



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»
<https://su-journal.ru>

2025, № 6 / 2025, Iss. 6 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)

УДК 811.161.1>374:398.91

Особенности трансформации пословиц и поговорок в современных СМИ

^{1, 2} Ван Яо

¹ Совместный инженерный институт Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ»,

² Сюйчжоуский технологический институт, Китай

Аннотация: в статье рассматривается трансформация русских паремий в современном медиапространстве, а также особенности их образования и функционирования в условиях цифровизации и меняющегося медиапейзажа. Отмечается значимость русских пословиц и поговорок как культурных артефактов, обладающих богатым историческим контекстом, и их роль в устойчивом развитии языка и синтаксиса СМИ. Устанавливаются причины обращения авторов публицистических текстов к трансформированным паремиям, включая стремление к привлечению внимания аудитории и создание комического или иронического эффекта. В статье делается вывод о том, что в анализируемых изданиях («Коммерсантъ» и «Труд») трансформация паремий чаще всего происходит через расширение, усечение или замену компонентов, что приводит к изменению первоначального смысла и создает новые коннотации. Исследование также демонстрирует, что трансформированные паремии служат не только языковым инструментом, но и действенным средством манипуляции мнением читателя, подчеркивая их актуальность в современных медийных практиках.

Ключевые слова: пословицы, поговорки, СМИ, трансформация, статья, заголовок

Для цитирования: Ван Яо Особенности трансформации пословиц и поговорок в современных СМИ // Современный ученый. 2025. № 6. С. 144 – 149.

Поступила в редакцию: 23 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 21 марта 2025 г.; Принята к публикации: 15 мая 2025 г.

Features of transformation of proverbs and sayings in modern mass media

^{1, 2} Wang Yao

¹ Joint Engineering Institute of Xuzhou Institute of Technology and Saint Petersburg, Electrotechnical University «LETI»,

² Xuzhou Institute of Technology, China

Abstract: the article deals with the transformation of Russian paremi in modern media space, as well as the peculiarities of their formation and functioning in the conditions of digitalization and changing media landscape. The significance of Russian proverbs and sayings as cultural artifacts with a rich historical context and their role in the sustainable development of language and syntax of mass media is noted. The reasons why authors of journalistic texts turn to transformed paremi, including the desire to attract the attention of the audience and to create a comic or ironic effect, are established. The article concludes that in the analyzed publications (“Kommersant” and “Trud”) the transformation of paremi most often occurs through expansion, truncation or replacement of components, which leads to changes in the original meaning and creates new connotations. The study also demonstrates that trans-

formed paremi serve not only as a linguistic tool, but also as an effective means of manipulating the reader's opinion, emphasizing their relevance in modern media practices.

Keywords: proverbs, media, transformation, article, headline

For citation: Wang Yao Features of transformation of proverbs and sayings in modern mass media. Modern Scientist. 2025. 6. P. 144 – 149.

The article was submitted: January 23, 2025; Approved after reviewing: March 21, 2025; Accepted for publication: May 15, 2025.

Введение

Актуальность данного исследования состоит в соответствии одному из самых востребованных направлений современной паремиологии, изучающей трансформации пословиц и поговорок. В настоящей работе внимание уделяется трансформированным паремиям в медиапространстве.

Использование поговорок и пословиц в современных СМИ имеет несколько причин. Например, более выразительно обозначить мысль, привлечь внимание читателя, создать комический или иронический эффект. Употребление пословиц и поговорок в публицистическом тексте, в целом, не является новшеством и имеет давнюю практику. Особенно часто журналисты употребляют прецедентные тексты (в том числе, и пословицы, и поговорки) в заголовках. О.Б. Абакумова пишет: «Предполагается, что медийный текст в большинстве случаев представляет собой результат социально-стратегического коммуникативного действия, который имеет целью манипулирование мнением читателя» [1, с. 7]. Реализация этой цели, по мнению исследовательницы, происходит благодаря «особой подаче материала и использования разных средств речевого воздействия, к которым относится использование пословиц и поговорок» [1, с. 7].

Материалы и методы исследований

Материалом для настоящего исследования послужили тексты статей, опубликованных в современных российских средствах массовой информации – в частности, в газетах «Коммерсантъ» и «Труд». Основное внимание уделялось заголовкам, содержащим трансформированные пословицы и поговорки. Отбор материала производился методом сплошной выборки за последние годы, с акцентом на яркие и выразительные примеры языковой игры. В процессе анализа использовались методы лингвистического наблюдения, описания и интерпретации, а также элементы контекстуального, семантического и прагматического анализа. Каждый заголовок рассматривался с точки зрения выявления исходной паремии, характера и типа трансформации, контекста употребления, а также

прагматической функции трансформированного выражения в медиатексте.

