

УДК 81

НЕОФРАЗЕМЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

ГРИГОРЕНКО Ольга Владимировна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы, Воронежский государственный педагогический университет

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена проблемам анализа фразеологических неологизмов, функционирующих в современном политическом медиадискурсе. Обозначена специфика политического медиадискурса как разновидности политической коммуникации, представлен авторский взгляд на особенности функционирования фразеологических инноваций в новейший период, отмечены релевантные признаки фразеологических неологизмов с точки зрения степени их идиоматичности, происхождения, особенностей употребления.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: неологизмы, фразеологизмы, семантика, дериваты, фразеологические неологизмы, дискурс, политический дискурс.

PHRASEOLOGICAL NEOLOGISMS IN THE MODERN POLITICAL DISCOURSE

GRIGORENKO O. V.,

Cand. Philolog. Sci., Docent of the Department of Russian Language, Modern Russian and Foreign Literature, Voronezh State Pedagogical University

ABSTRACT. The article is devoted to the problems of the analysis of phraseological neologisms functioning in the modern political media discourse. The article describes the specifics of political media discourse as a kind of political communication, presents the author's view on the peculiarities of the functioning of phraseological innovations in the modern period, marks relevant features of phraseological neologisms in terms of their idiomaticity, origin and peculiarities of use.

KEY WORDS: neologisms, phraseological units, semantics, derivatives, phraseological neologisms, discourse, political discourse.

Политический дискурс, будучи значимым фрагментом языковой действительности, в настоящее время предстает как объект междисциплинарных исследований. В научной лингвистической литературе существует широкое и узкое понимание политического дискурса. В первом случае политический дискурс представляет собой, по мнению исследователей, «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относятся к сфере политики» [1, с. 23]; а также «совокупность дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса или формирующих конкретную тематику политической коммуникации» [2, с. 246]. Во втором случае при более точном определении политический дискурс понимается как особый жанр, сфокусированный на сфере политики, «целью которого является обсуждение поставленной темы посредством аргументированных высказываний, ограниченных рамками определенного контекста» [3, с. 7] (к такому классу жанров относятся партийные программы, правительственные обсуждения, парламентские дебаты, речи политиков). Существенными характеристиками политического дискурса по мнению Е.А. Шейгал, являются следующие: динамичность языка политики; преобладание массового адресата; опосредованность политической коммуникации фактором СМИ; доминирующая роль фактического общения; использование манипулятивных стратегий и др. [1, с. 9].

Современный политический дискурс характеризуется большим жанровым разнообразием. Многообразие жанров политического дискурса, размы-

тость критериев их выделения создает для исследователей определенные трудности типологического характера. Н. Фаркляф объясняет подобные трудности неоднозначностью понимания политики как частично институализированной сферы социальной жизни, в которой различные социальные группы действуют, преследуя свои интересы, потребности, стремления и ценности. Пытаясь классифицировать текстовые реализации политического дискурса, исследователь выделяет три типа жанров: 1) жанры, непосредственно связанные с политической системой (политические дебаты, политические манифесты и программы, парламентские или партийные речи политических деятелей на конференциях, нормативные документы); 2) медиатизированные политические жанры (политические новости, политические интервью, беседа или интервью с политическим деятелем, радиопередача о политике, политическая реклама в прессе или на щитах); 3) жанры, относящиеся к политической публичной сфере (публичные встречи, материалы кампаний, политические форумы, фокус-группы) [4]. Подобная классификация, на наш взгляд, отражает в той или иной степени разновидности политического дискурса, выделенные О. Михалевой: 1) институциональный политический дискурс (предвыборная агитация, парламентские дебаты, официальные выступления руководителей государства и его структур, рассчитанные на массовую аудиторию, интервью политических лидеров и др.); 2) масс-медийный (медийный) политический дискурс, в рамках которого используются тексты, созданные журналистами и распространяемые посредством прессы, телевидения, радио, Интернета; 3) официально-деловой политический дискурс, в рамках которого создаются тексты, предназначенные для сотрудников госу-

дарственного аппарата, а также тексты, созданные "рядовыми гражданами" (письма и обращения, адресованные политикам или государственным учреждениям, письма в СМИ и др.) [5, с. 9].

