

НЕКОТОРЫЕ СЛУЧАИ МЕТАФОРИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Каталин Куглер

(Kugler Katalin, Szegedi Tudományegyetem, BTK, Orosz Filológiai Tanszék
kugler@lit.u-szeged.hu)

1. Научное описание колоссальных изменений, произошедших в девяностые годы XX века на разных уровнях русского языка, лексикографическая обработка лексических инноваций, в большинстве своем, к началу нового тысячелетия завершились. Вышел в свет ряд ценных книг, сборников, статей, рассматривающих причины и основные тенденции языковых процессов постперестроечного времени (Костомаров 1994; Земская 1996; Мокиенко 1998 и пр.), появились словари, содержащие неологизмы того десятилетия, был издан специальный словарь, посвященный языковым изменениям конца XX века (Скляревская 1998). Многочисленные лексические новшества отразились уже и в толковых словарях русского языка (Ожегов–Шведова 1994; Кузнецов 1998). Судя по библиографическим данным опубликованных работ, в этом отношении особой научной и лексикографической цезурой является 1998 год.

В лексике русского языка процесс повального заимствования иностранных (главным образом, английских) и ненормативных слов (имеются в виду жаргонные, порой тюремные и просторечные слова), начавшийся в конце 80-х годов, к началу нового века явно замедлился. В настоящее время мы становимся свидетелями дальнейшего освоения англицизмов в парадигматике русского языка. В политическом языке уже укоренились слова *саммит*, *спикер*, *рейтинг* и под., а также ряд экономических, банковских терминов, заимствованных из английского языка. Также завершился переход многочисленных маргинальных слов в разговорный пласт лексики, вследствие чего происходит смягчение стилистического контраста разностилевых слов в газетных текстах. Неумеренное и жанровыми критериями не мотивированное использование стилистически чужеродных элементов в публицистике (исключениями могут быть, например, интервью, цитаты из чужой речи и под.) по-прежнему является отступлением от нормы, и оно характерно для бульварной прессы, изучением которой мы не намерены заниматься.

В последнее десятилетие в научной литературе наблюдается следующее явление: вместо фиксации и систематизации новых языковых явлений и их социолингвистической обработки внимание лингвистов направлено на новые аспекты изучения газетного дискурса. Можно заметить, что больше

внимания уделяется верхнему пласту газетных текстов, изучению экспрессивных средств, стилистических явлений. См., например, изучение риторических приемов в газетных текстах (Кожевникова 2005), анализ проявления особенностей постмодернистской литературы в стилистике современных российских газет (Сковородников 2004). Широко рассматриваются особенности метафоризации (Чудинов 2001 и екатеринбургская лингвистическая школа), также языковая игра, афористика в газете (см. разные номера *Русской речи* за 2006, 2007 годы). Другими словами, в большей мере исследуется применение разных средств и приемов, сближающих публицистические тексты с художественными и придающих особый колорит даже новостным текстам.

2. Нас заинтересовало «поведение» некоторых фразем, заимствованных то из жаргона, то из английского языка, также семантическая трансформация отдельных слов и словосочетаний в публицистике последних лет. Источниками нашего анализа послужили разные номера газет *Аргументы и факты*, *Аргументы недели*, *Новое время*, *Московские новости*, вышедшие в последние годы. (В дальнейшем: АиФ, АН, НВ, МН.)

2.1. Жаргонная фразема *сесть на иглу* регистрируется в словаре В.С. Елистратова (1994: 428) со значением: 'стать наркоманом'. Относительно ее происхождения автор указывает на возможное влияние фраземы *сесть на якорь*, что в уголовном аргю обозначает: 'надолго попасть в тюрьму'.

В *Толковом словаре русского языка конца XX века* (Скляревская 1998: 258) основное значение этого выражения, т.е. 'начать употреблять наркотики' уточняется, и дополняется значением 'привыкнуть к инъекциям наркотиков'. (Приведенный пример зафиксирован датой 1991 г.)

В 90-е годы эта метафора была заимствована журналистами из жаргонной речи, и она стала «атрибутом» текстов, рассказывающих о наркоманах. Как правило, она употреблялась в кавычках, и, таким образом, подчеркивалась ее новизна и стилистическая инородность.

