

UDC 80

## PHRASEOLOGICAL TRANSFORMATIONS ROLE AND SIGNIFICANCE IN POLITICAL DISCOURSE

<sup>1</sup> Rimma A. Davtyan<sup>2</sup> Tamara M. Filonenko

<sup>1</sup> Sochi State University for Tourism and Recreation  
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia  
PhD student

E-mail: darimmaplus@rambler.ru

<sup>2</sup> Sochi State University for Tourism and Recreation  
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia  
Doctor of Philology, Professor  
E-mail: tamara-f5@rambler.ru

The article considers phraseological units transformations in contemporary journalistic discourse.

**Keywords:** phraseological unit, phraseological unit transformation, political discourse.

Современная публицистика находится в рамках особого устройства мира. Жизненные реалии диктуют журналистам особенности языковой игры. Лексические новаторства подвержены влиянию общественных и политических событий. Так, конец XX и начало XXI века ученые часто сравнивают с периодом послереволюционных преобразований 1920-х гг., когда «розовый оптимизм порождал желание глубоко преобразовать не только общественный строй и экономическое устройство, но и культуру, но и литературный канон» [6]. Естественно, что эпоха наших дней создает новую лексику и фразеологию. А масс медиа, как зеркало современной жизни, эти нововведения фиксируют.

На наш взгляд, богатейшими возможностями в плане передачи эмоционального и оценочного отношения человека к окружающим его сущностям и явлениям обладают фразеологические единицы. Цель данной публикации – выявить и описать трансформации фразеологических единиц в процессе функционирования в современном публицистическом дискурсе. В процессе развития фразеологии происходит разделение фразеологизмов на типы по степени семантической слитности их компонентов. В.В. Виноградов выделяет три типа фразеологических единиц: фразеологические сращения (их значения абсолютно немотивированны в современной лексике языка), фразеологические единства, в значении которых можно выделить смысл, мотивированный значениями компонентов в их обычном употреблении, фразеологические сочетания (в их составе есть слова как со свободным значением, так и с фразеологически связанным) [3]. Н.М. Шанский выделяет также четвертый тип фразеологизмов – фразеологические выражения. Это «устойчивые в своем составе и употреблении фразеологические обороты, которые не только являются семантически членимыми, но и состоят целиком из слов со свободным значением» [10].

Под фразеологической единицей мы понимаем устойчивую в языке и семантически переосмысленную языковую единицу, состоящую более чем из одного слова и обладающую раздельнооформленностью и экспрессивностью. Переосмысление языковых единиц чаще всего основывается на метафорическом

переносе. Следует отметить, что газета, кроме использования закрепленного в языке набора слов-терминов, рождает и культивирует также свою фразеологию. Г.О. Винокур полагал, что газетный язык по сути дела насквозь «фразеологизирован», поскольку стандартность, «клишированность» многих типично газетных выражений является неотъемлемым свойством этого языка. Устойчивые сочетания, фразеологические единицы, конечно, являются богатым арсеналом для создания экспрессивности, однако непрерывные поиски свежей выразительности и усиления экспрессии ведут к неизбежному «обновлению» применяемых языковых средств [10]. Так фразеологизмы в текстах средств массовой информации приобретают незафиксированные в языке формы и видоизменяют содержание. Как уже было сказано, в языке масс медиа на основе традиционной фразеологии развивается фразеотворчество. «Фразеотворчество переплетается с семантическим развитием отдельных слов: их актуализация, выявление скрытых семантических и словообразовательных потенций; активизирует новые сочетания, превращающиеся во фразы разной устойчивости» [6]. Неузальный фразеологический материал является «средством исключительной семантической емкости» [1] и экспрессии, он служит орудием эффективного воздействия на реципиента. В качестве объекта анализа, нами выбраны фразеологические единицы, содержащие в своем составе экономические термины.

На наш взгляд, данные единицы наиболее активно вводятся в современные публицистические тексты – таковыми мы можем считать публикации в общественно-политическом еженедельнике «Зеркало недели» (далее ЗН). В газете ЗН материалы, посвященные экономической тематике, чаще всего публикуются в специальных рубриках, таких как, например, «Политика», «Деньги», «Бизнес». Судя по характеру материалов, опубликованных в данных разделах, основная цель публикаций – не только информировать читателя по определенным экономическим вопросам и способствовать усвоению терминологической лексики, но и оказать воздействие на читателя с помощью различных языковых единиц, среди которых фразеологизмы. (Особое внимание мы уделим фразеологизмам, содержащим в своем составе экономические термины).

