

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ
КОННОТАЦИЙ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ**

Публицистические тексты как отдельный функциональный стиль языка призваны не только сообщать информацию, но и воздействовать на реципиента, его эмоции, мысли, взгляды и убеждения. Если в устных ораторских выступлениях эта цель в основном достигается с помощью жестов и мимики, громкости голоса, темпа речи и интонации, то в информационных сообщениях печатных изданий средств массовой информации авторы широко используют языковые средства, несущие в себе косвенный или даже скрытый смысл, привлекающий внимание и выражающий отношение самого автора к написанному. Эти оттенки значения в лингвистике называют коннотативными значениями, или коннотациями. Как правило, слова и выражения, обладающие коннотативными значениями, приобретают такие свойства, как эмоциональность, экспрессивность и оценочность. Среди тех средств языка, которые несут в себе данные типы стилистической окраски, мы выделяем тропы, или образные средства языка, фразеологизмы, а также слова, которые не относятся ни к одному из вышеуказанных классов, но обладают особой смысловой окраской в силу своего значения или в сочетании с другими словами в определённом контексте.

В нашем исследовании мы рассмотрим фразеологические единицы и их функционирование в англо- и русскоязычных публицистических текстах. Передающие самобытность и оригинальность того или иного языка, устойчивые сочетания играют огромную роль в создании эмоционально-экспрессивного контекста в публицистическом тексте. Известно, что

определений фразеологизма существует множество, наиболее объективным мы считаем определение, которое даёт В. Н. Телия: «Фразеологизм (фразеологическая единица) – общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава» [4, с. 559]. Поскольку фразеологические единицы выступают в языке в ряду других значимых единиц, раскрытие их специфики и характерных признаков требует чёткого отграничения фразеологизмов, с одной стороны, от свободных сочетаний слов, а с другой – от отдельных слов. Такой «двусторонний» анализ фразеологизма как языковой единицы совершенно обязателен: во-первых, фразеологизм функционирует в языке подобно отдельному слову, а во-вторых, по структуре он является сложным целым, компоненты которого осознаются или воспринимаются говорящими в качестве целостных и самостоятельных слов. Одной из особенностей фразеологической единицы является невозможность дословного перевода её на другой язык [1, с. 30]. Данное качество особенно заметно при сопоставительном анализе языковых явлений. В каждом из языков фразеологизмы оригинальны и создают своеобразный эмоционально-экспрессивный контекст, поскольку практически все они эмоционально окрашены.

Д. Э. Розенталь отмечал, что «писатели и публицисты используют фразеологию не только в том виде, как она существует в языке, но и в изменённом виде, обновляя семантику, структуру и экспрессивно-стилистические свойства фразеологических оборотов. Создаются новые смысловые оттенки, появляется новое художественное качество фразеологизмов, обогащаются связи слов, ибо фразеологическое творчество писателей выражается, прежде всего, в обновлении привычных для слов

контекстов, в которых эти слова обычно выступают» [5, с. 69]. Кроме того, очень интересны в публицистическом газетном тексте трансформированные фразеологические единицы.

Не будет преувеличением отметить, что фразеологизмы являются одними из наиболее изучаемых лексических единиц. Уникальные для каждого отдельно взятого языка, они отражают состояние культуры, общественной и политической жизни государства, чем и объясняется неиссякаемый интерес к ним лингвистов-исследователей. Кроме того, в большинстве своём фразеологические единицы являются эмоционально окрашенными, поэтому особенно актуальным является анализ их употребления в публицистических текстах. Д. Э. Розенталь писал: «Фразеологические обороты широко используются во всех речевых стилях, но в различной функции: если в научной и официально-деловой речи употребляются, как правило, общелитературные, межстилевые устойчивые обороты, выступающие в номинативной функции, то в художественной литературе, в публицистических произведениях, в разговорной речи на первый план выдвигается экспрессивно-стилистическая сторона фразеологизмов книжного и разговорно-бытового характера с их большими выразительными возможностями» [5, с. 68–69]. Именно этот факт свидетельствует о том, что фразеологизмы в публицистических текстах выражают коннотации, то есть скрытые, дополнительные оттенки слов и выражений, которые не только привлекают внимание читателя, но и оказывают прямое воздействие на его эмоции и убеждения.

