

АННОТАЦИЯ

диссертации на соискание степени доктора философии (PhD) по специальности 6D020500 – «Филология»

Аймагамбетовой Малики Муратовны
«Функционирование трансформированных фразеологизмов
в заголовках казахстанских газет и новостных сайтов»

Актуальность диссертационного исследования обусловлена растущей ролью СМИ в жизни общества, увеличением значения новостных текстов как ядра качественной прессы, а также кардинальными изменениями, происходящими в языке современного информационного пространства и способ его форматирования. Эти обстоятельства определили необходимость комплексного анализа трансформированных фразеологизмов в роли заголовков – ключевых элементов новостной информации.

Исследование активных процессов употребления, переосмысления и преобразования фразеологизмов-заголовков в новостных текстах газет и сайтов, заметить и описать живые процессы современной русской речи, в особенности использование специальных и специфически риторических приемов привлечения и сохранения внимания читателей.

Процессы преобразования фразеологических единиц в заголовки осуществляются с помощью разнообразных языковых средств и их комбинации – так возникают новые соотношения реальности и ее обозначения, порождаемые универсальным ассоциативным мышлением. Вторичная номинация устанавливает ассоциации по сходству и/или смежности и соотносит их с фоновыми знаниями читателей или внутренней формой фразеологизма.

Теоретико-методологической основой исследования трансформированных фразеологических единиц в заголовках газетных статей и новостных сайтов послужили концепции и идеи отечественных и зарубежных ученых в области изучения языка газеты (З.Ж. Аманбаева, Б.А. Ахатова, Н.Е. Бехер, З.Д. Блисковский, В.А. Вомперский, Е.В. Горин, Ф.З. Жаксыбаева, А.С. Жуматова, Т.П. Зорина, Г.К. Ихсангалиева, Л.Г. Кайда, В.Г. Костомаров, Г.С. Кусаинова, Э.А. Лазарева, А.С. Подчасов, Б.Х. Раимбекова, Н.В. Рачук, С.К. Роцин, Г.Я. Солганик, Г.А. Солтанбекова, А.Т. Таткенова, А.В. Фатина, И.М. Филипова, M.J. Adams, N. Bagnall, A. Bell); фразеологии (Ю.Ю. Авалиани, А. Аманжолов, Г.Н. Амосов, В.Л. Архангельский, К.Х. Аханов, З.К. Ахметжанова, А.М. Бабкин, Д. Балакова, Ш. Балли, В.В. Виноградов, С.Т. Гаврин, Н. Дәулеткереева, Д.О. Добровольский, А.С. Елешова, М.Е. Есимжанова, Р.Е. Жайсакова, В.П. Жуков, Ж.К. Ибраева, С.Е. Исабеков, А.Т. Кайдаров, С.К. Кенесбаев, Г.С. Косымова, М.М. Копыленко, А.М. Кунин, Б.А. Ларин, Е.В. Михайлова, В.И. Мищенко, В.М. Мокиенко, А.И. Молотков, Б.Момынова, А.Т. Назарян, С.Н. Ожегов, З.Д. Попова, А.Д. Райхштейн, Л.И. Ройзензон, М.Т. Сабитова, Г.Н. Смагулова, В.Н. Телия, Б.Х. Хасанов, Н.М. Шанский, А.М. Эмирова, W. Fleischer); функциональных и

структурных аспектов конструирования заголовков (В.Г. Адмони, П.В. Верховский, Е.М. Галкина-Федорук, С.И. Груздева, Г.К. Ихсангалиева, О.С. Толomasова и др.); типологии односоставных номинативных и неполных предложений в роли заголовков (Б.П. Ардентов, Л.Я. Биятенко, Ф.К. Биятенко, Ф.К. Буженик, С.Г. Ильенко, А.С. Попов, Н.И. Тарабасова, Н.А. Федотова, Н.Ю. Шведова, В.П. Шутова и др.); фразеологической номинации (Ю.А. Гвоздарев, Л.К. Жаналина, С.Е. Исабеков, А.К. Каиржанов, М.М. Копыленко, В.М. Никитевич, З.Д. Попова, В.Н. Телия, Т.В. Шевякова и др.).

Цель исследования – выявление особенностей, видов и характерных черт функционирования трансформированных фразеологических единиц в заголовках газет и новостных сайтов казахстанских СМИ.

Задачи исследования:

– теоретическое обобщение концепций и идей отечественной и зарубежной лингвистики о сущности фразеологизмов, их участии в процессах вторичной номинации;

– исследования структурно-семантических характеристик трансформаций фразеологических единиц в заголовках новостных текстов газет и сайтов;

– описание видов преобразований фразеологических единиц в заголовках новостных текстов газет и сайтов;

– классификация функций трансформированных заголовков-фразеологизмов в соответствии с видами их трансформации;

– разработка критериев и характеристика соотношения трансформированных фразеологизмов-заголовков и новостных текстов СМИ;

– экспертный опрос о корреляции между видами трансформаций регулярных фразеологизмов-заголовков и их интерпретации читателями.