Более подробно рассмотрим публикации еженедельника «Зеркало недели», содержащие следующие фразеологические единицы: *черные коллекторы*, *кредитное плечо*, *кредит доверия*. Употребление словосочетания *черный коллектор* характеризуется частотностью, его устойчивость и воспроизводимость дает возможность отнести данное словосочетание к фразеологическим единицам. Следуя классификации Н.М. Шанского, мы можем назвать рассматриваемое выражение фразеологическим сочетанием, поскольку в данном случае прилагательное *черный* обладает фразеологически связанным значением, а синтагматический партнер *коллектор* имеет и самостоятельное толкование. Термин *коллектор*, как единица экономической сферы, согласно нашим сведениям, еще не отмечен толковыми словарями русского языка. Возможно, это связано с недавним его употреблением в профессиональном языке экономической сферы. Однако толкование данной лексемы, приведенное автором в публикации, не оставляет сомнений в том, что слово *коллектор* можно отнести к понятию, принадлежащему терминологическому фонду науки экономики: «*Сегодняшний рынок можно поделить на две части: цивилизованные кол-лекторские компании, работающие в законодательном поле, и «черные» коллекторы, которые понимают свою работу как отбирание долга любой ценой*» [7]. В рассматриваемой публикации выражение «*черные коллекторы*» (в некоторых случаях просто *коллекторы*) оказывается самым частотным из экономических терминов – в разных контекстах оно употребляется 7 раз. Возможно в будущем, лексема *коллектор* будет

иметь и специальное экономическое толкование, а сочетание «*черные коллекторы*» будет зафиксировано в лексикографических трудах наряду с такими сочетаниями, как *черный рынок, черная цена, черная биржа* и т.д. Следует отметить, что разъяснение значения выражения «*черные коллекторы*» повлекло введение ряда других экономических терминов в повествование. В нашем случае – это такие слова и выражения, как *теневой рынок, банк, долг, должник*. Погружаясь в публицистический дискурс, самостоятельное значение слова *коллектор*, вступая во взаимодействие с контекстом, несколько трансформируется. В процессе функционирования этой лексемы в узусе, оно приобрело ряд негативных коннотаций, в основном благодаря отрицательной информации о людях, занимающихся коллекторской деятельностью. Эти негативные ассоциации нагнетаются благодаря сочетанию с прилагательным *черный*, означающим в данном контексте – **неофициальный, тайный**. Еще большие негативные коннотативные значения словосочетание *черный коллектор* приобретает, внедряясь в сравнительный контекст: *цивилизованные коллекторские компании* и «*черные*» *коллекторы*. В первой части сравнения даже слово *коллектор* не звучит настолько негативно, поскольку оно взаимодействует со словом *цивилизованные*. Однако словосочетание *цивилизованные коллекторы* встречаются реже (1 раз в статье), чем рассматриваемое нами фразеологическое сочетание.

Следовательно, мы можем говорить о том, что, находясь во взаимодействии с другими единицами языка, те или иные лексемы могут несколько трансформировать свое значение и приобретать дополнительные коннотации.

Под информационным текстом мы понимаем текст, основная функция которого заключается в сообщении интеллектуальной информации, а не в художественно-эстетическом воздействии на читателя. К таким текстам относятся все материалы научного, технического, официально-делового, общественно-политического, политико-публицистического, газетно-информационного, общественно-регулятивного характера. Сюда же следует отнести и многие детективные рассказы, описания путешествий, очерки и тому подобные произведения, где преобладает чисто информационное повествование. Деление на художественные и информационные тексты указывает лишь на основную функцию текста: 1) сообщение интеллектуальной и экспрессивно-эмоциональной информации в художественном тексте и 2) сообщение только интеллектуальной информации в нехудожественном тексте. В художественном тексте могут быть отдельные части, выполняющие исключительно информационные функции, и, напротив, в информационном тексте могут быть языковые средства, выполняющие функцию экспрессивно-эмоционального, художественно-эстетического воздействия. Как справедливо заметил А.В. Кунин, «фразеология – это сокровищница языка» [9], фразеологические единицы в языке являются богатством. Они не только отражают культуру и быт того или иного языка, но и помогают сделать речь наиболее выразительной и эмоциональной. Одним из характерных признаков фразеологизмов является их эмоционально-экспрессивная окрашенность. Важнейшей функцией любой единицы языка, в том числе и фразеологической, является прагматическая функция, т.е. целенаправленное воздействие языкового знака на адресата. Прагматическая направленность свойственна любому тексту, усиливается она используемыми в нем фразеологизмами, обладающими значительным прагматическим потенциалом. Фразеологизмы усиливают прагматическую направленность текста. Наибольшую значимость для адресанта и его цели коммуникации приобретает прагматическая нацеленность информационного дискурса: «Дискурс не ограничивается рамками собственно текста, а включает также социальный контекст коммуникации, характеризующий ее