Особого внимания при лингвистическом подходе заслуживает политический медиадискурс, понимаемый нами как связный, вербально выраженный текст (устный или письменный) в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, взятый в событийном политическом аспекте и реализуемый через средства массовой информации [ср.: 6, с. 28; 7, с. 31; 8, с. 93]. Ср. также: «Политический медиадискурс – это коммуникативный процесс обмена между политическими акторами и массовой аудиторией смысловыми единицами семиотической природы, отражающий актуальный фрагмент политической реальности; совокупный результат этого процесса» [9, с. 221]. Бытие политического дискурса в настоящее время в значительной степени определяется дискурсом масс-медиа, который в настоящее время является основным каналом осуществления политической коммуникации [ср.: 1].

Современный политический медиадискурс отражает тенденции развития медиадискурса в целом. Политические, экономические, а вслед за ними и языковые преобразования значительно повлияли на медиадискурс в целом и политический медиадискурс в частности. Для современных публицистических текстов характерен языковой динамизм, находящий отражение в использовании таких лексических и фразеологических единиц, таких синтаксических конструкций и грамматических форм, которые передают живую русскую речь, отличаются эмоциональностью и экспрессивностью, обладают сильной воздействующей функцией. Ср. в связи с этим утверждение В.Г. Костомарова о том, что «любая массовая информация должна быть эмоционально заражающей, а не только содержательно-рационалистической» [10, с. 43]. Тексты массовой коммуникации политического содержания одновременно и полноценно выполняют организующе-воздействующую и информационно-содержательную функции, что обуславливает функционирование в них языковых единиц с номинативными и экспрессивными свойствами.

Современные исследователи-лингвисты обращают внимание на возросший «удельный вес» фразеологических единиц в общем речевом потоке, в том числе в медиапространстве. В текстах современной политической коммуникации отмечается несколько тенденций в представлении и функционировании фразеологизмов: 1) актуализация с определенными коммуникативно-прагматическими установками традиционных устойчивых сочетаний в неизменном или трансформированном виде; 2) актуализация новых фразеологизмов.

Предметом исследования в настоящей статье являются фразеологические неологизмы, функционирующие в современном политическом медиадискурсе. Анализ фразеологических неологизмов является актуальным направлением современной русистики, в рамках которого накоплен богатый исследовательский материал, позволяющий установить причины появления неологизмов в русском языке последних лет, выявить типы неологизмов, определить способы их образования и т.д. В последнее время активно развивается в современной лингвистической науке новая отрасль исследования – фразеологическая неология, ставящая задачей изучить новые устойчивые сочетания слов. В соответствии с традиционным широким и узким пониманием фра-

зеологизма как особой языковой единицы в рамках современной фразеологической неологии существуют два определения фразеологического неологизма (неофраземы). Понятийно ограниченным является следующее определение новых устойчивых единиц: «Фразеологические неологизмы – это незарегистрированные толковыми словарями современных литературных языков устойчивые экспрессивные обороты, которые либо созданы заново, либо актуализированы в новых социальных условиях, либо образованы трансформацией известных прежде паремий, крылатых слов и фразем, а также сочетания, заимствованные из других языков» [11, с. 7]. Более широкое толкование фразеологического неологизма представлено в работах Е.В. Ганапольской посредством дефиниции другого термина – фразеологические инновации, под которым исследователь понимает «фразеологизмы (вне разделения на языковые и речевые, окказиональные), которые являются новыми либо по форме, либо по значению, либо по форме и значению вместе для рассматриваемого периода развития литературного языка относительно предшествующего, условно взятого за точку отсчета периода (вне прямой зависимости, хотя и с учетом словарных фиксаций)» [12, с. 152]. Опираясь на предложенное Е.В. Ганапольской широкое толкование, мы понимаем под фразеологическими неологизмами (неофраземами) появившиеся в русском языке определенного периода благодаря новой форме или новому содержанию неоднословные устойчивые единицы, зарегистрированные источниками информации как повторяющиеся словесные комплексы, выполняющие номинативную и/или экспрессивную функции.

