

Е.И. БЕГЛОВА

*(Стерлитамакская государственная педагогическая академия им. Зайнаб Бишиевой,
г. Стерлитамак, Россия)*

УДК 81.161.11'373

ББК Ш141.2-33

ТЕКСТООБРАЗУЮЩАЯ РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В МАЛЫХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРАХ

Аннотация: Анализируются особенности семантической и формальной трансформации фразеологических единиц при создании текстов малых речевых жанров (афоризмов, одностиший и др.) комической направленности, предназначенных для креативной коммуникации.

Ключевые слова: речевой жанр, креативное мышление, смеховая культура, экспрессия.

Устойчивые словосочетания, фразеологические единицы (ФЕ) выполняют в текстах как эстетическую, так и стилистические функции. В креативных текстах фразеологические единицы играют часто текстообразующую роль. Предметом лингвистического интереса в данной статье является смыслообразующая функция фразеологических средств при порождении текстов. Именно семантика и форма ФЕ становятся авторским арсеналом в создании текста, в частности, текста малого речевого жанра смеховой тональности, предназначенного для креативной коммуникации. На протяжении 2000-х гг. в СМИ устной и письменной формы мы наблюдали тексты разных малых речевых жанров – пародий, анекдотов, афоризмов, частушек, – созданные на основе разных по форме и семантике фразеологических единиц, как кодифицированных (фиксирующихся в словарях), так и некодифицированных, узуальных (не фиксирующихся в словарях). В текстах этих жанров ФЕ является не только семантической единицей, выступающей смысловым ядром текста, но она создает авторскую модальность, выражает ее с установкой на креативную коммуникацию. Можно отметить следующие признаки текстов малых речевых жанров: малый объем, наличие ассоциативных микротекстов внутри текста (по принципу «текст в тексте»), эвристическая полисемия, омонимия, каламбуры. Подобного рода тексты требуют от адресанта языкового мастерства, языковой компетентности, наличия специальной лингвистической подготовки, умения наблюдать, синтезировать и типизировать. Все эти качества характерны для творческой индивидуальности (языковой личности), способной отражать общечеловеческий, коллективный взгляд на явления окружающего мира.

Креативное мышление речевой личности способствует порожде-

нию текста, достигающего спрогнозированного им коммуникативного эффекта. Креативный текст и креативная коммуникация при тождестве некоторых приемов использования языковых средств отличаются прагматической направленностью, авторской интенцией, диктующей жанр текста, его эмоциональную тональность и пр. Результатом креативного мышления адресанта является оригинальный текст, ориентированный на определенного адресата, вызывающий его рефлексии. Креативная коммуникация предполагает разные формы, в частности, одноканальную связь адресанта и адресата: восприятие текста на слух, чтение текста (в зависимости от формы речи); это тексты интеллектуальных жанров (афоризм); юмористических (афоризм, анекдот и др.). Тексты малых речевых жанров дифференцируются в зависимости от жанра общения, эмоциональной тональности, коммуникативно-прагматической установки. Креативные тексты современных радио и телепередач, ориентированных на развлечение адресанта, смех ради смеха, юмор для юмора имеют большое значение для современного россиянина, в частности, такого рода коммуникация выполняет компенсирующую функцию, отвлекая человека от ощущения безысходности, усталости, переключает его на другую тональность в общении.

Роль смеха в жизни русского человека исследуется в рамках русской смеховой культуры, современного актуального направления, изучающего в связи с ней и особенности русской речевой культуры. Важность смеха, юмора в жизни российского человека репрезентируют тексты малых речевых жанров – афоризмы: *1. Одним из источников радости является юмор ради юмора. Отрицание его как истинного искусства, пусть даже такими авторитетами, как Гете и Писарев, не представляется убедительным* [Шевелев 1997: 258]; *2. Юмор ради юмора – эликсир здоровья* [Там же: 258].