участников, процессы продуцирования и восприятия речи с учетом фоновых знаний» [2]. При этом преследуется основная цель, состоящая в том, «чтобы попытаться заставить кого-то другого (других) сделать нечто» [3]. Фразеологизмы являются эффективным стилистическим приемом.

Они употребляются в разных сферах функционирования языка, но часто они встречаются и в информационных текстах. Фразеологизмы – образные устойчивые словосочетания, выполняющие важную роль в процессе коммуникации. Они создают мощное экспрессивное воздействие при передаче информации, вызывая при этом эмоции, эстетическое восприятие, литературные и культурные ассоциации.

Семантика фразеологических единиц является сложной и включает пять компонентов: 1) образное значение; 2) буквальный смысл; 3) эмотивный характер; 4) стилистический регистр и 5) национальную окрашенность. Образное значение является основным компонентом фразеологизмов [4]. Фразеология – одно из самых ярких и действенных средств языка.

Метафоричность, эмоциональность, экспрессивность – все эти качества фразеологических единиц придают речи образность и выразительность. Несомненно, особой жизнью живут фразеологизмы в информационном тексте, поскольку стандартность, «клишированность» является неотъемлемым свойством данного вида текстов [9].

В информационном тексте фразеологизмы (как узуальные, так и квазифразеологизмы) в целях усиления выразительности и эмоционального воздействия могут подвергаться разного рода трансформациям [8]. Цель трансформации состоит в стремлении «оживить», «обновить» всем известное выражение, «зацепить» внимание читателя необычным употреблением фразеологизма. Для английского информационного текста характерно функционирование фразеологизмов-стереотипов. Однако образ, привычный и даже несколько стершийся с точки зрения носителя одного языка, может оказаться свежим и оригинальным для носителя другого языка. Проблема замены образа, лежащего в основе той или иной идиомы, несколько осложняется в тех случаях, когда она влечет за собой дополнительные семантические сдвиги: *But he is **soaring into this world of fantasy** because **in the real world** his policies are getting such a **bashing from the working people***. Но он предпочитает **витать в облаках**, потому что **на земле** его политика встречает резкий отпор со стороны трудящихся. Необходимость в семантических преобразованиях возникает почти каждый раз, когда приходится переводить фразеологические единицы типа следующей: *As for London Foreign Office, it seems to matter little what government is in office: the moment negotiations to bring the cold war in Europe to an end are proposed they are smothered **in an indigestible blanket of clotted damp wool** whose verbal framework differs not an iota from Stewart*.

В этом примере не так-то просто узнать деформированный фразеологизм *to put a wet blanket (on)*, приблизительно соответствующий русскому «облить ушатом холодной воды». В переводе русский фразеологизм подвергается аналогичной деформации.

Что касается лондонского Форин Оффиса, то, какое бы правительство ни находилось у власти, его позиция остается неизменной: стоит кому-нибудь предложить переговоры об окончании холодной войны в Европе, как Форин Оффис тут же пытается **утопить эту инициативу в водопадах ледяной воды**, низвергаемых точно так же, как и при Стюарте. В английском варианте деформация фразеологизма *to put a wet blanket (on)* осуществляется в основном по линии экспрессивного усиления. Не просто *blanket*, а *indigestible blanket*, не просто *wet*, а *of clotted damp wool*. Развивая в том же направлении образ, на котором основан

соответствующий русский фразеологизм, переводчик заменил «ушат холодной воды» «водопадами ледяной воды». И усилил прагматический потенциал фразеологизмов в переводе.