Анализ новых фразеологических единиц современного политического медиадискурса позволил выявить специфические особенности их функционирования в данном языковом фрагменте.

1. Состав корпуса неофразем современного политического медиадискурса представлен в большинстве своем семантико-функциональными фразеологизмами [см.: 11; 13], которые наряду с неолексемами номинируют новые реалии, социально значимые и актуальные явления современной российской действительности. Семантика неофразем данного типа включает социально-политическую составляющую. Как известно, специфика социально-политических отношений заключается в том, что в них индивиды «относятся друг к другу как представители определенных общественных групп, классов, профессий или других групп, сложившихся в сфере разделения труда, общественной и политической деятельности» [14, с. 5]. Новые фразеологические единицы с социально-политическим семантическим компонентом могут представлять собой устойчивые сочетания терминологизированного характера с минимальной образностью (ср.: *инициативная группа, вынужденные переселенцы, трудовые мигранты, санкционная политика, антикризисный центр, коррупционная составляющая, экономическая безопасность, социальные сети, дорожная карта, информационная война, гибридная война, минские договоренности, танковый биатлон, мирное русло, социальный лифт, стартовый капитал* и т.д.). В абсолютном большинстве случаев данные фразеологизмы используются в нейтральных публицистических контекстах. Неофраземы социально-политической сферы могут иметь и более высокую степень фразеологизации; в этом случае они, несмотря на то что не обладают ярко выраженной образностью, экспрессивностью, в то

же время характеризуются определенной оценочностью, эмоциональностью (ср.: *нефтяные генералы, газовый магнат, политический бомонд, цивилизационный поворот, православный атеизм, бессмертный полк, карусельное голосование, галопирующая инфляция, мягкая сила* и др.). Использование подобных фразеологизмов в контекстах политического медиадискурса сопровождается выражением определенных авторских интенций, характеризуется наглядно выраженной положительной / отрицательной оценочностью.

2. Современный политический медиадискурс, демонстрирующий вектор развития от официально-разговорного, насыщен фразеологическими единицами с высокой степенью фразеологичности и идиоматичности.

Среди ярких образных фразеологических единиц современного политического медиапространства выделяются не только единицы, в семантике которых присутствует социально-политическая составляющая (например, *оборотни в погонах, диванная партия, голосовать ногами, офисный планктон* и др.), но и единицы иной семантики (*бежать впереди паровоза, белые и пушистые, попасть под каток / раздачу, закручивать гайки, закатать в асфальт, вишенка на торте, делить портфели, опасной аэродром* и др.). В подобных единицах хорошо видна внутренняя форма, ярко представлена мотивация значения.

Исследователи в области фразеологической неологии обращают внимание на становление значения подобных фразеологизмов. Интересным, на наш взгляд, является анализ фразеологизма *борьба / битва / война телевизора с холодильником*, представленный в работах Н.В. Баско. Указанный фразеологизм описывает ситуацию расхождения между официально транслируемой информацией о существующих успехах и реальным ухудшением материального состояния граждан, вызванного ростом цен (в том числе на продукты питания). Мотивация фразеологизма обусловлена ассоциативной отсылкой к телевизору как основному транслятору официальной информации и холодильнику как показателю материального благополучия. Н.В. Баско вспоминает источник становления фразеологизма: *«Автором выражения является политик Борис Вишневский, член партии «Яблоко», депутат законодательного собрания Санкт-Петербурга: «Я в августе месяце написал статью для «Новой газеты», где говорилось о том, что сейчас развернется великая битва между телевизором и холодильником. Это когда санкции начались, особенно когда появились антисанкции с запретом на ввоз в Россию импортных продуктов. Нечто подобное уже было в конце 1980-х, и если мы помним, холодильник одержал уверенную победу. Интуиция мне подсказывает, что сейчас холодильник начнёт постепенно теснить телевизор, потому что когда у человека происходит покушение на его карман, на его привычный уровень жизни, на его привычное благосостояние, он начинает меньше воспринимать пропаганду»* [цит. по: 15, с. 413]. В настоящее время фразеологизм показывает высокую степень актуальности и функционирует во многих контекстах политического медиадискурса: *«Сначала Михаил Дмитриев выступил с докладом, обосновывающим перспективу падения рейтинга президента, а затем и Евгений Гонтмахер возгласил суть этой надежды: «холодильник победит теле-*