Объект исследования – трансформированные фразеологические единицы, используемые в качестве заголовков новостных текстов казахстанских газет и сайтов на русском языке.

Предмет исследования – особенности и характерные черты функционирования разных видов трансформированных заголовков-фразеологизмов в газетах и новостных сайтах на русском языке.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые на основе интегративного подхода к анализу трансформированных заголовков-фразеологизмов новостных текстов казахстанских газет и сайтов:

– осуществлена комплексная оценка трансформации фразеологизмов-заголовков новостных текстов с использованием самостоятельно сформулированного определения заголовка. подтверждено, что творческое обновление функционально-семантической основы фразеологизмов в заголовках создает особую коммуникативную ситуацию и экспрессию;

– выявлен широкий спектр смысловых отношений между трансформированными фразеологизмами-заголовками и содержанием новостного текста. участие трансформированных фразеологизмов-заголовков в процессах вторичной номинации формирует наряду с обновленными смыслами

и новые знаковые функции, демонстрируя общую семиотическую природу фразеологизма. доказано, что трансформации фразеологизмов в заголовках – объективная закономерность с точки зрения экономного и рационального использования номинативных единиц языкового фонда;

– обнаружены и описаны источники и пути трансформации фразеологизмов-заголовков, систематизированы их виды, часто встречающиеся в казахстанских газетах и сайтах;

– найдены и описаны частотные виды трансформаций фразеологических единиц в заголовках казахстанских СМИ: конвертирование, переосмысление, комбинирование, замена компонентов, сокращение vs. расширение состава и др.;

– описаны и иллюстрированы коммуникативно-прагматические функции трансформированных фразеологизмов-заголовков (номинативная, эмоционально-оценочная, образно-ироническая и др.).

Материал исследования составили 644 трансформированных фразеологизмов-заголовков разной функциональной нагрузки, извлеченных приемом сплошной выборки и целевым поиском на новостных сайтах. Из выявленных нами заголовков 156 вынесены в приложение, а остальные 488 проанализированы в диссертационном исследовании (137 – заголовки статей из сайтов, 351 – заголовки статей из газет).

Источниками для сбора трансформированных фразеологизмов-заголовков (а также текстов к ним) послужили русскоязычные казахстанские газеты 2014-2017 годов: «Казахстанская правда», «Деловой Казахстан», «Вечерний Алматы», «Вечерняя Астана», «Акмолинские ведомости», «Время», «Деловая неделя», «Новое поколение», «Свобода слова», «Экспресс К», «Московский комсомолец в Казахстане», «Комсомольская Правда», «Трибуна», «Литер», «Караван», «Курсивъ», «Мегаполис», «Учитель Казахстана», «Спорт», «Прспорт»; новостные сайты: www.vlast.kz, www.zakon.kz, www.tengrinews.kz, www.stan.kz и др. на русском языке. Тематика анализируемых статей не ограничивалась, однако большая часть материалов освещает политические и культурные события.

Методы и приемы сбора и анализа материала: описательный метод, семантический анализ словарных дефиниций, когнитивные операции интроспекции и инференции для реконструкции интенций автора и прогноза восприятия заголовков читателями; контекстуальный анализ, сопоставление, обобщение и типологизация трансформированных фразеологических единиц и способов их преобразования в заголовках; приемы трансформационного метода при поиске и уточнении оригинала фразеологизма; метод экспертного опроса.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Отсутствие эксплицируемой терминологизации «заголовка» в ряду смежных терминов («заглавие» и «название») потребовало его комплексного дефинирования. Заголовок газетных текстов и новостных сайтов, как самый читаемый компонент любого средства массовой информации, становится квинтэссенцией всего содержания текста; семиотической единицей, репрезентирующей различные виды культурных текстов; метатекстовой

единицей, напрямую (часто на уровне ассоциаций) коррелирующей с текстом, который она обозначает; первичной или вторичной (в случае прецедентных текстов, трансформации фразеологизмов и др.) номинативной единицей; кодирующей проспективной (вводящей читателя в содержание текста) и декодирующей ретроспективной (позволяющей осмыслить содержание текста после его прочтения) единицей; многофункциональной единицей, поддерживающей тематическую и эстетическую целостность текста, оптимально выполняющей коммуникативную, информативную, апеллятивную / воздействующую, экспрессивно-эмотивную, рекламную, интегративную, графически-выделительную и иные функции; полиинтенциональной единицей, способной выражать референтную (заглавие → реальность), креативную (текст → коммуникативная установка автора), рецептивную (текст → восприятие и переживания реципиента) функции. Данное определение стало методологически определяющим при изучении трансформации фразеологизмов-заголовков.

