
ЗАГОЛОВОК КАК ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО СМЫСЛОВОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ФРАЗЕМЫ (на материале электронных СМИ)

О.Ю. Космачёва

Кафедра общего языкознания и речеведения
Астраханский государственный университет
ул. Татищева, 20«а», Астрахань, Россия, 414056

В статье рассматривается фраза в структуре заголовка электронного СМИ как дискурсивного пространства, что обусловлено широкой возможностью фразеологической интерпретации мира, а также выделением в языковой картине мира фразеологических фазет как цельных систем.

Ключевые слова: заголовок, дискурсивное пространство, интерпретация, когниции, фазета, фраза.

Уникальная способность фразем реализовывать функцию коллективной культурной памяти позволяет им активно использоваться в качестве самостоятельных заголовков статей электронных СМИ или являться их частью, ср.: «*Златые горы* кандидатов *оставят* россиян *без штанов*» (<http://www.utro.ru/peredovica>), «Почему 235 тысяч призывников *играют* с законом *в кошки-мышки?*» (<http://www.kp.ru/daily/25862/2828908>), «Митт *в конце туннеля*» (<http://lenta.ru/articles/2012/04/05/mittromney>), «От звонка до звонка» (<http://www.itogi.ru/te/2012/1/173404.html>), «Греческие боги *троицу* любят» (http://www.gazeta.ru/sport/2011/12/a_3856074.shtml) и др.

Этнокультурные знания, репрезентируемые фраземами, воспринимаются этнокультурной общностью как очевидные и бесспорно принятые нравственные аксиомы. Это обусловлено закономерным превращением всех форм знания, соответствующего социально-культурной структурированности мира, в семиотический элемент социальной жизни и одновременным закреплением в качестве общей схемы интерпретации мира. Знания, объективированные фраземами, возможно моделировать в виде набора фазет, «каждая из которых по-своему упорядочивает языковую картину мира» [2. С. 19].

Местом, где происходит слияние когниции (знаний о событии, ставшем источником возникновения фраземы) и преобразование этих знаний в фазеты, по мнению Л.Г. Золотых, является дискурсивное пространство фраземы, которое можно считать интерпретационной базой фразеологического значения [3. С. 71]. Для полноценного анализа заголовка, содержащего фразему, важным и необходимым является понятие фразеологической фазеты как «аспектного представления дискурсивного смысла „когнитивного многогранника“, содержащего одну из лингвокреативных интерпретаций фразеологического концепта — импликационала соответствующего фразеологического значения» [3. С. 72]. На наш взгляд, анализ интерпретирующих качеств фазеты, транслирующей смыслы из концепта в семантическую структуру фраземы, позволяет рассматривать заголовок как самостоя-

тельное дискурсивное пространство и дает возможность рассматривать смыслы, которые генерируются конкретной ситуацией благодаря употреблению фраземы в заголовке статьи электронного СМИ. В качестве примера рассмотрим заголовок статьи «Гора родила мышь» (<http://www.utro.ru/articles/2012/02/17/1029381.shtml>). Использование в качестве заголовка фраземы *гора родила мышь* — ‘об интенсивных усилиях, стараниях сделать нечто большое, значительное, завершающихся смехотворно малыми результатами’ — основано на общности культурной памяти автора статьи и ее читателей. Ситуация, описанная еще в басне Эзопа и затем встречающаяся у Горация, высмеивающего плохих стихотворцев, которые хотят создать что-то монументальное, «родить горы», но в тяжких муках творчества разрешаются лишь ничтожно малым «мышонком», в русском языке является результатом неточного перевода [1. С. 153].