визор». Конечно, совсем игнорировать реальность невозможно. Оба эксперта признают, что, несмотря на явные экономические проблемы и заметное снижение доходов, большинство граждан считают, что «страна движется в правильном направлении». Но оба эксперта утверждают, что это дело временное. *«Якобы граждане одумаются, и «холодильник», то есть материальные интересы, возобладает над ценностями, идеями, которые транслируются через «телевизор». Тогда и свершится неизбежное: возмущенные люди вернут к кормилице власти тех, кто наставил их на верный путь»* (Известия, 20.05.2015).

Яркая образность присуща новому фразеологическому обороту *вишенка на торте* в значении «эффектная, примечательная, впечатляющая завершающая деталь какой-либо картины, какого-либо действия, события». В настоящее время фразеологизм широко используется в различных дискурсивных пространствах. Ср.: *«Своего рода «вишенкой на торте» стала высылка из США 60 российских дипломатов в ответ на «дело Скрипаля», закрытие консульства России в Сиэтле и ответный шаг Кремля — закрытие американского консульства в Санкт-Петербурге и высылка аналогичного количества дипломатов»* (Газета.ru, 03.04.2018).

Следует отметить, что в современный политический медиадискурс проникают сниженные, грубопросторечные элементы, в том числе новые фразеологические семантико-стилистические фразеологизмы. Как отмечает А.А. Горностаева, в настоящее время к традиционным чертам политического дискурса добавились такие, как заигрывание с аудиторией, стремление удивить, позабавить, рассмешить или шокировать читателя, слушателя/зрителя, клоунада и карнавальность речи. «Такие приемы, как ирония, черный юмор, употребление обценной лексики, служат, с одной стороны, для минимизации дистанции между оратором и публикой, создания образа «своего парня», с другой — для самовозвышения говорящего и уничтожения политических оппонентов» [16, с. 63]. В анализируемом материале отмечаются новые фразеологические единицы жаргонного характера типа *гнать пургу, ездить по ушам, развести на бабло, поставить раком, страдать фигней, рубить фишку* и др., имеющие сниженный характер.

3. Фразеологические неологизмы, отмеченные в текстах современного политического медиадискурса, обладают таким свойством, как хронотопная социокультурная маркированность.

Новые фразеологические единицы, возникшие в языковой ситуации, обусловленной происходящими в российской действительности событиями, во многих случаях являются хронотопическими маркерами. Во многих случаях семантика нового фразеологизма формируется реальной действительностью. Судьба социально маркированных фразеологизмов неоднозначна. Чаще всего подобные фразеологизмы, будучи приметам времени, постепенно устаревают и выходят из активного дискурсивного употребления. В настоящее время наблюдается процесс деактуализации недавних фразеологических неологизмов типа *новые русские, малиновые пиджак, ножки Буша, новое мышление, парад суверенитетов*. В то же время некоторые фразеологизмы, также отмеченные маркером прошлых лет, продолжают использоваться в медийном пространстве

(например, *потребительская корзина*, *прожиточный минимум*, *горячие точки*, *политические тяжёловесы*, *чёрный пиар*, *бандитские формирования*, *теневое правительство*, *серые схемы*, *грязные технологии* и др.).

Как отмечает Л.Н. Синельникова, новая реальность рождает новые фразеологизмы, представляющие открытый ряд (ср.: *клиповое мышление*, *глобальная элита*, *европейские ценности*, *инвестиционный порог*, *информационная война*, *бегущая строка*, *шоковая терапия*, *нетрадиционная ориентация*, *гибридная война*, *конвой добра* и др.). «Каждая из номинаций имеет собственный дискурс (происхождение, авторство, этапы освоения, частотность использования и т. д.) и в то же время неограниченную возможность дискурсивных перемещений, сопровождающихся варьированием толкования и оценок» [17, с. 283].

