

О.А.Леснева

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАРЕМИЙ В КОНТЕКСТЕ СМИ: ТВОРЧЕСТВО ИЛИ ОШИБКИ?

Исследуется явление трансформации паремий и её виды на материале работ В.П.Жукова, А.М.Мелерович и В.М.Мокиенко. Автор предлагает критерии, по которым удачное преобразование в контексте СМИ можно отличить от ошибочного.

Ключевые слова: паремия, трансформация, типы трансформации, СМИ

В настоящее время развитие языка происходит не только за счёт ужесточения языковых стандартов, но и за счёт постоянно меняющейся и движущейся вперёд действительности. Язык должен соответствовать определённому времени и типу развития общества, чтобы полноценно исполнять функцию коммуникатора между людьми.

Варьирование и трансформация языковых единиц — один из основных способов преобразования, а значит и развития, языка.

Трансформацией принято считать явление, при котором происходит значительное видоизменение, переход текста из жанра в жанр, и текст принимает нетрадиционные формы, но изменённая паремия легко ассоциируется с «исходной» формой: *Старый друг лучше новых русских двух* (Вальтер, Мокиенко, 2005); *Не имей сто рублей, а имей сто друзей: всегда по рублю скинут* (Вальтер, Мокиенко, 2005); *На кремы надейся, а сам не плошай* (Вальтер, Мокиенко, 2005) [1].

Целью настоящей статьи является рассмотрение «дефектных» трансформаций (речевых ошибок) и индивидуально-авторских (преобразование паремий в художественных целях).

Первым в истории мирового языкознания, кто разработал типы пословичных трансформов, а так же сформулировал критерии, по которым общенародные варианты следует отличать от авторских вариантов, был В.П.Жуков.

В предисловии к «Словарю русских пословиц и поговорок» (1966) разработал 4 типа пословичных трансформаций: лексические, формально-словообразовательные, лексико-грамматические и структурные варианты.

К лексическим вариантам он относил такие словесные видоизменения, которые происходят в рамках первой синтаксической конструкции и не вносят каких-либо смысловых оттенков в содержание пословицы. Например, *Дорого яичко к великому дню — Дорого яичко к светлому дню; Один в поле не воин — Один в поле не ратник* [2].

Единицы с формально-грамматическими или словообразовательными видоизменениями, происходящими в рамках одной и той же синтаксической конструкции и не влияющими на смысловое содержание пословицы, В.П.Жуков называет формальными или словообразовательными вариантами: *Своя рубашка ближе к телу — Своя рубаха ближе к телу* [2].

Лексико-грамматические варианты, по мнению В.П.Жукова, образуются за счёт одновременного видоизменения синтаксической конструкции и лексического состава, не вносящего каких-либо оттенков в содержание пословицы: *Видна птица по полёту — Знать сову по полёту; Насильно мил не будешь — Силой милому не быть* [2].

Структурный вариант — это вариант, с точки зрения В.П.Жукова, который образуется вследствие видоизменения лишь синтаксической конструкции при сохранении прежнего смыслового содержания и лексического состава пословицы: *Видна птица по полёту — Видно птицу по полёту* [2].

Таким образом, все 4 типа трансформов связывает одно общее — сохранение прежнего смыслового содержания пословицы.

Кроме того, В.П.Жуков отдельно рассматривает такие явления, как индивидуально-авторские преобразования и факультативность (функционирование пословиц в языке в полном или неполном виде). По его мнению, нормативная вариативность и факультативность не приводят к нарушению тождества паремии, что и отличает эти явления от индивидуально-авторских трансформаций [2].