В публицистических текстах обоих рассматриваемых языков фразеологизмы употребляются достаточно часто. Фактически в каждом случае использования фразеологизма в публицистическом тексте создаётся особый стилистический эффект. Например, фразеологизм *to be around the corner* ‘быть не за горами’ (дословно ‘быть за углом’) указывает на сравнение с чем-то, что находится прямо за углом помещения, ещё мгновение, и оно появится: “*But forecasters have promised that sunshine is just around the corner*

as March gets under way” [6]. Многие фразеологизмы являются эквивалентами синонимичных им стилистически нейтральных слов и выражений. Если в качестве эксперимента мы заменим фразеологическую единицу *to be around the corner* конструкцией *to be near* ‘быть близко’, мы увидим, насколько поменяется стилистическая окраска предложения: “*But forecasters have promised that sunshine is near as March gets under way*”. При употреблении стилистически нейтрального выражения фраза звучит гораздо более официально и не так привлекательно. Такая же ситуация наблюдается и в русскоязычных текстах. Например, в предложении “**Не за горами** конец года, а значит, и завершение срока действия минских соглашений, и без того уже продлённых на год” [10] фразеологическая единица *не за горами* делает фразу более экспрессивной и эмоционально насыщенной, в то время как возможное употребление синонимичного неустойчивого сочетания слов не принесло бы такого эффекта: “**Скоро** конец года, а значит, и завершение срока действия минских соглашений, и без того уже продлённых на год”. Встречаются случаи, в которых употребляется фразеологизм, относящийся к разговорному стилю. Так, вышеупомянутое выражение *не за горами* имеет разговорный вариант *на носу*. Это усиливает эмоциональность предложения и больше привлекает внимание: “Если у баскетболистов **на носу** кульминация евроотбора, то для белорусского волейбола всё интересное только начинается” [9].

Использование фразеологических единиц может сделать текст гораздо более живым и наглядным. Так, в предложении “*This doesn’t always work as well as it should but it is a better attitude than sticking one’s head in the sand*” [7] использован фразеологизм *to stick one’s head in the sand* ‘прятать голову в песок’. Здесь имеет место сочетание фразеологизма с таким образным средством, как метафора, то есть, косвенное сравнение, в данном случае, с поведением напуганного страуса. Метафорический фразеологизм вызывает в сознании реципиента соответствующий образ. Эффект наглядности, несомненно, пропадёт, если вместо фразеологической единицы будет

употреблено синонимичное ей выражение: “*This doesn't always work as well as it should but it is a better attitude than **hiding in fear***”.

Как известно, фразеологические единицы обладают таким важным свойством, как стабильность компонентного состава. Она заключается в том, что слова, входящие в состав фразеологизма, всегда воспроизводятся как единое целое, как словосочетание, в котором не изменяются ни порядок слов, ни количество компонентов, ни сами компоненты [3, с. 75]. Нарушение неизменности компонентного состава ведёт к разного рода ошибкам. Однако, несмотря на это свойство, фразеологизмы могут подвергаться различного рода трансформациям, т.е. индивидуально-авторским (оказиональным) преобразованиям. Фразеологическими трансформациями называются такие оказиональные изменения в форме и/или значении устойчивых сочетаний слов, которые позволяют сохранить единство фразеологизма, т.е. оставляют его узнаваемым [2]. Это осуществляется автором намеренно, с целью придать тексту какой-либо стилистический эффект. Трансформаций фразеологизмов существует множество, некоторые из них представлены в исследуемом материале. Так, например, имеет место такая трансформация, как включение в состав фразеологизма дополнительного(-ых) компонента(-ов), как в следующем предложении: “*Новый проект «Золотые голоса Беларуси» научит любить музыку даже тех, кому **на ухо наступили все медведи окрестных лесов***” [12]. Фразеологическая единица *медведь на ухо наступил* приобретает новые компоненты *все* и *окрестных лесов*, а кроме того, форма единственного числа слова *медведь* изменена на форму множественного числа, что создаёт значительное усиление самого фразеологизма: не просто некоторые люди, а абсолютно все, у кого нет музыкального слуха.

В составе фразеологической единицы также могут производиться замены компонентов на другие. В предложении “*...К тому же весьма дорого для руководства польской команды – УЕФА использование пиротехники **карает обычно швейцарским франком***” [11] использовано выражение *карать швейцарским франком*, которое было получено из первоначального

фразеологизма *карать рублём*. Название денежной единицы было заменено на подходящее по ситуации, а использование фразеологизма вместо нейтрального выражения несёт в себе экспрессивную окраску и дополнительно привлекает внимание.