Результаты и обсуждения

Однако в последнее время наблюдается тенденция к использованию так называемых трансформированных пословиц и поговорок. Эта тема исследуется в работах К.Н. Васильевой [2], С.В. Ефимовой [3], Е.В. Проскуряковой [4], Н.Н. Фёдоровой [5] и др.

По словам Н.Н. Фёдоровой, в современном дискурсе происходит активное обращение к русским пословицам, и этот процесс отличается не только тем, что они используются в своём первоначальном виде, но и в трансформированном, и в результате этих изменений происходит утрата их исходного смысла [5, с. 6].

Е.В. Проскурякова в качестве причин, заставляющих журналистов применять трансформированные пословицы и поговорки в своих статьях (и особенно, в заголовках), считает привлечение внимание читателей, которые, увидев трансформацию прецедентного текста, захотят понять, чем это было вызвано и в чём состоит его смысл [4, с. 207].

К.Н. Васильева полагает, что трансформированные паремии являются примерами языковой игры, то есть специального языкового материала, чья значимость в современном русском языке не вызывает сомнения. Более того, автор относит данное явление к феномену, который требует тщательного и глубокого изучения [2, с. 51]. С этой целью К.Н. Васильева предлагает классификацию типов структурных изменений паремий. К первому типу она относит тот способ трансформации, при котором один заменяемый компонент не является синонимичным. Второй тип автор характеризует аналогичным образом – то есть не синонимичной заменой, но уже не одного, а нескольких компонентов паремии [2, с. 9].

В свою очередь, С. В. Ефимова, считающая трансформированные паремии результатами индивидуально-авторских проявлений, также предлагает свою классификацию, в которой выделяются следующие типы:

- расширение исходного варианта паремии за счёт новых компонентов;
- инверсии компонентов;
- замены компонентов новыми лексемами;
- расщепление исходного выражения и использования лишь его части [3, с. 90].

С опорой на данные материалы было произведено собственное исследование. Для выявления особенностей трансформации паремий в современных СМИ, было выбрано несколько примеров из газет «Коммерсантъ» и «Труд». Предполагается исследования примеров трансформированных пословиц и поговорок по следующей схеме:

- определение исходного варианта;
- рассмотрение контекста, в котором был употреблён трансформированный вариант;
- определение способа трансформации;
- определения смысла и функции трансформированной паремии.

Так, первый из примеров «*По ком ветер дует*» [6] представляет собой своеобразное сочетание русской пословицы «*Куда ветер дует*» и фрагмента прецедентного выражения «*По ком звонит колокол*», автором которого является английский поэт и проповедник Дж. Донн.

Смысл русской поговорки «*Куда ветер дует*» состоит в ироническом указании на ненадёжность или непостоянство какого-либо человека. Фраза Дж. Донна, – напротив, – об ответственности каждого человека за себя и окружающих. В статье газеты «Коммерсантъ» (автор А. Тыбинь) речь идёт о конкурсе проектов по строительству ВЭС (ветровых электростанций), ГЭС и СЭС, а также теми трудностями, с которыми эта отрасль столкнулась после ухода зарубежных компаний [6].

По своему составу заголовок-трансформер является сложным, так соединяет в себе два способа структурирования – расширение оригинального варианта частью прецедентной фразы и замену его элемента (вместо «*куда* – «*по ком*»). Смысл подобной трансформированной конструкции состоит в том, чтобы сообщить читателю о проблемах современной электроэнергетики, привлечь его внимание, для чего автор и прибегает к подобной языковой игре.

В заголовке статьи «*В рекламе яблоку негде упасть*» (авторы Т. Корнев и Ю. Юрасова) основой трансформации является поговорка «*Яблоку негде упасть*», которая означает слишком заполненное пространство, его большую тесноту. Статья посвящена вопросу сокращения в российской рекламе образов фирмы Apple («Яблоко»): «*Образ iPhone в рекламных кампаниях на ТВ, билбордах и в интернете за последние три года растерял по-*

пулярность – теперь ставка делается на Samsung и другие Android-устройства» [7].

