

И.В. Бырда (Минск, БГУ)

ПОЧЕМУ В ГАЗЕТЕ ИДИОМЫ ПОДВЕРГАЮТСЯ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКИМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ ЧАЩЕ, ЧЕМ НЕИДИОМАТИЧНЫЕ ОБОРОТЫ?

1. Номинативные клише в газете. Одной из характерных особенностей современного публичного общения, в том числе языка газеты, является насыщенность речи воспроизводимыми сегментами, в частности устойчивыми оборотами (или номинативными клише). Термин «номинативный» (в противопоставление термину «коммуникативный») в отношении фразеологизмов (в широком понимании) был предложен еще в 1960-х гг. Н.М. Шанским [5, с. 100]. «Номинативность» устойчивых оборотов состоит в том, что они называют «то или иное явление действительности», в то время как коммуникативные фразеологизмы передают целое сообщение [5, с. 100]. Номинативные клише представляют собой устойчивые словосочетания (в том числе предикативные); большинство из них обладает, как и слово, частеречной принадлежностью и выступает в предложении в качестве каких-либо его членов. К номинативным клише относятся: 1) фраземы (например, *филькина грамота*, *денег куры не клюют*, *dressed (up) to the nines* (досл. ‘одетый до девяток’) ‘разодетый в пух и прах’, *dance on a volcano* (досл. ‘танцевать на вулкане’) ‘играть с огнем’ и т.п.); 2) словосочетания цитатного или частично цитатного характера («крылатые слова»), например, *богатенький Буратино*, *блудный сын*, *декабристы разбудили Герцена*, *American dream* ‘американская мечта’, *the tail wags the dog* (досл. ‘хвост виляет собакой’) ‘подчиненный командует начальником’ и т.п.

Исследуемые номинативные клише извлекались методом сплошной выборки из 35 номеров русскоязычных газет Беларуси («БелГазета», «Советская Белоруссия», «Знамя Юности») и 16 номеров англоязычных газет Великобритании («The Guardian», «The Independent» и др.) и США («The New York Times»). Объем извлеченных номинативных клише составил 1886 единиц для русского языка, 2219 – для английского.

В текстах белорусских русскоязычных и английских газет номинативные клише представлены преимущественно в узуальном виде, индивидуально-авторским преобразованиям рассматриваемые клише подвергаются гораздо реже (см. табл. 1).

Таблица 1

Количественное соотношение фактов узуального и окказионального употребления номинативных клише в русских и английских газетных текстах

Номинативные клише	в газетах на русском языке	в газетах на английском языке
в узуальном виде	1686 (89,4 %)	2021 (91,1 %)
в преобразованном виде	200 (10,6 %)	198 (8,9 %)
Всего:	1886 (100 %)	2219 (100 %)

При этом значимым для исследования является вопрос: существует ли зависимость между частотой окказионального использования номинативных клише и тем, являются ли они идиомами или неидиомами?

2. Разделение номинативных клише на идиомы и неидиомы проводилось на основании определения идиоматичности, введенного И.А. Мельчуком [3, с. 76]. К идиомам причислялись те обороты, в составе которых имеется хотя бы одно слово, выступающее не в своем словарном значении, но употребляющееся вне данной идиомы в одном из узуальных значений. В результате семантического переосмысления хотя бы одного слова в составе выражения, все словосочетание становится идиоматичным. Наличие семантического сдвига присуще и большинству «крылатых слов», которые функционально и семантически схожи с языковыми фразеологизмами, но отличаются от них своей «цитатностью» и меньшей употребительностью: «... основным признаком ФЕ является устойчивость, т. е. заданность состава. Этот признак полностью присущ и КС [крылатым словам. – И.Б.]. Что же касается другого существенного признака ФЕ – сдвига значения, или семантического обособления, то он характерен и для большого количества «бесспорных» КС, т. е. цитат, сохраняющих признак цитатности [...]. Поэтому противопоставление КС фразеологизмам просто некорректно» [1, с. 6]. К идиомам относились: 1) обороты с образной мотивированностью [4, с. 156], т. е. семантически двуплановые словосочетания, общее значение которых не выводимо из суммы значений составляющих их слов, но полностью или частично представлено через образ, «картинку», возникающую при дословной семантизации оборота [4, с. 153] (в терминологии В.В. Виноградова [2, с. 143] – «фразеологические единства»), например, *с ног на голову поставить, камень преткновения, stick your neck out* (досл. ‘выставить свою шею’) ‘стремиться показать себя; некстати вступать в разговор’ и т.п.); 2) обороты с «нулевой» мотивированностью [4, с. 156], т. е. словосочетания, общее значение которых никак не мотивировано словарными значениями составляющих их слов (в терминологии В.В. Виноградова [2, с. 145], – «фразеологические сращения»), например, *коломенская верста, филькина грамота, серый кардинал, the milk of human kindness* (досл. ‘молоко человеческой доброты’) ‘бальзам