Таким образом, при переводе деформированного фразеологизма чрезвычайно важно определить, в каком направлении видоизменяется образный рисунок, лежащий в основе этого фразеологизма. Только в результате осмысления этой образной символики и логики ее изменения можно прийти к правильному решению. Другой аналогичный пример: **Pie in the sky** is too colourless a phrase to describe Mr. Heath's closing speech to the Tory Party conference. It was more like **caviar in the stratosphere**. Здесь фразеологизм также деформируется по линии экспрессивного усиления. Вместо *pie* – *caviar* (более дорогое и изысканное блюдо), вместо *sky* – *stratosphere* (еще выше, т.е. дальше от земли). В результате создается юмористический эффект, построенный на нелепости, непривычности словосочетания *caviar in the stratosphere*. Широкое использование в информационном тексте имен и названий делает сообщение конкретным. Это предполагает значительные предварительные (фоновые) знания у адресата, позволяющие ему связать название с называемым объектом. Так, английскому адресату вне контекста хорошо известно, что *Park Lane* – это улица, *Piccadilly Circus* – площадь, а *Columbia Pictures* – кинокомпания. Характерная особенность английского информационного текста заключается в стилистической разноплановости лексики. Наряду с книжной лексикой здесь широко используются разговорные и поэтические слова и сочетания: **The Tories hope to get away with it by invoking their old familiar maxim: When in trouble, Wave the flag.** В информационном тексте отмечаются и некоторые особенности синтаксической организации текста: наличие кратких самостоятельных сообщений, состоящих из длинных предложений со сложной структурой, максимальное дробление текста на абзацы, когда почти каждое предложение начинается с новой строки, наличие подзаголовков в корпусе текста для повышения интереса читателей, частое использование атрибутивных групп.

Таким образом, анализ прагматических характеристик отдельных языковых единиц тесно связан не только с рассмотрением многочисленных проблем, вытекающих из особенностей структуры языка, но и с изучением экстралингвистических факторов, влияющих на процесс коммуникации. Представители социолингвистического направления выделяют **воздействующую** роль знака на человека, его способ мышления, поведения и т.д. В центре внимания исследователей, таким образом, находятся проблемы, связанные с изучением социальных условий, в которых используются те или иные языковые и паралингвистические средства, применяемые для достижения определенного воздействия на получателя информации. Одним из путей решения поставленной современной лингвистикой задачи исследования прагматического аспекта языка может быть изучение функциональных характеристик отдельных языковых единиц в коммуникативной целостности текста. Иными словами, прагматический аспект реализации языковых единиц должен рассматриваться в тексте с учетом основных функциональных текстовых параметров: информативности, коммуникативно-прагматической направленности и функциональной нагрузки [5].

Использование фразеологических единиц в политическом дискурсе можно рассматривать как один из приемов: а) увеличения информативности и увеличения объема передаваемой концептуальной и подтекстовой информации в политическом дискурсе, б) усиления оценочности и прагматического потенциала исследуемого типа текстов. Изучение функционирования фразеологизмов в информационном тексте показывает, что в связи с мощным прагматическим потенциалом и

воздействующей силой они служат одним из языковых средств создания и интенсификации прагматического потенциала англоязычного информационного текста.

**Примечания:**

1. Бабенко Н.Г. Оказиональное в художественном тексте. Структурно семантический анализ // Актуальные проблемы лингвистической семантики. Калининград, 1997. С. 17–21.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975.
3. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политическом интердискурсе. Екатеринбург, 2006.
4. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. М., 1978. 183 с.; Пингарев А.Н., Хачатурова Н.Ю. Аргументативная модель речемыслительной деятельности государственного уровня в условиях военного времени // Былые годы. Черноморский исторический журнал. 2007. № 2. С. 26–29.
5. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды. М.: Наука, 1977. 312 с.
6. Жукова Л.П. Прагматический аспект функционирования фразеологизмов в языке английской газеты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1987.
7. Зеркало недели. 2008. № 8–9, 18, 25, 42. – 2009. – Режим доступа к газ.: [http: www.ZN.ua](http://www.ZN.ua).
8. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. 267 с.
9. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высшая школа, 1996.
10. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М.: Высш. шк., 1985. 160 с.

УДК 80

**РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

<sup>1</sup> Римма Артуровна Давтян

<sup>2</sup> Тамара Михайловна Филоненко

<sup>1</sup> Сочинский государственный университет туризма и курортного дела  
354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Аспирант

E-mail: darimmaplus@rambler.ru

<sup>2</sup> Сочинский государственный университет туризма и курортного дела  
354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Доктор филологических наук, профессор

E-mail: tamara-f5@rambler.ru

В статье рассматриваются трансформации фразеологических единиц в процессе функционирования в современном публицистическом дискурсе.

**Ключевые слова:** фразеологизм, трансформация фразеологизма, политический дискурс.