В новом тысячелетии, когда «нефтяной вопрос» стал актуальным повсеместно, фразема *сесть на иглу* на страницах российской прессы обрела новую жизнь. В это время в политических текстах стали все чаще употребляться словосочетания: *нефтедоллары*, *нефтяной кризис*, *нефтяной бум*, Россия стала называться *нефтяной страной* (по закону экономии речевых усилий). В это время происходит трансформация рассматриваемой фраземы, и она начинает употребляться в следующем варианте: *сесть на нефтяную иглу*. В газетных текстах вторая часть трансформированной фраземы встречается всегда в кавычках, чем подчеркивается как ее новизна, так и переносный (метафорический) характер ее значения. Она в абсолютно сжатой форме выражает такую сложную мысль: стать экономически зависимым от нефтедолларов, от доходов от продажи нефти. В следующем примере акцент

ставится уже на доходность этой «зависимости»: *На «нефтяной игле» сидит не Россия, а нефтяники* (АН 2008, № 22, с. 12). Интересно наблюдать, что анализируемая фраза носителями языка адаптируется дальше, и в том же тексте (в одном опросе) встречаем уже такой вариант: *слезть «с нефтяной иглы», стащить страну «с нефтяной иглы»*. (В значении: ‘избавиться от «нефтяной зависимости»’.) В этих новых конструкциях существительное *игла* теряет переносное значение ‘наркотик, получаемый инъекциями’, и вследствие новой метафоризации в сочетании со словом *нефтяной*, с одной стороны, происходит конкретизация предмета зависимости, с другой стороны – указание на способ получения наркотиков теряет значение. Сохраняется однако приобретенное в исходной фразе метафорическое значение ‘зависимость от чего-либо’, при этом еще подразумевается финансовая выгода данной «зависимости».

Как мы увидели, метафора *нефтяная игла* широко распространилась в прессе, и, выделяясь с помощью кавычек, она стала сочетаться и с другими глаголами и образовывать новые фраземы. Трансформированная жаргонная фраза при этом сохранила свой разговорно-просторечный оттенок.

В связи с нефтяным кризисом появилось и такое словосочетание как *«нефтяной Рубикон»*, которое указывает на то, что цена на нефть достигла своего предела. В следующем примере мотивируемое слово метафоры не конкретизируется в тексте, оно вызывает аллюзию прецедентного текста *Мавр сделал свое дело, мавр может уходить*. Это крылатое выражение с мотивирующим словом *нефтяной* перефразируется в следующем заглавии: *«Нефтяной мавр» еще недодделал дело* (НВ 2001, № 49, с. 22). Этот пример мы считаем окказионализмом, который, однако, свидетельствует о безграничных возможностях метафоризации в публицистике.

2.2. В газетной речи прилагательные играют очень активную роль в метафоризации существительных. Из них нам хотелось бы выделить некоторые, на наш взгляд особенно широко распространенные на страницах газет и менее исследуемые лингвистами.

2.2.1. Уже в восьмидесятые годы появилась калька английской фраземы *горячая линия (hot line)*, которая сначала обозначала: ‘экстренная телефонная связь между Кремлем и Белым домом’. Вслед за ней появился *горячий телефон*, который обеспечивал непосредственную связь какой-либо организации с населением, к примеру, на телестудии со зрителями (Левашов 1997: 161). Тогда же стали употреблять в сниженной профессиональной речи заимствованную фразему *горячие деньги (hot money)*. По определению словаря неологизмов 80-х годов, метафорическое словосочетание *горячие деньги* в конце 80-х годов употреблялось и в таком значении: ‘избыточные, не имеющие товарного покрытия деньги у населения, предприятия’ (Левашов 1997: 161). В словаре Складневской (1998: 175) эта фраза определя-

ется уже таким образом: ‘средства, получаемые в результате спекулятивных финансовых операций’. В данном случае видна семантическая трансформация заимствованной фраземы, которая со временем стала употребляться соответственно исходному значению. Эта фразема перекликается с другой фраземой, употребляемой в экономической тематике: *быстрые деньги*, со значением ‘приобретенные легко, скорее всего спекуляцией’.