Используя игру слов (Apple – Яблоко), авторы создают трансформированную фразу, добавляя в структуру прецедентного выражения сочетание «*В рекламе*», тем самым иронизируя над всемирно известной компанией, которая сознательно сократила своё присутствие в России после начала СВО. И, несмотря на то обстоятельство, что некоторые продажи продукции Apple ещё существуют, они не рекламируются. Таким образом, фирме Apple больше нет места в рекламной пространстве России.

Далее обратим внимание на заголовок «*Нашёл Никол на камень*» (автор А. Колесников). Данная фраза представляет собой трансформацию поговорки «*Нашла коса на камень*», передающую суть конфликта, ссоры, в которой обе стороны не желаю друг другу уступать.

В статье освещается спор, произошедший недавно между двумя государственными лидерами – А.Г. Лукашенко и Н.В. Пашиняна. Имя армянского лидера вынесено в название статьи, и именно оно явилось заменой первого элемента структурного состава поговорки. Такой приём усиливает ироническое отношение автора к армянскому премьер-министру, чьё поведение нарушило протокол важного мероприятия (встреча ЕАЭС). Автор статьи колоритно расписывает действия Н.В. Пашиняна, который, очевидно, высказывал неуважение ко всем присутствующим и к самому заседанию. Поэтому текст насыщен эмоциональной и оценочной лексикой: «... Он (Никола Пашинян) чему-то улыбался, читал телефон, рассеянно и безбородо улыбался» [8].

Автор, очевидно симпатизирующий А. Г. Лукашенко, личность которого имплицитно подразумевается под последним элементом трансформированной фразы «*камень*». Его поведение также описывается в статье, но и в иной тональности: «*По виду Александра Лукашенко, сидящего рядом с президентом России, я видел, что на самом деле прощения премьеру Армении нет и не будет*» [8].

Таким образом, автору удалось создать острую трансформацию поговорки «*Нашла коса на камень*», путём замены одного элемента на оным, отразив, тем самым, и суть описываемой ситуации, и своё отношение к ней.

В своём следующем материале А. Колесников, которому свойственен иронический взгляд на происходящее, также использовал трансформированную поговорку «*Руки в боки, глаза в потолок*», которая была изменена им на «*Руки в боги*» [9].

В этой статье автор рассказал о визите В.В. Путина в Эрмитаж в конце декабря 2024 года. Пыта-

ясь выяснить причину посещения президентом этого музея (в частности, он побывал в античных залах), автор обыгрывает название статьи в тексте: «Двадцатиколонный зал есть двадцатиколонный зал. Как и другие здесь, посвящённые античности. Тут, о боги, все боги» [9].

Автор отходит от исходного смысла «Руки в боки», который состоит в высмеивании чванливо-го и ничего не делающего человека, и с помощью трансформированной поговорки обрисовывает ситуации, кажущиеся ему в чём-то абсурдными. Данный трансформированный заголовок был им создан посредством сокращения оригинального варианта и замены одного элемента. При этом он использует квазимонимы («боки» – «боги»), от чего фонетический аспект текста становится более выразительным.

Интересный вариант трансформации поговорки наблюдается в заголовке «США взялись за старое» [10]. За основу здесь взята поговорка «Взяться за старое», которая обозначает возвращение к прежним привычкам.

Статья под этим названием посвящена выборам президента в США. В ней ставится целью проанализировать политическую ситуацию в штатах и ответить на вопрос, что повлияло на итоги кампании: «Как случилось, что Америка выбрала президентом республиканца Дональда Трампа» [10].

Отношение автора к ситуации отражена в заголовке, а котором он передаёт недоумение по этому поводу. Для воплощения его оценки идеально подошла поговорка «Взяться за старое», в которой он произвёл изменение окончания последней лексемы и расширил её структуру аббревиатурой «США». Но эти трансформации качественно поменяли первоначальный смысл, усложнили его, так под «старым» подразумевается не какое-то прежнее абстрактное занятие или привычка, а конкретная персона – Д. Трамп. И этим ёмким выражением автор передал свою оценку как к новоизбранному президенту США, так и провёл мысль о том, что страна совершила откат назад.

Известное выражение «поскости по сусекам» послужило основой для создания заголовка «Скребут по фондам». Данное выражение означает поиски запасов, которые заканчиваются или уже законченных в каких-то отдалённых местах.

В случае с трансформированной поговоркой «Скребут по фондам» речь также идёт о запасах, но только о музейных. Авторы статьи сигнализируют о проблеме, с которой столкнулись музеи после того, как выставки зарубежного искусства стали невозможны. По этой причине музеи были вынуждены восполнять эту лакуну, используя собственный потенциал и искать новые идеи в за-

пасниках: «Больших привозных выставок-блокбастеров сейчас нет – но за долгие годы они успели стать привычной, привлекательной и, что греха таить, выгодной частью музейного пейзажа. Главные выставки года – в том числе попытки компенсировать это отсутствие, считает Надежда Ивленко» [11].