Соответственно, нельзя относить к индивидуально-авторским трансформам следующие случаи:

— когда наблюдается замена одного слова синонимичным ему: *Бог (или господь) не выдаст, свинья не съест; Не говори гоп, пока не перескочешь (не перепрыгнешь);*

— когда налицо замена одного местоименного слова другим: *Не мой (твой, наш, ваш) воз, не мне (тебе, нам, вам) его везти;*

— когда отмечается изменение словарных форм, не нарушающее норм грамматики русского языка, или когда замена одних форм другими не вносит изменений в смысл содержания пословиц: *Каши (кашу) маслом не испортишь;*

— когда бессоюзная связь между частями пословицы заменяется союзной: *Делу время — потехе час и Делу время, а потехе час,*

— когда происходит изменение порядка слов в составе пословицы, не вносящее каких-либо заметных смысловых отклонений: *Будет и на нашей улице праздник и И на нашей улице будет праздник*;

— когда происходит эллиптическое опущение или экспрессивное сокращение какой-либо части пословицы при сохранении общепринятого смысла: *Голод не тетка, пирожка не подсунет и Голод не тетка; Гора с горой не сходится, а человек с человеком сойдется и Гора с горой не сходится* [2].

Пословицу следует рассматривать как авторский вариант в том случае, когда:

— происходит замена одного слова другим, не синонимичным: *Сорока надвое сказала* вместо *Бабушка надвое сказала*;

— замена нескольких слов в составе паремии другими словами свободного употребления: *«Я думаю, что к Стесселю не стоит больше возвращаться, — отозвался Звонарёв. — Бог не выдаст, Стессель на губу не посадит»* (Степанов, «Порт-Артур»);

— вольная перестановка частей пословицы, если такая перестановка изменяет общепринятый смысл пословичного выражения: *«Теперь одно, Парамоныч, держи свой порядок крепко, на корысть не падай... И опять я тебе скажу: лучше жить в жалости, чем в зависти!»* (Эртель, «Записки Степняка»);

— замена грамматических форм, например, замена форм времени. Так, нередко формы настоящего времени заменяются прошедшим. Например: *«Мало ль бывало кто лаял самозванцем, кравопийцей-злодеем, антихристом, — на вороту брань не висла»* (Форш, «Радищев») [2].

Индивидуально-авторские трансформы подробно продемонстрированы и в словаре А.М.Мелерович и В.М.Мокиенко «Фразеологизмы в русской речи» (1997) [3]. В их словаре даётся развёрнутая классификация индивидуально-авторских преобразований. Авторы выделяют 2 типа трансформаций: семантические преобразования и структурно-семантические преобразования.

Несмотря на то, что словарь посвящён фразеологическим единицам, А.М.Мелерович и В.М.Мокиенко включили в словарь и пословичные трансформы (35 единиц в 258 употреблении). И примеры авторских переделок взяты из контекста СМИ. Например, пословица *Чем дальше в лес, тем больше дров* имеет следующие авторские варианты:

— *Чем дальше в лес, тем больше стеклотары* (Е.Мезенко, Фразы. Литературная газета, 1977, 19 января) (замена компонента, буквализация значения);

— *Чем дальше в лес, тем больше бюрократических дров* (Комсомольская правда, 1976, 11 июля) (расширение компонентного состава).

В интересующем нас медиаконтексте исследует индивидуально-авторские трансформы и Ю.А.Воронцова [4]. Автор уверена, что актуализация сюжетов публицистики при помощи трансформации пословиц является удачным способом описания ситуации, поскольку пословицы позволяют не прямо, а намёком раскрыть суть отражаемого в публицистическом материале явления. Ю.А.Воронцова выделяет следующие типы индивидуальных трансформаций:

1) преобразование утвердительных конструкций в отрицательные: *Своя рубашка должна быть дальше от тела* (о бронжилете; Московский комсомолец, 2000, № 7);

2) добавление компонента в состав пословицы с целью актуализации факта, ради которого и употреблена пословица: *Без труда не вытащишь и «Белгородрыбу» из кризиса* (Комсомольская правда, 2000, № 9);

3) замена одного или нескольких структурных компонентов пословицы: *Что посеешь, то и пожухнешь!* (Комсомольская правда, 2000, № 9 — в статье речь идет о том, что если исчезнут импортные продукты, то наша пищевая промышленность сможет обеспечить продуктами питания все население) [4].