2.2.2. Языковыми новшествами 90-х годов были устойчивые словосочетания *горячие туры*, *горячие путевки*, которые продаются незадолго до отправления по сниженным ценам. В наши дни параллельно употребляется и вариант *горячий*, которым, по свидетельству Интернета, в сфере турбизнеса постепенно начинает вытесняться слово *горячий*. В *Большом толковом словаре* (в дальнейшем БТС) в словарной статье *горячий* этот новый оттенок семантики слова еще не зафиксирован. Он перекликается с четвертым значением слова, указанным в словаре: ‘напряженный, требующий сосредоточения всех сил’ (Кузнецов 1998: 222). При дальнейшем анализе трансформации семантики слова *горячий* по ассоциативной линии в определенном контексте подразумевается, что в напряженной (туристской) ситуации для быстрого решения вопроса необходимо сосредоточить умственные силы. К данному тематическому блоку принадлежат и такие новые словосочетания как *горящие предложения*, и даже *горящие авиабилеты*, которые продаются в «последнюю минуту» и, как пишется в рекламных объявлениях, «по лучшим ценам». Эти новые выражения образно выражают, что эти предложения, т.е. покупка до сих пор не проданных путевок или авиабилетов, требуют оперативного решения, быстрой реакции. Правда, в рекламных текстах с туристической тематикой *горячий* употребляется уже не только в «срочных ситуациях», но, например, и в таких случаях, когда рекламируют туры, которые по прогнозам могут пользоваться большим спросом. Например, когда летом приглашают туристов в зимний лыжный тур на модные зарубежные курорты. В этом случае доминирует значение ‘что-либо срочно решить’, однако во фраземе теряется сема ‘в последнюю минуту’, и отсутствует ассоциативное значение ‘что-либо приобрести по выгодным ценам’.

2.2.3. В текстах на криминальную тематику по аналогии с *горячими телефонами* встречается выражение *горячее видео* (это камеры слежения, находящиеся в распоряжении милиции, с помощью которых «по горячим следам» можно поймать правонарушителей). В этом новом словосочетании сгущаются метафорические компоненты семантики слова *горячий*: непосредственная связь (в данном случае с помощью видео), обеспечивающая возможность быстрой реакции (вмешательства милиции).

2.3. В 90-е годы стали модными иносказательные номинативные выражения *желтая пресса*, *желтая печать* (калька английской фраземы *yellow press*), когда и в России начали появляться бульварные газеты, которые

в Советском Союзе были недоступны, даже немислимы. (См. в наши дни *Желтая газета* и др.) Первое значение выделенных фразем, указанное в БТС, – ‘продажный, соглашательский’ (Кузнецов 1998: 302). Это идеологизированное значение сохранилось от советских времен, когда фразема *желтая пресса* имела негативную коннотацию, обозначая бульварно-сенсационную буржуазную прессу. Судя по нашим материалам, идеологизированность этого словосочетания исчезла, и его первое значение полностью вытеснено вторым значением, т.е. семой ‘низкопробный’ (Кузнецов 1998: 302). За этими фраземами закрепилось значение ‘бульварный, пошлый, некачественный, скандальный’, выйдя из рамок названных фразем, слово *желтый* стало сочетаться и с другими существительными. Журналисты, как правило, в новых фразеологизированных словосочетаниях слово *желтый* употребляют в кавычках, указывая таким образом на его переосмысленное (метафорическое) значение: *нет «желтых» тем, есть «желтое» исполнение*. Как видим, в ходе употребления расширяется семантика слова, вследствие чего смягчается пейоративный оттенок значения ‘низкопробный’ до значения ‘недостаточно высококачественный, талантливый’. В подобном контексте производное *желтизна* в переносном смысле приобретает то же самое значение: *в фильмах взаимозависимость рейтинга и желтизны не обязательна* (АиФ 2007, № 49, с. 21). Другими словами, не только коммерческие, но и художественные фильмы могут быть популярными.

2.4. В газетной метафорике для повышения экспрессии часто используется лексика, связанная со спортом, военной, метеорологической лексикой и т.п. Нам хотелось бы остановиться на некоторых примерах употребления медицинской лексики, или пользуясь терминологией А.П. Чудинова (2001), на примерах антропоморфной метафоры.

