

## ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: КОММУНИКАТИВНО - ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Гусейнова Татьяна Султанзиядовна*  
*Доцент, кандидат филологических наук*  
*Дагестанский государственный педагогический университет*  
*Махачкала*

**Аннотация.** Коммуникативно-прагматический аспект дискурса способствует усилению обработки языковой информации при помощи фразеологических трансформ как текстообразующих знаков. Фразеологические трансформы, создавая экспрессивные функционально-семантическое пространство, регламентирует степень хаотичности, неупорядоченности и стихийности информационного потока, что способствует последовательности содержательного и структурного плана дискурса.

**Abstarct.** The communicative and pragmatic aspect of discourse helps to strengthen the processing of language information using phraseological transformations as text-forming signs. Phraseological transformations, creating an expressive functional and semantic space, regulate the degree of chaotic, disordered and spontaneous information flow, which contributes to the consistency of the content and structural plan of discourse.

**Ключевые слова:** дискурс, фразеологическая единица, пассионарность, коммуникативно- прагматический аспект, публицистика

**Keywords:** discourse, phraseological unit, passionarity, communicative and pragmatic aspect, journalism

---

Динамика и масштаб воздействия современных массмедиа на общественное сознание и, прежде всего посредством языковых знаков, выражающих пассионарное содержание. Коммуникативность и прагматичность дискурсивного пространства СМИ на психолингвистическом уровне детерминированы деятельностью журналиста как создателя публицистического материала (продюцента) и читателя как потребителя контента (реципиента), их обращенности к реальному миру, информированности о культурологических предпочтениях социума, возможности выстраивать причинно-следственные отношения между явлениями действительности и адекватно их оценивать. Коммуникативно-прагматический план выражения пассионарности, коррелирующийся с лингвокреативной и контактоустанавливающей деятельностью создателя и потребителя медийного продукта, строится на базовых представлениях о мире, единообразии оценок, унифицированном словаре. Следовательно, обработка языковой информации коммуникантами будет осуществляться в заданных границах.

Всякое общение детерминировано определенными целями, следовательно, продуценту необходимо активизировать такие (конкретные) механизмы речевого воздействия на реципиента, чтобы его фактическая реакция была более или менее адекватной авторским интенциям (запрограммированной). Одними из наиболее эффективных способов создания и реализации фразеологических трансформ, являются те, которые по содержанию соотносятся с различными образными номинациями, метафорами, сравнениями, а также с определенными графическими маркерами: «Затянуть часовой пояс» (Елков, И., РГ.) – об устранении некоторых часовых поясов, т.к. некоторые регионы хотят ввести одно время с Москвой; «Моя нелегальная няня» (Грицюк. М., Смолякова Т., РГ) – о проблемах нелегальных мигрантов и др.

Фразеологические трансформы присутствующие в дискурсе, систематизируют лабильные представления реципиента, воспринимающего текст, корректируют их, но все же допускают варьирование в читательской интерпретации содержания текста.

Создание и реализация экспрессии во многом отражают самого автора (продюцента) дискурса: его индивидуальную систему ценностей, образ мыслей, аутентичность структуры знаний, рефлексию, суть личностных эмоций, критическое (оценочное) восприятие картин окружающей действительности. Экспрессия, безусловно, отражает картины окружающего мира, при этом и создает их, таким образом, в языковом коллективе формируются эмоционально маркированные понятия (политического, экономического, социального и т.д. плана), которые в свою очередь адекватно расшифровываются всеми носителями языка. Фразеологические трансформы в прагматическом аспекте удовлетворяют потребности индивидуума в нестандартном именовании тех или иных явлений, объектов, что способствует их выделению из общего потока описания картин окружающего мира, в то же время они пополняют фразеологический фонд языка. Иначе говоря, фразеологическая трансформация как новое явление активно включается своим содержанием и внешней формой в систему имеющихся в языке структур знаний, при этом обнаруживается, что перманентность данного процесса заложена в самой сути языка.

Фразеологические трансформы как экспрессивные единицы двойственны по своей природе, что манифестируется одновременной сложностью и простотой их возникновения и функционирования в речевом потоке: во-первых, фразеологическая трансформация представляется своеобразным субститутом, способствующим транспонированию сложных (в плане когнитивном, научном, социальном и т.д.) явлений действительности в

категорию упрощенных, доступных (очень часто примитивных и даже искаженных) символов. Здесь можно говорить о понятии «архетип» как своеобразной концентрации символов, а так как всякое явление может трактоваться неоднозначно (в зависимости от культурологических, гуманистических и др. позиций автора, его интенций и т.д.), архетип способствует созданию значительного количества символов, естественно, объединенных общей темой. Во-вторых, возникновение экспрессии является следствием эвристической деятельности автора в процессе его лингвокреативной трактовки реальной действительности. Эффективное функционирование ФЕ-трансформ в публицистическом дискурсе детерминировано антиципацией как ее расшифровка и восприятие читателем.