прекраснодушия' и т.п.). К неидиомам причислялись остальные номинативные клише – обороты с прямой (необразной) мотивированностью [4, с. 156], т. е. словосочетания, в составе которых все слова выступают в своих узуальных значениях (например, *щекотливый вопрос, враг народа, дешево и сердито, American dream* 'американская мечта'). В концепции семантической слитности В.В. Виноградова, дополненной Н.М. Шанским, неидиоматичным оборотам соответствуют «фразеологические сочетания» [2, с. 159] и «фразеологические выражения» [5, с. 34]. К неидиомам также причислялись устойчивые мотивированные фразеологические сравнения [4, с. 153, 162] – обороты, в которых все слова выступают в своих словарных значениях, например, *бояться как огня, расходиться как горячие пирожки, as hungry as a bear* 'голодный как медведь', *work like a horse* 'работать как лошадь' и т.п. Соотношение идиоматичных и неидиоматичных номинативных клише в исследованных русских и английских газетных текстах представлено в табл. 2.

Таблица 2

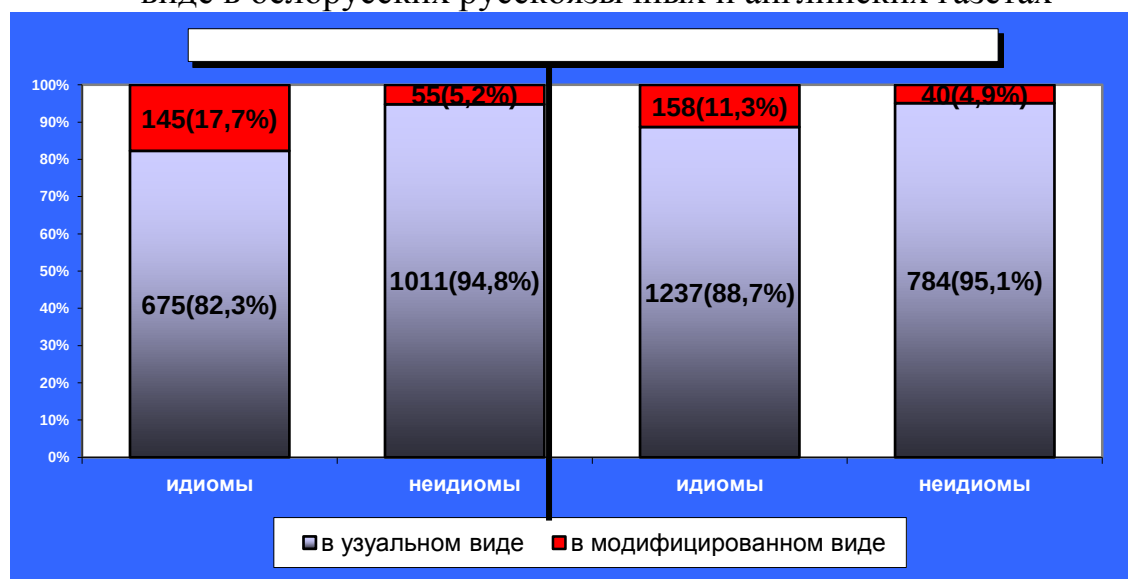
Количественное соотношение идиом и неидиом среди номинативных клише в русских и английских газетных текстах

Типы номинативных клише	в газетах на русском языке	в газетах на английском языке
идиомы	820 (43,5 %)	1395 (62,9 %)
неидиомы	1066 (56,5 %)	824 (37,1 %)
Всего:	1886 (100 %)	2219 (100 %)

В обследованных белорусских русскоязычных газетах удельный вес неидиом в 1,3 раза превышает удельный вес идиом, тогда как в английских газетных текстах, наоборот, идиом в 1,7 раза больше, чем неидиом. Это связано с тем, что в русских газетах в большей мере представлены неидиоматичные политические, экономические и общеспециальные составные термины, а также неидиоматичные «крылатые слова», чем в английском материале (например, *вотум недоверия, буква закона, очное обучение, враг народа, человеческий фактор, хождение в народ, тихий американец, усатый нянь, сладкая жизнь (dolce vita)* и т.п.). В английском же языке такого рода обороты зачастую не включаются в словари, и квалифицировать их как устойчивые представляется затруднительным.