Таким образом, трансформация пословиц в СМИ свидетельствует о том, что актуализация авторами их образного национально-культурного потенциала ориентирована прежде всего не на собственно языковую, а на так называемую лингвокультурологическую или культурно-языковую компетенцию читателя, основанную на знании «всей системы культурных ценностей, выраженных в языке» [5].

По нашему мнению, сама трансформация народных изречений является работой творческой, т.к. данный способ является необычной формой для привлечения внимания читателей.

В СМИ процесс обновления паремий особенно заметен. В заголовках газет пословицы и поговорки получают новое звучание, которое отвечает духу времени, отражает настроение современности.

Но не всегда процесс трансформации — это творческий процесс. Существуют примеры и неудачных преобразований народных изречений.

Пытаясь внести что-то новое и необычное в звучание привычной нам пословицы, на наш взгляд, не следует бросаться в крайности. Нужно помнить основные правила для удачного преобразования:

1) заголовок должен отражать содержание текста, а содержание пословицы должно перекликаться со смыслом материала. В газете «ВС» за 2009 г. дважды трансформируется пословица «Цыплят по осени считают»: «Посчитают по осени» (ВС, № 20, 2009) — о том, что осенью в Удмуртии ожидается вторая волна сокращений, и заголовок «Страховщиков по осени считают» (ВС, №28, 2009) — интервью с директором ижевского филиала группы «Ренессанс страхование». Данные заголовки не отражают содержания, значение пословицы «всему свое время» никак не отражает смысл статей;

2) не стоит руководствоваться одним и тем же принципом при построении заголовков. Это будет напоминать некую бессмысленность, просторечие;

3) следует с осторожностью использовать в заголовках статьи жаргонные слова, добавляя их в пословицу. Это не всегда корректно;

4) не следует добавлять вульгарные слова в народное изречение в погоне за сенсацией и эпатажностью;

5) следует с аккуратностью сокращать в пословице слова. Главная мысль статьи «Не в коня» (ВС, № 1, 2009) заключается в том, что, несмотря на свой потенциал, лесозаготовительная отрасль в Удмуртии во многом остается неуспешной. Понятно, что исходным выражение служила поговорка «не в коня овес», и она, в принципе, отражает суть данной статьи. Однако слово «овес» сокращено неоправданно, ведь таким образом весь акцент фразы сместился на слово «конь», а это здесь неуместно.

Далее обратимся к классификации А.М.Мелерович и В.М.Мокиенко (1997, с. 23-32) и применим её к материалу пословиц, представив тем самым критерии удачных трансформаций:

а) Конкретизация значения исходной пословицы за счёт введения в исходную пословицу единичного компонента, которая получает привязку к определенной сфере: общественно-политической, производственной, бытовой.

Так, введение в пословицу названия фирмы — *Один «Меридиан» в поле не воин* (Вести, РТР, 2004) — конкретизирует ее значение: 'фирма «Меридиан» не сможет в одиночку решить создавшиеся проблемы'. *Новая производственная метла по-новому метет* (Вести, РТР, 2004); *Старого воробья на мякине эстетства не проведешь* (Мелерович, Мокиенко, 1997).

Введение в исходную пословицу единичного компонента порой приводит к образованию нового **прямого значения** производной паремии. Так, ироническая репрезентация новых жизненных «принципов» отражается в трансформе *Старый друг лучше новых русских двух* (Вальтер, Мокиенко, 2002).

б) Введение в исходную пословицу группы компонентов непредикативного характера, не нарушающее синтаксического типа паремии. Здесь можно наблюдать трансформации, в результате которых 1) пословицы сохранили элементы их образности, но стали более конкретными по семантике, в том числе в единичном ситуативном употреблении; 2) трансформы приобрели новое переносное значение, не утратив своей назидательности, пословичности.

