

---

# СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИЙ СОМАТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ЗАГОЛОВКАХ РОССИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ

Цзан Вэньцзянь (КНР)

Кафедра массовых коммуникаций  
Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье анализируются функции соматических фразеологизмов в заголовках китайской и российской современной прессы. Рассмотрение сходств функций соматических фразеологических единиц в их заголовках позволяет нам выявить общую языковую специфику в условиях построения заголовков китайской и российской современной прессы в целях усиления взаимного понимания и сотрудничества при международном общении между Китаем и Россией.

**Ключевые слова:** соматические фразеологизмы, структура фразеологизмов, русский язык, китайский язык, заголовки статей.

В наше время в условиях информационного рынка, жесткой конкуренции, борьбы за читателя СМИ стремятся как можно привлекательнее «упаковать» свою продукцию, т.е. преподнести информацию в наиболее яркой, характерной, запоминающейся форме. Китайские и русские соматические фразеологизмы (как и все вообще фразеологизмы) отражают специфику своей национальной культуры, историю и культуру народа, поэтому, безусловно, соматические фразеологизмы играют важную роль при построении ярких, броских заголовков и текстов прессы, вызывающих читательский интерес. Это влечет за собой активное использование фразеологизмов и в российской, и в китайской современной прессе.

Открывая любое китайское или российское современное издание, заметно, что языковая специфика проявляется в том, что в прессе есть особые речевые образования — заголовки, подзаголовки, рубрики и т.д. Соматические фразеологизмы, например, такие, как *по ушам, на ладони, в руках, на шее, с протянутой рукой, на одно лицо, на голову, с легким сердцем, язык до Киева доведет; поставить на уши; сыт по горло; губа не дура; не по сердцу; держать себя в руках; из рук в руки; мастер на все руки; золотые руки и т.д.*, чаще служат «строительным» материалом для создания новых, неожиданных, экспрессивных образов, языковой игры в современной прессе Китая и России, привлекающей внимание читателей. Чем изобретательнее пресса в привлечении соматической фразеологии, тем ярче ее материал, эффективнее воздействие на читателя. В связи с этим принципиально важно установить, какими приемами пользуются СМИ, когда берут на вооружение соматической фразеологию. Например:

- 1) Аллергия водит за нос! [Аргументы и факты, 31.03.2011];
- 2) Банк на ладони [РБК daily, 30.03.2011];
- 3) Черновецкий всем — как кость в горле [Корреспондент, 14.09.2006];
- 4) 影视：为何怦然心动 [Еженедельник Синьминь, 22.12.2010];
- 5) 西藏自治区主席：达赖集团螳臂挡车终将失败 [Наньфандушибао, 28.03.2011];
- 6) 老子与孔子对话：如何让民众心甘情愿纳税 [Еженедельник Наньду, 20.04.2007].

Используя соматический фразеологизм для оформления заголовка, автор предполагает раскрыть его значение в тексте прессы. Чаще всего фразеологизмы включаются в рассуждение, где они помогают глубже раскрыть позицию автора, усилить его аргументацию. Это немаловажно как для автора статьи, так и для всей прессы в целом, так как яркий, образный фразеологический оборот привлекает внимание и вызывает интерес к публикации, а, следовательно, повышается рейтинг прессы. Например:

- 1) Не в бровь, а в глаз — За что Россия бьет трубой Украину [Московский комсомолец, 24.11.2005];
- 2) 美国的两面手法又给自己当头一棒 [Китайская газета, 30.03.2011].

Употребление соматических фразеологизмов придает речи живость и образность. Этим объясняется употребление их в разговорной речи, в художественном и газетно-публицистическом стилях. Часто фразеологизмы выступают в роли заглавий газетных очерков, информации, корреспонденций. Журналисты особенно охотно обращаются к соматической фразеологии в фельетонах, очерках, внося в текст просторечный и разговорный оттенок. Например:

- 1) Носы не задирать [Российская газета, 24.01.2005];
- 2) Милиция «потеряла» голову [Московский комсомолец, 16.02.2011];
- 3) 老子与孔子对话：如何让民众心甘情愿纳税 [Еженедельник Наньду, 20.04.2007];
- 4) 西藏自治区主席：达赖集团螳臂挡车终将失败 [Наньфандушибао, 28.03.2011].

Заметно, что соматические фразеологизмы в заголовках современной прессы Китая и России выполняют не только номинативную и коммуникативную, но и экспрессивно-эмоциональную функцию. Метафоричность, эмоциональность, экспрессивность — все эти качества соматических фразеологических единиц придают речи образность и выразительность. Это обуславливается тем обстоятельством, что большинство соматических фразеологизмов обладают экспрессивно-эмоциональными качествами, которые позволяют эффективно воздействовать на чувства людей и вызывать у них необходимую реакцию, т.е. желаемый коммуникативный эффект. Например:

- 1) Губа не дура [Журнал «Про настоящее кино», 25.04.2006];
- 2) С легким сердцем [Итоги, 28.03.2011];
- 3) Пиар во время чумы [Открытая. Для всех и каждого. № 21 от 2—9 июня 2010 г.];
- 4) Разговор по ушам [Аргументы и факты, 07.04.2011];
- 5) Михаил Саакашвили пообещал поставить всю Грузию на ноги [РБК, 14.03.2007];
- 6) Злые языки страшнее пистолета [Коммерческая недвижимость Москвы, 13 октября 2005];
- 7) Носы не задирать [Российская газета, 24.01.2005];
- 8) “小心翼翼”的雨花台改造 [Еженедельник Ляовандуфан, 05.01.2011];
- 9) 好好活着 活得心安理得 [Наньфандушибао, 06.04.2011];
- 10) 山西黑老大的双面人生与暴富历程 [Еженедельник Наньфандушибао, 21.12.2010];
- 11) 格力空调刻意掩盖 司马昭之心 [Китайская газета, 02.04.2011];
- 12) 房价控制目标可见地方政府“心慈手软” [Цилуваньбао, 27.03.2011];

- 13) 金顶盛世：伯南克口不对心，就业市场数据说话 [Китайская газета, 02.04.2011];
- 14) 抓住黄金发展机遇期 齐心协力创造新业绩 [Чиджоужубао, 24.03.2011].

С желанием сделать заголовок более ярким, привлекательным связано употребление в них фразеологизмов в трансформированном виде. Изменения фразеологизмов позволяют прессе избегать штампов, так как в этих случаях фразеологизм получает, помимо свойств, заложенных в нем, новые экспрессивные свойства. Способы трансформации соматических фразеологизмов в заголовках китайской и российской современной прессы чрезвычайно разнообразны. Наиболее распространенными являются,

во-первых, замена одного или нескольких лексических компонентов фразеологизма. Например:

- 1) Кто в бровь, кто в глаз [Иная газета — Город Березники, 25.03.2011];
- 2) 2011款蒙迪欧致胜焕然一“心” [Хэнъянваньбао, 25.03.2011].

Во-вторых, чаще в заголовках прессы наблюдается расширение соматического фразеологизма за счет введения добавочных компонентов. Например:

- 1) Не в бровь, а в глаз учителю химии [НГ, № 29, 2005];
- 2) Пиар во время чумы [Открытая. Для всех и каждого. № 21 от 2—9 июня 2010 г.];
- 3) 坎昆会议群枪舌剑 气变僵局如何破? [Китайская газета, 01.12.2010];
- 4) 莫斯科没有眼泪 [Китайские новости, 11.02.2011].

В-третьих, широко используется в заголовках прессы и прием усечения соматической фразеологической единицы, что создает эффект усиленного ожидания. Например:

- 1) Семь раз отмерь — один отрежь: как провести весеннюю обрезку садовых деревьев [Комсомольская правда в Белоруссии, 30.03.2011];
- 2) 脚踩两船:诺基亚称塞班与WP7长期共存 [Китайская газета, 27.03.2011].

В-четвертых, весьма выразительны заголовки прессы, в которых соматический фразеологизм, трансформированный каким-либо образом, включается в экспрессивную синтаксическую конструкцию, например, в вопросительную или в вопросно-ответную. Например:

- 1) Не в бровь, а в глаз — За что Россия бьет трубой Украину [Московский комсомолец, 24.11.2005];
- 2) 老子与孔子对话：如何让民众心甘情愿纳税 [Еженедельник Наньду, 20.04.2007].

Как показал анализ, соматические фразеологизмы являются действенным стилистическим средством, поскольку в их значении коннотативная часть преобладает над предметно-логической. Кроме этого, на функциональные свойства соматических фразеологизмов оказывает большое влияние их мотивированность или немотивированность. Образ, лежащий в основе создания соматических фразеологизмов, при функционировании проявляет себя, и от этого во многом зависит формирование их актуального значения в контекстах китайской и российской современной

прессы. Соматический фразеологизм, включаясь в контекст прессы, приобретает логические и эмоционально-оценочные приращения. Смысловая значимость образного соматического фразеологизма в контексте современной прессы Китая и России зависит также от того, какой троп лежит в основе его создания.

Таким образом, на основании вышесказанного можно сделать следующие выводы.

Соматические фразеологизмы являются функциональными сходствами в китайской, и в российской современной прессе. Чаще всего соматические фразеологизмы включаются в язык прессы, где они помогают глубже раскрыть позицию авторов, усилить аргументацию, дать оценку смысловым явлениям, проявлять свои изобразительные свойства, образно передавать ситуацию, делая ее наглядной и представимой. Рассмотрение и осознание общих функциональных свойств китайской и российской современной прессы позволяет выявить ряд общих языковых явлений, поднять взаимопонимание при международном общении до нового уровня.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- [1] *Горохов В.М.* Основы журналистского мастерства. — М., 1989.
- [2] *Го Цингуан.* Коммуникации. — Китайский народный университет, 1999.
- [3] *Ли Лянжун.* Введение в журналистику. — Фуданский университет, 2001.
- [4] *Молотков А.И.* Фразеологический словарь русского языка. — М.: Высшая школа, 2001.

## **THE COMPARISON AND ANALYSIS OF BODY IDIOMS' FUNCTIONS IN THE MODERN NEWS TITLES BETWEEN THE CHINESE AND RUSSIAN PRESS**

**Wenqian Zang (China)**

Department of Mass Communications  
People's Friendship University of Russia  
*Micluch-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The body idioms make different senses in the news titles between the Chinese and Russian press. My article aims at the commonness that the body idioms play a vital role in the constructions and functions between the two different cultural press. Accordingly we can promote the comprehension and cooperation between the two countries.

**Key words:** modern news titles, body idioms, Chinese language, Russian language.