена замена слов и опущено отрицание «не») – название репортажа о сносе забора вокруг строящегося воронежского храма; Воронежские новости, 2 ТВ канал, 05.09.11.

«Чиновник от спорта» (образовано по модели библеизма «от лукавого» (дьявола)) – название репортажа; Вести, 2 ТВ канал, 20.10.11. Таким образом дается соответствующая квалификация чиновнику.

«Любите ли вы работу так, как любит ее она?» (из фразы В. Белинского, которую в своей пьесе повторил А. Володин «Любите ли вы театр так, как люблю его я?») – анонс телесериала «Тайны следствия»; 2 ТВ канал, 24.10.11.

«Юрий Гейко за словом в бардачок не полезет» – подпись под фотографией начальника отдела ГИБДД Воронежской области; «Региональная газета», июнь 2011 г. Из фразеологизма «за словом в карман не полезет»; Юрий Гейко – известный автоведущий, «в бардачок» – намек на сферу его деятельности.

«Светлана Санникова советует беречь кожу смолоду» (перифраз выражения А. С. Пушкина из повести «Капитанская дочка» «береги платье снову, а честь смолоду») – подпись под фотографией косметолога; «Региональная газета», май 2011 г.

«Загар – хорошо, а с кремом для загара лучше» (из пословицы «в гостях хорошо, а дома лучше»; смысловой общности не обнаружено) – подпись под фотографией с загорающей девушкой в статье о правилах загара; «Региональная газета», июнь 2011 г.

Заключение

Подведем результаты проведенного исследования и сформулируем основные выводы.

1. Наиболее широкое представление о том, как формируется речевой механизм воздействия на коммуниканта, дают различные виды трансформаций устойчивых выражений. На основе их анализа сделан вывод об изменении вектора основной направленности употребления устойчивых выражений в современных текстах: устойчивые выражения, будучи исключительно эстетическим образным средством, начинают выполнять преимущественно преследуемую коммуницирующим утилитарную функцию с целью воздействия на коммуниканта.

2. Нами выявлено пять видов трансформированных УВ: замена слов, форм (подвиды – замена форм, замена слов на случайное слово («скованный одной евро»), на синоним («с кирпичом за пазухой»), на антоним («на вкус и цвет товарищи есть»), на пароним («Крымские каникулы»)); изъятие/подстановка дополнительного слова («Гамбургский счет открыт»); контаминация («заклятая подруга»); компрессия («молчание – золото»); изменение под влиянием устойчивого выражения или образование по модели УВ («рука руке занимает»). Исходное устойчивое выражение играет роль культурного авторитета, а его изменение вводит новые реалии в общезыковую среду, моделируя соответственно новое языковое поле. Таким образом актуализируются устойчивые выражения. Констатируется, что в современных прагматических текстах устойчивые выражения и их трансформы преимущественно выполняют функцию трюизмов.

3. В устойчивых выражениях выявлено изменение вектора направленности их употребления в современных текстах. Основной функцией использования устойчивых выражений становится функция трюизмов, направление действия которой – оказание влияния с помощью культурного авторитета. Воздействие с помощью УВ на воспринимающего информацию происходит в лучшем случае убеждающее, в худшем – манипулятивное. Иными словами, в настоящее время ярко очертилась утилитарная направленность употребления языковых единиц и, в частности, в СМИ. Из явно эстетической образной функции устойчивых выражений в художественной литературе, как они привычно и употреблялись, в современных средствах массовой информации те же устойчивые выражения уже используются с иной целью – с целью воздействия на воспринимающего информацию или даже манипулирования им. Таким образом, отмечено отхождение в использовании устойчивых выражений от исключительно эстетического образного средства преимущественно к преследуемой коммуницирующим утилитарной функции с целью воздействия на коммуниканта. Причем цель использования в современных текстах устойчивых выражений – воздействие на человека, воспринимающего информацию – лучше всего достигается с помощью трансформации УВ.