В первом случае сужается сфера применения паремий, значение **конкретизируется**, но исходная **образная основа сохраняется**. В трансформе *Вода камень терпения пенсионеров точит* (заголовок статьи о нелегкой жизни российских пенсионеров: Аргументы и факты, 2001, № 35) значение исходной пословицы ('даже если действовать слабыми усилиями, но постоянно и упорно, то можно добиться многого') конкретизируется в результате распространения компонента *камень (+ терпения пенсионеров)*.

Примером для второго случая служит *Язык до Киева доведет, и до Воркуты, и до Магадана* (Вальтер, Мокиенко, 2002), распространенной однородными членами, приводит к выводу, что 'за излишнюю болтливость можно попасть в места заключения' (ср. исходное значение: 'расспрашивая, можно все найти и узнать').

в) Введение в исходную пословицу предикативной части. В ходе данного типа трансформации традиционная пословица толкуется по-новому, а трансформ в целом приобретает **новое переносное значение** за счет введения предикативной части, которая раскрывает иную образно-семантическую интерпретацию содержания исходного изречения, например: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей, всегда по рублю скинут* 'хорошо иметь много друзей, так как от каждого из них можно получить материальную выгоду; чем больше друзей, тем больше выгода' (Вальтер, Мокиенко, 2002).

В заключение напомним, что не стоит забывать так же о том, что в центре внимания трансформированных пословиц по-прежнему должны оставаться морально-нравственные (закон, дружба, любовь, семья) и утилитарно-практические ценности (дом, одежда, пища, здоровье, пьянство).

1. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы русского народа. СПб: Издательский дом «Нева», 2005. 576 с.
2. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. М: Издательство «Русский язык», 1991. 537 с.
3. Мелерович А.М., Мокиенко В.М. Фразеологизмы в русской речи: словарь. М.: Русские словари, 1997. 864 с.
4. Воронцова Ю.А. Пословицы из словаря В.И. Даля — источник образности языка современной публицистики // В.И.Даль в парадигме идей современной науки: язык — словесность — культура: Материалы Всерос. науч. конф., посвящ. 200-летию юбилею В.И.Даля 5-7 апреля 2001: В 2 ч. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2001. Ч. 2. С. 154-157.
5. Воробьев В.В. Лингвокультурология: (теория и методы). М., 1997. 331 с.

References

1. Val'ter Kh., Mokienko V.M. Antiposlovitsy russkogo naroda. SPb: Izdatel'skiy dom «Neva», 2005. 576 s.
2. Zhukov V.P. Slovar' russkikh poslovits i pogovorok. M: Izdatel'stvo «Russkiy yazyk», 1991. 537 s.
3. Melerovich A.M., Mokienko V.M. Frazеologizmy v russkoy rechi: slovar'. M.: Russkie slovary, 1997. 864 s.
4. Vorontsova Yu.A. Poslovitsy iz slovary V.I. Dallya — istochnik obraznosti yazyka sovremennoy publitsistiki // V.I.Dal' v paradigme idey sovremennoy nauki: yazyk — slovesnost' — kul'tura: Materialy Vseros. nauch. konf., posvyashch. 200-letnemu yubileyu V.I.Dalya 5-7 aprelya 2001: V 2 ch. Ivanovo: Ivan. gos. un-t, 2001. Ch. 2. S. 154-157.
5. Vorob'ev V.V. Lingvokul'turologiya: (teoriya i metody). M., 1997. 331 s.

Lesneva O.A. Transformation of proverbs in media context: creativity or errors? The article examines phenomenon of transformation of proverbs in accordance with the approach outlined in the works by V.P.Zhukov, A.M.Melerovich, and V.M.Mokienko. The criteria for distinguishing a successful transformation of a proverb from the erroneous one are proposed.

Keywords: proverbs, transformation, types of transformation, Russian media.

Сведения об авторе. О.А.Леснева — магистрант каф. журналистики ИГУМ НовГУ; olesya-slepnyova@mail.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 10.08.2016.