«Программа из-за *транспортного коллапса* [...] не состоялась» (АН 2008, № 22, с. 5). В этом высказывании в «морбиальной метафоре» (термин Чудинова) прилагательное сохраняет свое исходное значение и переосмысливается определяемое слово, приобретая значение ‘тотальная неразбериха, пробки и т.п.’. *Парализация производства* отмечалась в газетах уже несколько лет назад (Правда 2004). *Засилье левых лекарств*, в значении ‘незаконно производимых’ и распространение «*зловредных*» *таблеток* описывалось в прессе в 2008 году (АН 2008, № 22, с. 15). В следующем высказывании «Наш *чахоточный федерализм* мало на что годится» выделяемое метафорическое единство образно передает слабость, болезненность федеральной системы и в грубоватой форме выражает негативную оценочность (НВ 2000, № 2, с. 11). В последних трех примерах мотивирующим словом метафоры является прилагательное, а в предыдущих примерах эту роль исполняют существительные, обозначающие медицинские понятия.

В аналитической статье об опыте выборов было написано: «выявлены около 20 „патологий“ и дюжина спорных ситуаций» (АиФ 2003). В медицинских текстах этот термин во множественном числе встречается со значением: ‘болезненные процессы, отклонения от нормы, ненормальность в организме’, и, как правило, сопровождается словом, указывающим на место проявления этих явлений, например, *патологии сердца*. В нашем случае *патология*, вне медицинского контекста, лишается дополнения и приобретает значение ‘аномалия, сильное нарушение правила, незаконность’ и в таком смысле употребляется уже во множественном числе. Метафоризированный медицинский термин усиливает экспрессию высказывания.

Сема ‘ранимый’ в лексеме *уязвимый* в определенном контексте вследствие семантической модификации обозначает ‘находится под угрозой заболеваний, легко поддается разным болезням’. Вне обычной тематики этот семантический оттенок дополняется значением ‘социально незащищенный’, например, *уязвимые контингенты* населения. (Это – наркоманы, бомжи и под.)

2.5. Понятие «лингвоэкология» появилось уже в 1988 году (Скворцов 1988). Проблематикой экологии языка В.Г. Костомаров тоже занимался в своей книге *Языковой вкус эпохи* (1994: 107). Сочетаемость способности слов *экология*, *экологичный*, *экологический* оказались до наших дней неисчерпаемыми. Вот примеры из нашей «коллекции»: *экология души человека*, *экологическое благополучие*. Эти словосочетания можно истолковать как соблюдение чистоты, правил, соответствие нормам окружающей социальной сферы и душевной жизни, как условия душевной гармонии, благополучия. Однако не поддается однозначному толкованию такое высказывание: *были использованы экологические цвета* (на презентации модной одежды). Это может быть натуральные цвета, имеющиеся в природе, что отражает сужение семантики слова *экология*.

2.6. Рассмотрим несколько «бытовых метафор». О типичных американских частных малоэтажных домах легкой структуры пишут: «сэндвичевые» дома, «сэндвичевые» коттеджи, или пользуясь более традиционной лексикой, *жилые «бутерброды»* (АН 2008, № 22, с. 13). Мотивирующие слова (*сэндвич/бутерброд*) указывают на внешнее сходство двух реалий (дом–сэндвич), на их плоскость, легкость, преходящее существование. Слова, которые во фраземах переосмысляются, как правило, стоят в кавычках. То же самое наблюдается при употреблении слов *сэндвич/бутерброд*, приобретших новый смысл в «домостроительной тематике».

В следующем примере непривычное определение слова *эмигрант* имеет грубоватую и явно негативную оценочность: *На смену «колбасным» эмигрантам снова идут политические?* (МН 2003, № 48, с. 13). «Колбасные» эмигранты уехали из России явно только ради материальных благ.

Слово *лифт* вследствие приращения к нему значения другого семантического поля приобретает смысл 'возможность изменить социальное положение, возможность выйти из социального тупика': *дворовая «бригада» действует как социальный лифт*. Слово *бригада* неслучайно стоит в кавычках, оно тоже переосмысливается, приобретает негативную оценочность, и по значению равняется со словом *банда*.