Однако данная фразема не только иллюстрирует содержание статьи. Многогранность модели дискурсивного пространства, широкая возможность фразеологической интерпретации мира и, следовательно, возможность выделения в языковой картине мира фасет как цельных систем позволяет нам выявить фасету «нравственные ценности», а именно в той ее части, которая говорит, с одной стороны, о бестолковости каких-либо действий людей, с другой — наводит на мысль об их хитрости, так как неосознанная бестолковость не характерна для взрослых людей, занимающихся политикой. Это подтверждает и текст самой статьи, ср.: «Получается, что новый закон (о новой системе формирования Госдумы. — *О.К.*), во-первых, не приведет к радикальным изменениям правил игры. Во-вторых, он грозит нивелировать возможный положительный эффект от других инициированных президентом мер по реформированию политического устройства: упрощения правил регистрации партий, сокращения количества подписей, необходимых для участия в выборах. Одним словом, *гора родила мышь*. И как бы эта мышь не превратилась в полный провал».

Другой заголовок «Грош цена» (<http://www.itogi.ru/chto/2012/5/174125.htm>) как пример употребления фраземы реализует фразеологическое значение ‘кто-либо, что-либо никуда не годится, не имеет никакой ценности, никакого значения’, в формировании которого фасета «быт» интерпретирует русский национальный колорит, сохраняющийся во фраземе благодаря компоненту «грош». Сначала эта старинная русская монета имела достоинство в 2 копейки, а с XIX века словом «грош» стали называть монету в полкопейки [1. С. 168]. Использование автором данной фраземы в качестве заголовка позволяет подчеркнуть, что речь в статье пойдет о российских проблемах, связанных с деньгами или стоимостью чего-либо. Контекст показывает, что фасета «быт» из широкого спектра знаний картины мира обеспечила выбор именно тех когний, которые необходимы для формирования значения данной фраземы. Именно общность знаний автора статьи и читателей о том, что грош как монета не имеет практически никакой ценности, позволяет заголовку максимально полноценно выполнить свою информативную функцию. Далее при употреблении фраземы в заголовке происходит ее смысловая актуализация. Отфильтрованные фасетой когнии, закрепленные затем во фразеологи-

ческом значении фраземы, при реализации в качестве заголовка актуализируют содержащиеся внутри значения элементарные смыслы — семы. Так, после внимательного прочтения статьи «Грош цена» приходит осознание того, что речь в ней идет не столько о финансовой составляющей проблемы («1 рубль за квадратный метр — такую годовую ставку аренды на ветхие здания, являющиеся памятниками истории и архитектуры, установило московское правительство»), сколько об отсутствии ценности подобных обещаний — «арендатору вменяется в обязанность отреставрировать здание за свой счет... для того чтобы „приобрести“ исторический особняк в центре Москвы сроком на 49 лет, придется в первые пять лет выложить 47 миллионов рублей». Из этого можно сделать вывод, что при использовании в качестве заголовка фраземы *грош цена* происходит актуализация не только сему «деньги», но и окказиональный смысл «нравственные ценности», так как налицо все признаки обесценивания благих обещания, проявление обмана.

Л.Г. Золотых выделяет фасеты, представляющие фразеологическую семантику русского языка: «верования», «обряды», «обычаи», «нравственные ценности», «искусство», «исторические события», «душа народа», «мифология», «имя», «архаизм» и др. [3. С. 72—73], которые, на наш взгляд, находят свое отражение в заголовочном творчестве современных электронных СМИ. Так, фасета «верования», содержащая знания древних религий, оккультные знания, послужила интерпретантом фразеологического значения фраземы *петь дифирамбы* — ‘превозносить, чересчур восхвалять кого-либо’. Когниции, интерпретированные фасетой и вербализованные фраземой, относятся к религиозным традициям Древней Греции, когда, чтобы прославить бога виноделия Диониса, распевали во время шумных празднеств (вакханалий) дифирамбы — хвалебные песни [1. С. 192]. Использование отрицательной частицы *не* в заголовке «Не надо петь дифирамбы» (<http://sportpanorama.by/online/football-online/15293/>) позволяет автору статьи призвать читателей к отказу от восторженно-хвалебных гимнов в честь одного из футболистов, что подтверждается и самим текстом: «Не нужно *петь* Павлову *дифирамбы*. Он играет в силу своих возможностей. Да, в некоторых матчах здорово раскрывается, приносит много пользы. Но в поединке против той же „Валенсии“ он особо не выделялся». Данный пример иллюстрирует классическую интерпретацию дискурсивного смысла заголовка — фасеты «верование», которая аккумулирует импликационал фразеологического значения в заголовке как дискурсивном пространстве.