Целью большинства креативных рубрик газет, телепередач, радиопередач (например, «Кривое зеркало», «Смешные люди»; «На диване с «Комсомолкой» и др.) является развлечение адресата. В связи с вышесказанным вызывают интерес произведения современных писателей-юмористов М.М. Жванецкого, М.Н. Задорного, В. Коклюшкина, афоризмы Анатолия Раса и др., звучащие в телепередачах, публикуемые в газетах и сборниках. Проанализируем несколько текстов М.Н. Задорнова, в которых актуальным приемом текстообразования является декодирование смысла, псевдомотивация устойчивого словосочетания или фразеологической единицы, сочетающиеся с приемом «обманутого ожидания». Это мини-тексты в жанре афоризма, содержащие ассоциативные подтексты, обусловленные знаниями разного порядка о российской действительности. Например: ***Внутренний голос*** – *голос из Министерства внутренних дел*; в словаре отмечается аналогичная ФЕ в значении «об интуиции, совести» [Кузнецов

2004: 84]. *Ищи свищи* – работа хирурга; кодифицированное значение ФЕ *ищи-свищи* «не вернешь обратно, не найдешь» [Молотков 1986: 187]. *Косая сажень* – одноглазый прокурор; нормативное значение ФЕ *косая сажень* «высокого роста, большой» [Молотков 1986: 406; Ожегов 1983: 616]. *Одинокая женщина* – это женщина, у которой никого нет, кроме мужа; в словарях последнее словосочетание не фиксируется, но оно используется в речевом узусе как устойчивое в значении «незамужняя женщина». *Свободные цены* – это когда пришел в магазин, увидел цены и – свободен! Устойчивое узуальное словосочетание отмечается в словаре в значении «рыночные цены, не определяемые государством» [Кузнецов 2004: 914]. *Сыграть в ящик* – получить от института распределение на режимное предприятие; кодифицированное значение ФЕ «умереть» [Молотков 1986: 468]. *Стихийное бедствие* – сборник стихов молодых поэтов; нормативное значение ФЕ «большое несчастье» [Ожегов 1983: 38]. Заметим, что подобного рода текст представляет собой определение, толкование устойчивого словосочетания (или ФЕ), значение которого всем известно, но автор по-своему толкует, вопреки нормативному восприятию, значения словосочетания адресантом, в результате чего и рождается новый текст нового жанра: это не *словарная статья*, а *афоризм*.

Итак, можно говорить о модели построения текстов, основанных на семантике и форме известной ФЕ, узуального устойчивого словосочетания или крылатого выражения. Данное утверждение репрезентируют тексты других юмористов, например Анатолия Раса. 1. *И хочется, и колется, и мама не велит* – наркоман. 2. *Одна лошадиная сила – жена с хозяйственными сумками*. 3. *«Как упоительны в России вечера»* – заключение наркологов («Аншлаг» 08.01.2004).

Активно используются жанр *одностишия*, с применением других приемов изменения смысла известной крылатой фразы или устойчивого словосочетания, например: *Полный, вперед!* – приказ командира. Фраза *Полный вперед!* (команда из речи моряков, военных) наполняется новым смыслом в результате авторской постановки запятой. При этом прилагательное *полный* субстантивируется, переходит в разряд имен существительных, получая новое значение – *толстый*. Как показал наш лингвистический анализ афоризмов, одностишия, такого рода креативные мини-тексты требуют большого авторского мастерства, характерного для творческой речевой личности.

В афоризмах ФЕ часто играют текстообразующую роль, то есть создают смысл, форму и жанр текста. Приведем примеры подобного рода афоризмов: 1. *«Сиденье на двух стульях»* – псевдообъективность [Шевелев 1997: 325]; 2. *Держи нос по ветру, но не бросай слова на ветер* [Кондрашев 2005: 42]; 3. *Не живи с душою нараспашку, чтоб*

тебе не наплевали в душу [Шевелев 1997: 140]; *Что не по плечу, то не по душе* [Шевелев 1997: 295]. В данных текстах талантливо подобраны ФЕ, которые демонстрируют редкую синтагматику фразеологизмов с фразеологизмами, определяющую как смысл, так и структуру текстов.