Перспективы дальнейшего исследования. В последующих исследованиях целесообразно, во-первых, установить и проследить связь между различными структурными модификациями УВ и выполняемой ими роли в тексте. Во-вторых, как установлено в нашем исследовании, основная цель использования УВ в функции трюизмов – это сначала привлечь внимание (назовем это первым этапом воздействия), затем – способствовать возникновению у воспринимающих информацию чувств, эмоций, навязать определенные оценки (второй этап воздействия) и, наконец, заставить/убедить/принудить коммуниканта или неопределенное число коммуникантов (к примеру, в СМИ) сделать то, что требуется авторам текста (третий, конечный этап воздействия). Исследование последовательности перехода УВ в функции трюизмов в речи от этапа 1 (привлечь внимание) к этапам 2 и 3 (заставить сопереживать или выполнить определенное действие), несомненно, является интересным и наиболее актуальным приоритетным направлением, требующим детального изучения.

Каждая новая реальность и называние реалий изменяют способы трансформации-актуализации устойчивых выражений и их соотношение. Согласно данным проведенного исследования, можно с уверенностью утверждать, что именно устойчивые выражения, выполняющие функцию трюизмов, являются одними из основных современных языковых средств воздействия на коммуникантов.

Источники | References

1. Балахонская Л. В., Сергеева Е. В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования: учеб. пос. Изд-е 4-е, стер. М.: ФЛИНТА, 2019.
2. Балли Ш. Французская стилистика. М.: Иностранная литература, 1961.
3. Берков В. П., Мокиенко В. М., Шулежкова С. Г. Большой словарь крылатых слов русского языка: ок. 4000 единиц. М.: Русские словари; Астрель; АСТ, 2000.
4. Библия. Книги священного писания Ветхого и Нового завета. М.: Российское библейское общество, 1998.
5. Вакуров В. Н. Речевое мастерство журналиста (творческое преобразование фразеологии в современной публицистике) // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». 1994. № 3.
6. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском тексте // Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977.
7. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. Изд-е 4-е. М.: Айрис-пресс, 2003.
8. Граудина Л. К. Грамматическая правильность русской речи. Стилистический словарь вариантов / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. Изд-е 3-е, стер. М.: Астрель; АСТ, 2004.

9. Грачева Ж. В., Сидорова Е. В. Методика преподавания русского языка в школе: учеб.-метод. пос. Воронеж: Изд-во ВГПУ, 2012.
10. Гудков Д. Б., Красных В. В., Захаренко И. В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского государственного университета. 1997. № 4.
11. Крылатые латинские выражения / авт.-сост. Ю. С. Цыбульник. Харьков - М.: Фолио; Эксмо, 2006.
12. Максимов С. В. Крылатые слова. М.: Советская Россия, 1981.
13. Розенталь Д. Э. Справочник-практикум: управление в русском языке. Практическая стилистика. М.: ОНИКС 21 век; Мир и образование, 2005.
14. Розенталь Д. Э., Голуб И. Б., Теленкова М. А. Современный русский язык. Изд-е 5-е, испр. М.: Айрис-пресс, 2003.
15. Саютина Н. В. Трансформация фразеологизмов: общее и национально-характерное в русских и немецких публицистических текстах: автореф. дисс. ... к. филол. н. Саратов, 2012.
16. Словарь пословиц на восьми языках / сост. Д. Сверчиньская, А. Сверчиньский. М. - СПб.: АСТ; Астрель-СПб, 2008.
17. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2002.
18. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Воронеж: Истоки, 2012.
19. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. Изд-е 4-е, стер. М.: Астрель; АСТ, 2007. Т. 3. Муза - Сят: ок. 5500 слов.
20. Черниговская Т. В. Чеширская улыбка кота Шредингера: язык и сознание. Изд-е 3-е. М.: Языки славянской культуры, 2017.
21. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1985.
22. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Либроком; УРСС, 2010.
23. Шитикова А. В. Узуальное и модифицированное бытование пословиц: дисс. ... к. филол. н. М., 2018.

Информация об авторах | Author information



Романова Галина Викторовна¹, к. филол. н., доц.

¹ Воронежский государственный технический университет



Romanova Galina Viktorovna¹, PhD

¹ Voronezh State Technical University

¹ rg.victory@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.12.2021; опубликовано (published): 28.02.2022.

Ключевые слова (keywords): устойчивые выражения; трюизмы; речевое воздействие; коммуникант; виды трансформаций устойчивых выражений; set expressions; truisms; speech influence; communicant; types of transformations of set expressions.