Ещё один вид трансформации – использование лишь одного или нескольких компонентов вместо полной фразеологической единицы. Например, из первоначального варианта пословицы *Every cloud has a silver lining* ‘Нет худа без добра / Всякое тёмное облако серебром оторочено’ были взяты слова *silver lining* ‘серебряная оторочка / полоска’, к которым прибавлено слово *scrap* ‘клочок, кусочек’: “*If there is a scrap of silver lining to Mr Miliband’s troubles, it is that Labour losses have not benefited the Conservatives directly*” [8]. Сама пословица предполагает наличие маленького преимущества в большой проблеме или неприятности. А такое употребление устойчивого выражения в сочетании со словом *scrap* подчёркивает, насколько это преимущество маленькое. Этому же способствует построения предложения с оборотом *if there is...* ‘даже если и есть...’.

Принимая во внимание вышесказанное, можно сделать вывод о том, что фразеологические единицы в своём большинстве несут в себе то или иное коннотативное значение и играют важную роль в создании эмоционально-экспрессивного контекста в публицистическом тексте. Они могут использоваться как в исходной форме, так и в трансформированном виде. И если в исходной форме фразеологизмы способствуют усилению описываемой в тексте ситуации, созданию комического или иронического эффекта, более точной и образной характеристике персонажа, его психологического и эмоционального состояния и т.д., то в трансформированном виде они помогают добиться новых и необычных эффектов, которые ещё сильнее воздействуют на читателя и придают тексту ещё большую эмоциональную насыщенность и экспрессивность.

Литература

1. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология : учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семененко. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 344 с.
2. Ефанова, Л. Г. Фразеологические трансформации в речи и тексте / Л. Г. Ефанова // Вестн. Томск. гос. пед. ун-та. – 2005. – № 3. – С. 123–127.
3. Лексикология английского языка : учебник для ин-тов и фак-тов. иностр. яз. / Р. З. Гинзбург [и др.] ; на англ. яз. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. шк., 1979. – 269 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / редкол. : В. Н. Ярцева (гл. ред.) [и др.]. – М. : Сов. энцикл., 1990. – 685 с.
5. Розенталь, Д. Э. Практическая стилистика русского языка : учеб. пособие для студентов филол. фак-тов / Д. Э. Розенталь. – 2-е изд. – М. : Высш. шк., 1968. – 416 с.
6. The Daily Telegraph. – 2015. – March 2, #49692. – P. 8.
7. The Daily Telegraph. – 2015. – March 5, # 49695. – P. 22
8. The Telegraph. – 2014–2015. – December 31-January 6, #1223. – P. 14.
9. Рэспубліка. – 2016. – 16 сентября 2016, № 176 (6574). – С. 14.
10. Рэспубліка. – 2016. – 23 сентября 2016, № 181 (6579). – С. 3.
11. СБ: Беларусь сегодня. – 2016. – 16 сентября, № 178 (25060) – С. 15.
12. СБ: Беларусь сегодня. ТВ твоего дома. – 2016. – 26 сентября-2 октября. – С. 2.

Реферат

Статья посвящена функционированию фразеологизмов как средства выражения коннотаций на материале англо- и русскоязычных публицистических текстов. Раскрывается роль фразеологизмов в языке, их стилистические особенности. В статье подчёркивается, что фразеологизмы обладают коннотативными значениями, которые характеризуются такими свойствами, как эмоциональность, экспрессивность и оценочность. Благодаря

коннотативным значениям фразеологизмов публицистические тексты приобретают особую стилистическую окраску, способствующую привлечению внимания и воздействию на читателя, что является основной функцией публицистического стиля.

Summary

The article is devoted to functioning of phraseological units as a means of expressing connotations on the material of English and Russian publicist texts. It reveals the role of phraseological units in the language, their stylistic features. The article emphasizes the fact that phraseological units possess emotionality, expressivity and evaluation. Connotative meanings of phraseological units contribute to special stylistic colouring of publicist texts. It contributes to attracting attention and influencing the reader, which is the main function of publicist style.

Ключевые слова: фразеологизмы, коннотативные значения, коннотации, эмоциональность, экспрессивность, оценочность, публицистические тексты.

Keywords: phraseological units, connotative meanings, connotations, emotionality, expressivity, evaluation, publicist texts.