2. Трансформации фразеологических единиц, осуществляемые в заголовках газетных текстов и новостных сайтов – это операции с готовыми устойчивыми языковыми блоками по выявлению их потенциальных значений, эмоциональному наполнению и созданию новых коммуникативных ситуаций. Заголовки, представленные трансформированными фразеологическими единицами – эффективное средство создания, привлечения и удержания внимания читателя. Они используются как авторские речевые единицы, создаваемые по определенной модели, референтно соотносятся с содержанием всей статьи, информируют о теме статьи, устанавливают контакт между журналистом и читателем.

3. Частотными видами трансформации фразеологических единиц в заголовках казахстанских СМИ являются: *конвертирование* (замена одного или нескольких компонентов, сокращение лексического состава, введение новых слов) – 56%, *переосмысление значения* – 27% и *комбинирование* (замена компонента и переосмысление, замена компонента и сокращение vs., дополнение состава) – 17%.

4. Вторичная номинация в заголовках газет и новостных сайтах возникает посредством переосмысления семантики части или целого выражения, добавляющего к основному новые смыслы. В основе всех видов вторичной номинации лежит ассоциативный характер мышления, который способствует правильной интерпретации трансформированных фразеологических единиц, а также наличию vs., отсутствию корреляции между видами данных трансформаций. По результатам экспертного опроса установлено что, обозначение нового явления происходит в результате ассоциаций по сходству или смежности между свойствами номинируемого явления и свойствами явлений, ранее уже получивших обозначение на основе фоновых знаний носителей языка о данной реалии или о внутренней форме значения.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что полученные выводы дают возможность дальнейшего изучения

функционирования фразеологизмов в заголовочных комплексах. Предложенная разработка проблемы трансформации фразеологизмов как вторичной косвенной номинации, основанной на ассоциативно-смысловых знаниях о мире, их авторской интерпретации и оценке, может быть использована при моделировании с помощью языковых средств новых концептов в сознании носителей языка. Материалы исследования могут способствовать также формированию более точных представлений о возможностях и границах трансформации фразеологизмов в разных жанрах и, соответственно, могут расширить границы функционально-семантических исследований, медиа-текста и лингвистики текста.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования теоретических положений и выводов диссертации в преподавании вузовских курсов по фразеологии, теории номинации, анализу языка современной прессы, культуре речи, а также при написании практических пособий и рекомендаций по теории и практике журналистики. Полученные выводы о характере, возможностях и границах трансформации и варьирования фразеологических единиц позволяют глубже осознать особенности их семиотической и функциональной организации и функционирования.

Апробация диссертации. Основные положения и результаты диссертационного исследования неоднократно докладывались на научно-методических семинарах докторантов PhD, заседаниях кафедры русского языка и литературы КазНПУ им. Абая (сентябрь 2014–май 2017 года), а также на международных, республиканских научных конгрессах и конференциях, опубликованы в журналах, рекомендованных Комитетом по контролю в сфере образования и науки МОН РК, а также в зарубежной научной печати. Общее число научных публикаций по теме диссертации – 18.

Основные положения диссертации представлены в издании, входящем в информационный ресурс Scopus: ManinIndiaISSN 0025-1569 (2017, №97 (21); в материалах международных конгрессов, конференций и семинаров: Конгресса МАПРЯЛ XIII «Русский язык и литература в пространстве мировой культуры» (РИНЦ, г. Гранада, Испания, 13–20 сентября 2015 г.); The V International Academic Congress "Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries" (Cambridge, England, UK, 14-16 October 2015); 15-ой Международной научно-практической конференции «Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения в свете современных исследований» (РИНЦ, г. Махачкала, Россия, 13 декабря 2015 г.); Международного научно-практического семинара «Современное состояние образования и смена парадигм в условиях полиязычия» (Астана, 8–9 февраля 2016 г.); VI Международной научно-практической конференции «Наука в современном мире» (г. Киев, Украина, 19 февраля 2016 г.); XLV Международной филологической конференции (г. Санкт-Петербург, Россия, 14–19 марта 2016 г.); Международной научно-практической конференции «Фразеология и слово в художественном, публицистическом, народно-разговорном дискурсах» (г. Кострома, Россия, 18–23 марта 2016 г.); Международной научно-теоретической конференции XIX