В другом примере — «Не жалея живота своего: Ляйсан Утяшева поможет вам сделать талию к лету» (<http://www.kp.ru/daily/25843.2/2814270/>) — фразема *не жалея живота своего* восходит к древнеславянскому языку, в котором слово «живот» означало «жизнь». И если говорили: «Он за других свой живот положил», то имели в виду, что человек пожертвовал жизнью. Сейчас же данная фразема имеет значение — ‘пожертвовать жизнью’ [1. С. 222]. Подобную жертвенность, отказ от собственной жизни ради жизни другого, на наш взгляд, можно рассматривать в качестве одной из базовых основ менталитета русского народа. Подобное отношение к собственной жизни (и не только) нашли отражение в формулировке

фасеты «душа народа», содержащей «знания о жизненных установках народа и его ментальности, знания образа жизни народа, правил социального поведения» [3. С. 72]. Поэтому анализ фасеты в структуре заголовка данной статьи, имеющей, кстати, не столь высокодуховное содержание (в статье говорится всего лишь о том, как сбросить лишний вес), показывает, что фасетой «душа народа» аккумулярованы в дискурсивное пространство заголовка следующие когнитии, доступные для понимания любому носителю русской культуры: русский человек, берясь за какое-либо важное для него дело, готов отдаться ему целиком. Процесс похудения в данном случае не является исключением, а иногда и красноречиво демонстрирует способность русских женщин идти ради достижения цели на жертвы, порой даже ценой собственной жизни.

Тот факт, что фразема способна объективировать знания картины мира, упорядочивая их во фразеологическом значении, позволяет говорить об интернациональном характере фразем, на основании чего мы можем выделить две группы:

1) интернациональные фраземы, актуализирующие общенациональную память, основанную на когнитиях мифологического, античного, библейского, исторического характера. Знания, положенные в основу формирования фразеологического значения таких фразем, как *ахиллесова пята*, *поцелуй Иуды*, *архимедов рычаг*, *дамклов меч*, *возлюби ближнего своего*, *колумбово яйцо* и др., хорошо известны людям вне зависимости от их национальности или принадлежности к конкретному культурному сообществу;

2) этнокультурные фраземы, фразеологическое значение которых базируется на этнокультурных знаниях — обрядах, обычаях, особенностях менталитета. Присутствие во фраземе компонента или события, актуализирующего культурные знания конкретного народа, делает понятными их лишь людям, связанным между собой общей этнокультурной памятью. Фразема *лезть на рожон* понятна лишь носителю русской культуры, знакомому с историей русского народа. Фасета «быт», интерпретируя и упорядочивая знания о том, что рожон — заостренный кол (рогатина), который употребляли при охоте на дикого зверя, позволила сформироваться фразеологическому значению — ‘предпринимать что-либо заведомо рискованное, обреченное на неудачу’.

При анализе заголовков с позиции функционирования в настоящее время наиболее актуальным является выделение его смыслообразующей функции, которая, по мнению Т.Ф. Фильчук, «в воспринимающем сознании, независимо от существующего текста, дает „свое“ представление о его возможном содержании, и это мгновенное конституирование содержательного плана текста может быть единственным его вариантом для данного читателя, потому что общение с текстом может прекратиться после прочтения заголовка: читатель по заглавию программирует текст и удовлетворяется этим своим вариантом» [6. С. 3]. Для современного типа чтения в принципе характерна высокая степень редукции электронного текста, что можно определить как условное смыслообразование, происходящее в пространстве читательского восприятия через ассоциативное стяжение смысловых и текстовых интертекстуальных планов и определение культурно-идеологического модуса.