Статья носит, скорее, нейтральный характер, поэтому заголовок не стоит рассматривать как экспрессивное или ироническое выражение. Напротив, трансформированная поговорка отражает ситуацию и подсказывает выход из неё.

Экспрессия наблюдается в следующем заголовке: «На роток накинул платок. Зеленский признал реалии на фронте, заявили в ГД». Здесь трансформирована поговорка «На чужой роток не накинешь платок», которая содержит мысль о том, что невозможно заставить кого-то замолчать; что нельзя остановить людскую молву.

Контекст статьи очевиден: «Занимающий пост президента Украины признал невозможность «вернуть» в состав страны Крым и Донбасс военным путём» [12]. По этой причине первая часть заголовка звучит иронически. Авторы пошли от противного, убрав из оригинала отрицание и сделав его утверждением. Таким образом, поменяв смысл исходного утверждения, но при этом практически сохранив его структуру, автором удалось ярко оформить главную идею и передать своё отношение к происходящему.

Далее представим ещё один своеобразный пример трансформации известной поговорки в заголовке «И хочется, и колется, и Вашингтон велич» [13]. Выражение «И хочется, и колется» (которое является частью поговорки «И хочется, и колется, и болит, и матушка не велич») воплощает в себе мысль о некоем затруднительном выборе, об опасном желании.

В статье выражается опасение по поводу текущей политической обстановки: «Джо Байден решил напоследок хлопнуть дверью. Которая может оказаться люком в бездонную кроличью нору войны Запада с Россией» [13]. Автор анализирует противоречивость сложившейся ситуации: с одной стороны, страны НАТО оказались очень воодушевлены разрешением Байдена наносить ракетные удары вглубь России, а с другой стороны, – опасаются крайнего обострения конфликта.

И эта двойственность была наилучшим образом передана с помощью поговорки, которая была сокращена, но в то же время, и дополнена: «И хочется, и колется, и Вашингтон велич». Таким образом, слепое подчинение американским хозяевам, отрицательно влияет на положение и Европы, и Украины. Но они вынуждены подчиняться и по-

тому оказались в подобном положении – такова мысль автора.

Трансформированные поговорки активно функционируют не только в текстах на политические темы, но и в публицистике иной тематики. Например, вызывает интерес заголовок статьи «*По Щукина велению*», которая посвящена личности и собранию крупнейшего русского коллекционера С.И. Щукина, открывшему России и миру новаторскую французскую живопись [14].

Автор И. Кулик переинчила известную поговорку, пришедшую в русский язык «По щучьему велению» и означающую свершение какого-либо дела волшебным образом. Смысл этой поговорки подошёл к содержанию статьи, вероятно, потому что в ней внимание уделяется неожиданному примирению внука коллекционера с музеями, разделившими собрание С.И. Щукина между собой – Эрмитажем и Пушкинским музеем. Автор намекает, что произошло это неким чудесным способом – словно по велению С.И. Щукина.

Автору не пришлось значительно изменять поговорку, а только лишь поставить вместо прилагательного «щучьему» оним «Щукина». Пользуясь фонетическим сходством, автор создаёт новый смысл и добавляет ему экспрессию.

Выводы

Таким образом, можно подвести итоги. Исследование показало, что в современном медиапространстве активно используются трансформированные паремии. Их трансформации большей частью происходят следующими способами:

- расширение оригинала-паремии посредством новых компонентов;
- замены компонентов новыми лексемами или онимами;
- усечение или сокращение исходного выражения и использования лишь его части.

Использование трансформированных позволяет достичь следующих результатов:

- привлечь внимание читателя;
- более выразительно оформить основную мысль;
- передать авторскую оценку, отношение;
- создать эффект языковой игры;

В результате этих взаимодействий между оригиналом и трансформаций происходит не только возникновение нового смысла, но и обновление исходного варианта, что лишний раз подтверждает лингвистический и художественный потенциал русских паремий.