4. Возникновение новых фразеологических единиц отражает тенденцию появления всей новой лексики в русском языке новейшего периода, а именно значительную роль заимствования в общем процессе неологизации состава русского языка новейшего периода. Как показало исследование, значительное число новых фразеологических единиц современного политического медиадискурса представляет собой фразеологические кальки.

Так, в современном политическом медиадискурсе бытуют фразеологические кальки, значение которых лежит в пространстве социально-политической тематической сферы. Многие из них появились в русском языке в конце прошлого века, но и сейчас являются актуальными номинациями: *потребительская корзина* (англ. market basket) – «расчетный набор товаров, характеризующий месячный типичный уровень и структуру месячного (годового) потребления человека или семьи»; *средний класс* (англ. middle class) – «совокупность социальных групп материально обеспеченных людей»; *теневой кабинет* (англ. shadow cabinet) – «название группы деятелей наиболее влиятельной оппозиционной партии, являющихся вероятными кандидатами на основные министерские посты в случае ее прихода к власти»; *говорящая голова* (англ. talking head) – «представитель государственных органов власти, уполномоченный «озвучивать» официальную точку зрения»; (ср. также: *теневое правительство* – англ. shadow government), *тефлонный политик* (англ. teflon politician) – «о политике, сохраняющем политическое положение, несмотря на совершаемые им ошибки»; *отмывание денег* (англ. money laundering); *галопирующая инфляция* (англ. runaway inflation) и др. В новейший период состав корпуса фразеологических калек

расширился за счет устойчивых сочетаний *дорожная карта* (англ. road map) – «план действий; программа деятельности»; *электронная подпись*, *грязные технологии* (англ. dirty tricks) – «методы предвыборной борьбы, противоречащие законодательству и моральным представлениям об этике политической борьбы»; *двойные стандарты* (англ. double standards) – «необъективный, противоречивый и конъюнктурный подход к решению какой-либо острой проблемы, затрагивающей интересы противоборствующих сторон»; *золотые парашюты* (англ. golden parachute) – «внушительное денежное пособие, выдаваемое работнику, которого увольняют по решению администрации»; а также: *валютный коридор*, *шоковая терапия*, *жирные коты*, *родовая травма*, *игра мускулами*, *арабская весна* [подробнее см.: 18; 19].

5. Часть фразеологических неологизмов современного политического медиадискурса имеет афористический характер.

Т.Г. Крапоткина, исследуя случаи фразеологических вкраплений в речи современных политиков, доказывает, что исторические и политические деятели России обогатили афористику русского языка [20]. Современная языковая ситуация также подтверждает данный факт (ср., в частности, фразы, принадлежащие В.С. Черномырдину, которые в настоящее время функционируют как прецедентные феномены для развития новых смыслов в разных контекстах: «Хотели, как лучше, а получилось, как всегда», «Никогда не было, и вот – опять»; «Мы выполнили все пункты: от А до Б»; «Шли к рынку, а пришли к базару» и др.). Источниками крылатых выражений наших дней являются высказывания и других политиков современности: «Я устал, я ухожу» (Б. Ельцин); «Работаете хорошо, но дальше так работать нельзя» (Ю. Лужков); «Денег нет сейчас, найдем деньги – сделаем индексацию. Вы держитесь здесь, вам всего доброго, хорошего настроения и здоровья», «Не надо кошмарить бизнес» (Д. Медведев); «Будем мочить в сортире» (В. Путин) и др. Подобные единицы, использованные в неизменном или преобразованном виде, формируют экспрессивный фон современного политического медиадискурса.