Наиболее активное осуществление данных процессов наблюдается в публицистическом дискурсе, чему способствуют сами средства массовой информации: оперативность в отражении событий, масштабное продвижение массмедийных средств, их многовекторность, языковой демократизм, общедоступность материалов, перманентный поиск приемов пассионарного воздействия на читателей, регулирование экспликации, оценочных характеристик, агрессивная подача информации и т.д. Преимущественная реализация определенных ФЕ-трансформ, их концентрирование, формирование парадигмы мнемонических связей в большинстве случаев манифестированы интенциями журналиста, а также направленности (идеологической, информационной, возрастной др.) периодического издания, в меньшей степени - от содержания излагаемого материала. Представление реципиентом фразеологических трансформ и их смысловых границ определяется богатством ассоциативных связей, возникающих в его сознании при взаимодействии экспрессивных единиц, представленных в дискурсе, содержания материала, а также своего прошлого опыта. Следовательно, для современного читателя содержание газетного материала явление более значимое, чем для журналиста, для которого публикуемого сообщение и используемые в нем экспрессемы в основном - средство привлечения внимания (по возможности большей части) читательской аудитории к своей газете вообще и к данному номеру в частности. Данное обстоятельство обуславливает реализацию в газете иконических и маргинальных текстов, перформативных по сути. ФЕ- трансформы в публицистическом дискурсе, манифестированные множественными информационными детерминантами, в процессе индивидуальной речевой практики могут восприниматься как: во-первых, ключевые слова, концентрирующие или аккумулирующие значительный содержательный материал («*Прохладное отношение*» (Бондарев С., РГ) – о плохой подготовке к отопительному сезону; «*А вы как защищали Родину?*» (Маргелов М., РГ) – о 23 февраля – Дне защитника Отечества); во-вторых, слова-стимулы, дающие толчок в развитии и построении коммуникативного дискурса («*Океан и капля*» (Кожемякин В., АиФ) – о рассуждениях автора, полагающего, что народ – это океан, а он - капля в океане); в-третьих, слова-символы, обозначающие те или иные ситуации/блоки ситуаций («*Весна. Прилетели борсеточники*» (Козлова Н., РГ) – о начале сезона охоты на автовладельцев уличными ворами). Структурная репрезентация фразеологических трансформ в указанных случаях отличается неоднородностью: метафорические экспрессемы лексические образные номинации могут состоять из единичного обозначения (слово, простое словосочетание); фразеологические трансформы, некоторые сравнения могут быть представлены более сложными образованиями (развёрнутые словосочетания, простые предложения, части простых предложений); синтаксическая образная номинация и сложные сравнения охватывают границы сложных предложений (в основном сложноподчинённых).

Во всяком дискурсе, кроме экспрессивных (эмотивных, оценочных, образных) единиц, вербальных и невербальных знаков существуют и другие неконнотативные элементы, т.е. рабочие слова, знаки, которые не выражают авторских образных (выразительных) смыслов, а всего лишь создают фон для более выгодной манифестации экспрессивно маркированных компонентов, дискурса, в частности фразеологических трансформ. Это своеобразная «словесная руда», «шлак». Продюцент передаёт реципиенту стратифицированный в результате рефлексии определённый набор языковых знаков «элитного» и «рабочего» материала [1, с. 156.]. Реципиент, не имея ориентиров аутентичности «элитных» и «рабочих» материалов, может произвести их реноминацию (переоценку ценностных значений), и в «шлаки» отойдут «элитные» материалы. Иными словами, адекватного авторскому читательского восприятия практически не существует. И, тем не менее продюцент, активизируя определённые механизмы воздействия на сознание реципиента, пытается регулировать, вести в заданном направлении его лабильные лингвокреативные репрезентации картины мира которую можно рассматривать как «лингвоментальную единицу, определяющую тип речемыслительного поведения языковой личности» [2, с.51-52].

Таким образом, фразеологические трансформы в дискурсе и в особенности в публицистическом (т. к. возможна более оперативная читательская реакция) играют существенную роль, их функционирование обусловлено целым рядом экстра- и интралингвистических факторов; особенностей языковой личности, продюцента и реципиента, системы их культурологических ценностей, умения интерпретировать в своём сознании картины окружающего мира, также широтой ассоциативных связей, владения нормами языка и определённым уровнем переработки и восприятия информации.

### Список литературы

1. Лотман Ю. М. Семиосфера. - СПб., 2000.
2. Шпильная Н.Н. Языковая картина мира в структуре речемыслительной деятельности языковой личности. -М., 2014.