2.7. Посмотрим, как осваивается известное жаргонное слово *крыша* в публицистической речи. Заметим, что в *Словаре московского арго крыша* имеет лишь значение 'голова, мозги, ум' (Елистратов 1994: 217). По БТС исследуемое нами слово в жаргоне имеет следующие переносные значения: 'охранное предприятие, обеспечивающее защиту предпринимателя от вымогательства', далее 'преступная группировка, оказывающая на определенных условиях покровительство кому-л.' (Кузнецов 1998: 476). Данное слово с метафорическим значением стало широко употребляться журналистами, как правило, в связи с криминальными темами. По нашим наблюдениям, во второй половине 90-х годов оно стало объединять два указанных прагматических компонента и стало в более широком смысле обозначать разные формы прикрытия незаконных дел. Интересно заметить, что по словарю Скляревской (1998: 345) в формулировке данного слова, вопреки примерам, отсутствует указание на то, что в таких случаях прикрывается, как правило, чья-то преступная деятельность. По определению этого словаря *крыша*: 'прикрытие, то, что охраняет, защищает от опасности'. По Скляревской, это слово с переносным значением имеет разговорную стилистическую окраску, что указывает на освоение жаргонизма кодифицированной устной речью.

Признаком освоения данного слова носителями языка является его участие в деривационном процессе. В связи со скандалом внутри ФСБ в 2008 году обвиняли ее сотрудников в «*крышевании*» бизнеса, то есть в скрывании незаконных бизнес-акций (АН 2008, № 22, с. 2). В данном производном слове суммируются семы слова *крыша*, при этом доминирует значение 'прикрытие незаконности', кроме этого подразумевается процессуальность такого действия, длительность противозаконной деятельности и более изощренная форма нарушения закона. На новизну, стилистическую чужеродность слова указывает его употребление в кавычках.

3. Бесспорно одной из важных примет современного газетного дискурса является его богатая метафорика, на основе которой складывается новая публицистическая фразеология. С помощью наших примеров нам хотелось оттенить этот процесс и указать на возможные источники этих явлений. Новые фразеологизированные словосочетания могут опираться как на английские, так и на жаргонные фраземы, которые, попадая в новый контекст, часто переосмысливаются или видоизменяются. Независимо от сферы их основного бытования, эти фраземы и отдельные метафоризированные

слова (будь это туристическая сфера или экономическая тематика) являются воплощением тенденций, наблюдаемых в газетном дискурсе. Это прежде всего стремление к максимальной языковой экономии, что, конечно, является неотделимым атрибутом, жанровым критерием современных новостных материалов, тем более (туристических) объявлений. С другой стороны эта особенность публицистических текстов мотивируется и влиянием устной разговорной речи, элементы которой, начиная с конца 80-х годов, все интенсивнее вторгаются в публицистическую речь.

Метафоры, как мы видели и в наших примерах, – это сгустки разнообразных и сложных смыслов, способные сжато, образно и эффективно воплотить порой то, что в толковых словарях излагалось бы в нескольких предложениях. В целом они и подобные семантико-стилистические средства служат повышению экспрессии газетных текстов то углубляя, то модифицируя информативную сторону высказываний.

ЛИТЕРАТУРА

- Елистратов, В.С. 1994, *Словарь московского арга*. Москва: Русские словари.
- Земская, Е.М. (ред.) 1996, *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*. Москва: Языки русской культуры.
- Кожевникова, О.С. 2005, Параонтологические риторические приемы в языке газет. *Русская речь* № 5, 75–77.
- Костомаров, В.Г. 1994, *Языковой вкус эпохи*. Москва: Педагогика-Пресс.
- Кузнецов, С.А. (ред.) 1998, *Большой толковый словарь русского языка*. Санкт-Петербург: Норинт.
- Левашов, Е.А. (ред.) 1997, *Новые слова и значения*. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин.
- Мокиенко, В.М. 1998, Доминанты языковой смуты постсоветского периода. *Русистика* № 1–2, 37–53.
- Ожегов, С.И. – Шведова, Н.Ю. 1994, *Толковый словарь русского языка*. Москва: Азъ.
- Скворцов, Л.И. 1988, Культура языка и экология слова. *Русская речь* № 4, 3–9.
- Скляревская, Г.Н. (ред.) 1998, *Толковый словарь русского языка конца XX в.* Санкт-Петербург: Фолио-Пресс.
- Сковородников, А.П. 2004, Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет. *Русская речь* № 6, 68–76.
- Чудинов, А.П. 2001, Россия в метафорическом зеркале. *Русская речь* № 1, 34–41.