Помимо названных особенностей, фразеологическим единицам современного политического медиадискурса свойственны и другие черты: эвфемизация, полярная оценочность, активное фразеобразование на базе существующих моделей, языковая игра и др. Все перечисленные особенности делают современный политический медиадискурс пространством возникновения, реализации, актуализации новых фразеологических единиц.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал. – М.; Волгоград, 2000. – 367 с.
2. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику [Текст] / А.Н. Баранов. – М., 2001. – 360 с.
3. Верещагин, С. Б. Дискурсивные аспекты политических дебатов (на материале русских и английских текстов) [Текст]: автореф. дисс. ...канд. филол. наук / С.Б. Верещагин. – Тюмень, 2007. – 22 с.
4. Fairclough N. Genres in political discourse // Encyclopedia of Language and Linguistics. – Oxford, Elsevier, 2005. – P. 33.
5. Михалева, О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия [Текст] / О. Л. Михалева. – М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 256 с.
6. Желтухина, М.Р. Комическое в политическом дискурсе к. XX в.: русские и немецкие политики [Текст] / М.Р. Желтухина. – М.; Волгоград, 2000.

7. Марьянчик, В.А. Аксиологическая функция неологизмов медиаполитического дискурса: на материале газетных публикаций начала XXI века: дис. ...канд. филол. наук [Текст] / В.А. Марьянчик. – Архангельск, 2006.
8. Щипицына, А.А. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в британском политическом медиа-дискурсе [Текст] / А.А. Щипицына // Политическая лингвистика. – Выпуск (2) 22. – Екатеринбург, 2007. – С. 93-98.
9. Сулина, О.В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства [Текст] / О.В. Сулина // Вестник Воронежского государственного университета. – 2014. – №1. – С. 217-222.
10. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе [Текст] / В.Г. Костомаров. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 257 с.
11. Мокиенко, В. М. Новая русская фразеология [Текст] / В. М. Мокиенко. – Opole : Uniwersytet Opolski–Instytut Filologii Polskiej, 2003. – 168 с.
12. Ганнопольская, Е. В. О соотношении новой и старой фразеологии в текстах современной “массовой литературы” (детективный жанр) [Текст] / Е. В. Ганнопольская // Слово. Фраза. Текст : сб. науч. ст. к 60-летию проф. М. А. Алексеенко. – М.: Азбуковник, 2002. – С. 151-157.
13. Мокиенко, В. М. Фразеологические теории в зеркале лексикографической практики [Текст] / В. М. Мокиенко // Frazeografia slowianska : Teoriaipraktyka, tradycje, terazniejszosc, przyszlosc: Tezy referatow miedzynarodowej konferencji naukowej 6-8 wrzesnia 2000 г. – Opole : Uniwersytet Opolski – Instytut Filologii Wschodnioslowianskiej, 2000. – С. 9–13.
14. Лапшина, О.Г. Социальная составляющая языкового образа человека (на материале предметных фразеологизмов): автореф. дис. ... канд. филол. наук [Текст] / О.Г. Лапшина. – Тюмень, 2008. – 24 с.
15. Баско, Н. В. Новое время – новые фразеологические образы [Текст] / Н.В. Баско, В.И. Зимин // Пушкинские чтения – 2017. Художественные стратегии классической и новой словесности: жанр: материалы XXII междунар. науч. конф. / отв. ред. Т. В. Мальцева. – СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2017. – С. 407-416.
16. Горностаева, А. А. Границы дозволенного в политическом дискурсе: ироничность, черный юмор, деструктивность, сквернословие [Текст] / А. А. Горностаева // Политическая лингвистика. – 2018. – № 1 (67). – С. 57-66.
17. Синельникова, Л.Н. Дискурс фразеологических новообразований [Текст] / Л.Н. Синельникова // Дискурс-Пи. – 2016. – С. 280-285.
18. Баско, Н.В. Фразеологические неологизмы русского политического дискурса [Текст] / Н.В. Баско // Политическая лингвистика. – 2016. – № 1 (55). – С. 58-65.
19. Григоренко, О.В. Неофраземы с агентивной семантикой в русском языке новейшего периода [Текст] / О. В. Григоренко // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Выпуск 34. – Челябинск, 2009. – № 27. – С. 21-28.
20. Крапоткина, Т.Г. Фразеологические вкрапления как средство создания выразительности в речи современных политиков [Текст] / Т.Г. Крапоткина // Современная политическая коммуникация : материалы Международной научной конференции, Екатеринбург, 21-24 сентября 2009. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2009. – С. 118-121.