Заголовки, содержащие фразу, интертекстуальны и являются объектами своеобразной игры, цель которой — смещение различных планов восприятия, акцентов, создание эффектов — иронического, юмористического, пародийного. При структурно-семантических деформациях актуализируется внутренняя форма фраземы, включенной в заголовок, которая выступает так же, как фон для нового сдвига, порождающего новые ассоциации, ассоциативные связи, поля — образные, смысловые, что позволяет говорить о заголовке как дискурсивном пространстве.

Игровая стратегия современного мышления находит отражение в заголовке, представленном на сайте Lenta.ru «Тайны ташкентского двора» (<http://lenta.ru/articles/2012/03/27/uzbekistan/>). Заголовок содержит фразу *тайны мадридского двора* — ‘об интригах, секретах вышестоящих лиц, непонятных их подчиненным’, трансформированную путем замены компонента «мадридского» на «ташкентского». Данная трансформация в дискурсивном пространстве заголовка призвана не только удержать читательское внимание, но и способствует смысловому обогащению текста и созданию подтекста, вводя ассоциативный план из текста произведения Г. Борна «Тайны мадридского двора». Автор сознательно активизирует определенные знания и ассоциативные связи, хранимые во фразеологическом значении посредством фасет, стремясь настроить читателя на соответствующее восприятие статьи. Текст статьи не просто привлекает внимание читателя, но и требует от него когнитивной активности, дешифровки, которая, кроме всего прочего, доставляет еще и интеллектуальное удовольствие.

Таким образом, заголовки электронных СМИ, имеющие в своем составе фразу, а особенно те, которые представляют фразу «в чистом виде», образуют свое ассоциативно-смысловое дискурсивное пространство. Заголовок является таким же речемыслительным ареалом — местом, где, во-первых, происходит употребление фраземы в ее кодифицированном значении или допускаются структурно-семантические деформации и, во-вторых, генерируются конкретные ситуации и происходит смысловая реализация фразеологического значения. В заголовке действуют те же законы и механизмы, что и при рождении фраземы: она не просто используется, но и творчески перерождается с учетом когниций, которые отбирает и хранит фразеологическая фасета.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бирих А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И.* Русская фразеология. Историко-этимологический словарь / Под ред. В.М. Мокиенко. — 3-е изд., испр. и доп. — М., 2005.
- [2] *Золотых Л.Г.* Семиотика культуры и формирование фразеологической семантики // Известия Волгоградского гос. пед. ун-та. Серия: Филологические науки. — 2006. — № 3 (16). — С. 15—20.
- [3] *Золотых Л.Г.* Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики: монография. — Астрахань: ИД «Астраханский университет», 2007.
- [4] *Кожина Н.А.* Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии // Проблемы структурной лингвистики. — М., 1988. — С. 167—183.
- [5] *Розин В.М.* Природа и генезис игры (опыт методологического изучения) // Вопросы философии. — 1999. — № 6. — С. 26—36.

- [6] *Фильчук Т.Ф.* Аттракционная природа заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса // Вестн. Харьк. нац. ун-та им. В.Н. Каразина. Сер.: Филология. — 2011. — № 963. — Вып. 62. — URL: http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_963/content/filchuk.pdf.

**THE TITLE AS A DISCURSIVE FIELD
OF SENSE IMPLEMENTATION OF IDIOM
(based on electronic media)**

O. Kosmacheva

Chair of General Linguistics and Speech Studies
Astrakhan State University
Tatishchev str., 20 «a», Astrakhan, Russia, 414056

The article characterizes an idiom in the structure of the title of electronic media as a discursive field due to the possibility of a broad phraseological interpretation of the world, as well as the release of a linguistic world phraseological facet as complete systems.

Key words: title, discursive field, interpretation, cognition, facet idiom.