Список источников

1. Абакумова О.Б. Пословица в медийном дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 330. С. 7 – 10.
2. Васильева К.Н. Паремии-трансформы в интернет-коммуникации: структура, семантика, тематические группы: дис. ... канд. филолог. наук. М., 2022. 259 с.
3. Ефимова С.В. Типы индивидуально-авторских трансформаций пословиц и поговорок // Русистика. 2009. № 3. С. 88 – 92.
4. Прокурякова Е.В. Использование пословиц в заголовках газетных статей и их анализ по когнитивно-дискурсивной модели актуализации смысла пословицы в дискурсе // Учёные записки Орловского государственного университета. 2015. № 6. С. 206 – 209.
5. Фёдорова Н.Н. Современные трансформации русских пословиц: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. Великий Новгород, 2007. 20 с.
6. Тыбинь А. «По ком ветер дует» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2024. 27 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)
7. Корнев Т., Юрасова Ю. В рекламе яблоку негде упасть [Электронный ресурс] // Коммерсант. 2024. 25 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)
8. Колесников А. Нашёл Никол на камень [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2024. 26 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)
9. Колесников А. Руки в боги. [Электронный ресурс] // Коммерсант. 2024. 25 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)
10. Забродин А. США взялись за старого [Электронный ресурс] // Коммерсант. 27.12.2024. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7365728> (дата обращения: 11.12.2024)
11. Скребут по фондам. [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2024. 27 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)
12. На роток накинул платок. Зеленский признал реалии на фронте, заявили в ГД старого [Электронный ресурс] // Труд. 2024. 19 дек. URL: <https://www.trud.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)

13. Шевцов О. И хочется, и колется, и Вашингтон велит // Труд. 2024. 22 ноября. URL: <https://www.trud.ru/> (дата обращения: 15.12.2024)

14. Кулик И. По Щукина велению [Электронный ресурс] // Коммерсант. 2004. 22 сент. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7365728> (дата обращения: 11.12.2022)

References

1. Abakumova O.B. Proverb in media discourse. Bulletin of Tomsk State University. 2010. No. 330. P. 7 – 10.
2. Vasilyeva K.N. Paremiias-transforms in Internet communication: structure, semantics, thematic groups: dis. ... Cand. Philological sciences. Moscow, 2022. 259 p.
3. Efimova S.V. Types of individual-authorial transformations of proverbs and sayings. Russian studies. 2009. No. 3. P. 88 – 92.
4. Proskuryakova E.V. The Use of Proverbs in Newspaper Headlines and Their Analysis Based on the Cognitive-Discursive Model of Actualizing the Meaning of a Proverb in Discourse. Scientific Notes of the Oryol State University. 2015. No. 6. P. 206 – 209.
5. Fedorova N.N. Modern Transformations of Russian Proverbs: Abstract of Cand. Philological Sciences. Veliky Novgorod, 2007. 20 p.
6. Tybin A. “For Whom the Wind Blows” [Electronic resource]. Kommersant. 2024. December 27. URL: <https://www.kommersant.ru/> (accessed: 12.15.2024)
7. Kornev T., Yurasova Yu. There’s No Room for an Apple to Fall in Advertising [Electronic resource]. Kommersant. 2024. Dec 25. URL: <https://www.kommersant.ru/> (date accessed: 12/15/2024)
8. Kolesnikov A. Found Nikol on a stone [Electronic resource]. Kommersant. 2024. Dec 26. URL: <https://www.kommersant.ru/> (date accessed: 12.15.2024)
9. Kolesnikov A. Hands in the Gods. [Electronic resource]. Kommersant. 2024. Dec 25. URL: <https://www.kommersant.ru/> (date accessed: 12.15.2024)
10. Zbrodin A. The United States took on the old one [Electronic resource]. Kommersant. 12/27/2024. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7365728> (date of access: 11.12.2024)
11. Scratching the funds. [Electronic resource]. Kommersant. 2024. December 27. URL: <https://www.kommersant.ru/> (date of access: 15.12.2024)
12. Threw a scarf over his mouth. Zelensky acknowledged the realities at the front, the old State Duma said [Electronic resource]. Trud. 2024. December 19. URL: <https://www.trud.ru/> (date of access: 15.12.2024)
13. Shevtsov O. I want to, and I prick myself, and Washington orders me to. Trud. 2024. November 22. URL: <https://www.trud.ru/> (date of access: 12.15.2024)
14. Kulik I. At Shchukin's behest [Electronic resource]. Kommersant. 2004. Sept. 22. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7365728> (date of access: 12.11.2024)

Информация об авторе

Van Yo, Совместный инженерный институт Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ»; Сюйчжоуский технологический институт, г. Сюйчжоу, Китай, wyant123@163.com

© Van Yo, 2025