3. Различия в представленности в газете идиоматичных и неидиоматичных номинативных клише в узуальном и преобразованном виде. В абсолютных цифрах узуальное использование в газете идиом и неидиом резко преобладает над окказиональным (от 5 до 20 раз) (см. Диаграмму).

Диаграмма. Соотношение идиоматичных и неидиоматичных номинативных клише, представленных в узуальном и модифицированном виде в белорусских русскоязычных и английских газетах



Однако если соотнести количество идиом и неидиом внутри группы случаев их окказионального использования в газете, видно, что идиомы модифицируются чаще, чем неидиоматичные обороты (в 2,6 раза в русских газетах и в 3,9 раза – в английских). Это во многом обусловлено наличием у идиом семантической двуплановости, которая расширяет возможности их индивидуально-авторского использования в газете, в частности с помощью приемов, основанных на обыгрывании дословного значения идиом или их компонентов.

4. Семантическая двуплановость идиом является предпосылкой для их индивидуально-авторских преобразований и в газете служит целям языковой игры. При различных смысловых и структурно-семантических модификациях идиом происходит оживление или дальнейшее развитие их образности. Например, оживление образности идиомы *смотреть (или глядеть) со своей колокольни* – ‘судить о чем-л. только со своей узкой, чем-л. ограниченной точки зрения’ (МАС, II, 75) происходит при одновременной актуализации ее дословного и переосмысленного значений в газетном интервью с заглавием «*Со своей колокольни*» (СБ, 05.01.2007, п. 5), где идиома представлена в сокращенном виде. Интервью берется у единственной в Гродненской епархии звонаря-женщины. Образное значение фраземы выявляется в зачине текста, где журналистка излагает свое мнение о том, какой она представляла себе женщину-звонаря до встречи с собеседницей; дословное значение оборота эксплицируется благодаря тому, что интервью берется на колокольне. Развитие узуальной образности идиомы *to lie through your teeth* (‘лгать сквозь зубы’) (разг.) – ‘говорить что-л., что вовсе не является правдой’ (OALD, 886) происходит при ее окказиональном распространении в заглавии статьи «*The camera that lies through its too-perfect teeth* (‘Фотоаппарат, который нагло, но безупречно лжет’)» (Ind, 19.04.2009, p. 56). В статье говорится о том, что серия портретов фоторафа

Сидни Шэрман, на которых изображены светские дамы, на самом деле – изображения ее самой, что, по мнению журналиста, является обманом по отношению к ценителям искусства фотографии. Расширение образности идиомы происходит в результате вклинивания в ее структуру квалифицирующего определения *perfect* ‘безупречный’ и наречия-интенсификатора *too* ‘слишком’.

Таким образом, использование образно-смыслового потенциала идиоматичных оборотов в языке газеты выражается в большем удельном весе случаев их индивидуально-авторского употребления, чем у неидиоматичных клише. Предпосылкой для окказиональных преобразований идиом является их семантическая двуплановость, обыгрывание которой позволяет оживить или расширить образность клише, оживляя при этом язык газетного текста и способствуя более эффективному достижению его прагматической установки.

Сокр.: СБ – «Советская Белоруссия»; **Ind.** – «The Independent»; **МАС** – Словарь русского языка: в 4 т. / Под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1999; **OALD** – Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford, New York, 2006.

Литература

1. Берков В.П., Мокиенко В.М., Шулежкова С.Г. О крылатых словах. Большой словарь крылатых слов русского языка: ок. 4000 единиц. – М., 2005. – С. 3 – 15.
2. Виноградов, В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке [1947]. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М., 1977. – С. 140 – 161.
3. Мельчук, И.А. О терминах «устойчивость» и «идиоматичность». Вопросы языкознания, 1960. – № 4. – С. 73 – 80.
4. Мечковская, Н.Б. Классы идиом и их корреляты в механизмах диахронической фразеологии (на материале восточнославянских, словенского и польского языков) / Н.Б. Мечковская // Мовознаўства. Літаратуразнаўства. Фалькларыстыка: XIV Міжнародны з'езд славістаў. – Мінск, 2008. – С. 149 – 172.
5. Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка [1963]. Изд. 2-е, испр. и доп. – М., 1969. – 231 с.