«Ахановские чтения», «Язык как мягкая сила» (г. Алматы, 29 апреля 2016 г.); Международной научной конференции «Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: Человек. Сознание. Коммуникация. Интернет» (г. Варшава, Польша, 5–9 мая 2016 г.); в журналах и изданиях, рекомендованных Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан: «Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилева» (Астана, 2015, №5); «Вестник КазНПУ им. Абая» Серия филологическая» (Алматы, 2015, №4); «Вестник КГУ им. Ш. Уалиханова» (Кокшетау, 2016, №1); Международном научно-популярном журнале «Наука и жизнь Казахстана» (Астана, 2017, №1); в международных научных журналах: Международный научный журнал «Медиалингвистика» (РИНЦ, Санкт-Петербург, 2016, №3); Applied Linguistics (2016, №37); American Journal of Philology (2016, №137); Серия «Филологические науки» Известия Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана» (Алматы, 2016, №3); Linguistica Juvenis (Екатеринбург, 2017, №19); а также в разделе «Источники газетных заголовков (на материале казахстанских СМИ)» коллективной монографии «Славянская фразеология в современных СМИ (публицистический дискурс)» / под ред. Х. Вальтера, В.М. Мокиенко, Ж. Финк. – Грайсвальд: ун-т. Им. Эрнста Морица Арндта г. Грайсвальд, Германия, 2017.

Цель и задачи исследования определили **структуру и содержание работы.**

Во введении обоснована актуальность избранной темы исследования; сформулированы цель и задачи; определены объект и предмет изучения, методология и основные методы исследования, научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность диссертации.

В первом разделе рассмотрены основные достижения отечественных и зарубежных ученых в изучении заголовков, проанализированы основные понятия фразеологии, связанные с возможностями использования фразеологизмов в качестве заголовков.

Во втором разделе представлены источники и базовые понятия трансформации заголовков-фразеологизмов, способы и виды их трансформации, а также основные функции преобразованных заголовков-фразеологизмов. Основными источниками трансформированных заголовков-фразеологизмов являются: художественные произведения – 25%, пословицы и поговорки – 22%, фразеологизмы – 16%, народные и эстрадные песни – 17%, художественные, документальные, мультипликационные фильмы, теле- и радиопередачи – 10%, речевые клише – 8%, библеизмы – 2%. Осуществлено обобщение функций заголовков: общеречевые функции – номинативная, референтивная, фатическая, информативная, коммуникативная, собственно прагматическая функции (воздействующие на общественное сознание и создающие в социуме соответствующую картину мира); функции трансформированных фразеологических единиц в составе заголовков – экспрессивно-характеризующая, эмоционально-оценочная и интеллектуализирующая, создания сатирического / юмористического эффекта, функция экономии языковых средств и уточняющая функция.

В третьем разделе представлены результаты проведенного экспертного опроса по соответствию заголовка с текстом статьи: а) трансформированные фразеологизмы-заголовки узнавались экспертами лучше, чем контрольной группой (93% vs. 78%); эксперты-филологи продемонстрировали более профессиональные результаты, чем эксперты-журналисты (40% vs. 38%); б) восстановление первоисточника трансформированных фразеологизмов-заголовков вызвало сложности у обеих групп (экспертная группа – 78% vs. контрольная группа – 58%); в) проспективно-ретроспективные связи между заголовком и текстом статьи были установлены следующим образом: полное соответствие определено 58% экспертной и 46% контрольной группы; частичное соответствие – 28% экспертной и 42% контрольной группы; полное несоответствие – 14% экспертной и 12% контрольной группы. Обнаруженные коммуникативные неудачи должны предостеречь от бездумного использования трансформирования фразеологизмов в составе заголовков авторами статей в казахстанских газетах и новостных сайтах.

В заключении сформулированы основные результаты исследования и обозначены перспективы дальнейшей разработки изучаемой проблематики.

В приложениях представлены анкета экспертного опроса, примеры трансформированных заголовков-фразеологизмов и статей.

Основные итоги диссертационного исследования подтвердили важность и актуальность комплексного анализа функционирования трансформированных фразеологизмов в качестве заголовков статей в казахстанских газетах и новостных сайтах.

Применение в качестве заголовка фразеологических единиц в измененном и неизменном виде является важным средством воздействия на аудиторию, позволяя сделать заголовок ярким, красочным и в образной форме выразить свою оценку публикуемой информации. Экспрессия, ради которой используют такие заголовки, базируется на их общеизвестности. Лексические и фразеологические способы создания экспрессии в заголовках газет и новостных сайтов многообразны (введение в заголовок стандартных фразеологических единиц, авторских неологизмов, перифраз, различных трансформаций языковых единиц и др.).

Значительную роль в восприятии трансформированных фразеологических единиц и оказываемом ими воздействии, как замечено в исследовании, играют различные свойства читателя, наличие (или отсутствие) одинакового с автором общекультурного фона и компетенции, и в целом, уровень его начитанности. Полученные в ходе эксперимента данные убеждают, что автору необходимо твердо знать, на какую аудиторию он должен рассчитывать, кто является реципиентом заголовка и самой статьи, имеет ли читатель достаточный уровень общекультурного фона и обладает ли необходимой функциональной (читательской) грамотностью.