В газетах, радиопередачах автор часто, стараясь завоевать интересы адресата, делает его соавтором, объявляя конкурсы на лучшие афоризмы, одностишия, частушки. Оригинальные тексты публикуются или читаются в эфире, демонстрируя коллективное творчество адресанта и адресата в целях креативного общения, то есть тексты заранее прогнозируются на развлечение и смех. Это как раз тот случай, нашедший отражение в афоризмах, о котором знают и помнят профессионалы – журналисты, писатели: 1. *Без индивидуального – нет в афоризме оригинальности, без общечеловеческого – отсутствует синхронность жизненному пульсу большинства* [Шевелев 1997: 255]; 2. *В идеальном афоризме должно быть что-то общечеловеческое и что-то индивидуальное* [Шевелев 1997: 255]. Приведем тексты политических частушек, присланных на конкурс в газету «Собеседник» (№ 3, 2012, С. 3). По требованию конкурса, политчастушки, посвященные президентским выборам, должны были состоять из четырех строк и выражать собственное мнение (электоральные чувства).

*Говорят, что Путин нам
Всем на радость свъше дан.
Только шепчет в ухо бес:
«Крыша едет у небес»* (Панина Нона, Москва).

Новая фразеологическая единица *крыша едет*, обладающая отрицательной окраской, используется как средство создания сарказма. ФЕ *крыша едет* вошло в литературный состав русской фразеологии совсем недавно в значении «кто-либо сходит с ума» из молодежного сленга, о чем свидетельствует ее фиксация в толковом словаре [Скляревская 2001: 399].

Или тексты-афоризмы, текстообразующим компонентом в которых являются фразеологические единицы: *Как можно отличить дензнаки, которые добывали **потом и кровью** от тех, которые **гребли лопатой**?* (Владимир Чхан, Самара // АиФ. – 2010. – № 48. – С. 18); *гребсти лопатой* – много зарабатывать, наживать [Молотков 1986: 119]; *потом и кровью* – ценой больших усилий, тяжким трудом [Молотков 1986: 348]. *Гвоздь программы не должен быть тупым.* (АиФ. – 2010. – № 48). *Гвоздь программы* – нечто главное.

Интересен тот факт, что в некоторых креативных жанрах, нацеленных на смеховую коммуникацию, мы наблюдаем противоположные приемы: порождение словосочетания по типу ФЕ или универбацию словосочетания. Так, в жанре кроссворда используется прием,

обусловленный в свою очередь приемом декодирования значения ФЕ, свойственным текстам малых речевых жанров – афоризмам, мини-анекдотам. Например, в кроссвордах, использующихся адресантом для одноканальной или индивидуальной коммуникации: *свечной сэконд хэнд* – огарок; *иерархическое благоговение* – чинопочитание; *французский «рокфор»* – сыр; *шеф стада* – пастух и др. Этот факт подтверждает нашу мысль о продуктивности приема декодирования значения ФЕ или устойчивого словосочетания, крылатой фразы, наделением их эвристической полисемией при порождении креативного текста смеговой тональности.

Таким образом, ФЕ, крылатая фраза, узуальное устойчивое словосочетание употребляются не только для создания экспрессивности текста, но и являются текстообразующими. Можно говорить о продуктивном приеме порождения текстов малых речевых жанров с интенцией на креативную коммуникацию: декодирование значения ФЕ, устойчивого словосочетания, приводящее к явлению «авторский текст в тексте».

ЛИТЕРАТУРА

Большая энциклопедия афоризмов / Автор и сост. А.П. Кондрашев. – М., 2005.

Задорнов М.Н. Вдруг откуда ни возьмись. Проза. – М., 2004.

Ожегов С.И. Словарь русского языка. Изд-е 14-е, стер. / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – М., 1983.

Современный толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А Кузнецов. – М., 2004.

Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / Под ред. Г.Н Складневской. – М., 2001.

Фразеологический словарь русского языка. Изд-е 4-е, стер. / Под ред. А.И. Молоткова. – М., 1986.

Шевелев И. Афоризмы. Мысли. Эмоции. – М., 1997.

© Беглова Е.И., 2012