

**Н. Е. Ивченкова**

Минск, МГЛУ

## ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЗАГОЛОВКАХ СМИ

В статье проанализирован феномен языковой игры в заголовках современных русских и английских СМИ, рассмотрены различные подходы к определению языковой игры. Представлены наиболее употребляемые приемы языковой игры в газетных заголовках. Выявлены и обоснованы цели использования данного феномена в современных публицистических текстах.

На сегодняшний день, в эпоху информационного взрыва, привлечь внимание читателей довольно сложно, поэтому язык современной прессы должен быть броским и эффектным. Одним из самых продуктивных способов воздействия на аудиторию является использование приема языковой игры в газетных заголовках. Потенциал языка неисчерпаем, с помощью намеренного нарушения языковой нормы мы можем изменить семантическое наполнение высказывания, открыв абсолютно новые смысловые оттенки. Овладение данным приемом и его понимание помогают чувствовать язык, видеть те смыслы, которые автор пытается скрыть намеренно, чтобы убедить и заинтересовать читателя – все это обуславливает частотное использование приема языковой игры в заголовках.

В современной научной литературе термин *языковая игра* трактуется по-разному (данный термин ввел философ Л. Витгенштейн). Проанализируем некоторые определения данного феномена.

Языковая игра – это «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т.е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект» [7, с. 657].

По мнению В. З. Санникова, «языковая игра – это отступление от нормы, нечто необычное. Однако патологическое ясней всего поучает норме. Это в полной мере приложимо к патологическому в речи: языковая игра позволяет четче определить норму и отметить многие особенности русского языка, которые могли бы остаться незамеченными» [6, с. 13].

В понимании С. Ж. Нухова, языковая игра – это «такая форма речевого поведения человека, при которой языковая личность, реализуя свои лингвокреативные способности, демонстрирует свой индивидуальный стиль» [4, л. 137].

Лингвист Б. Ю. Норман в своем труде «Игра на гранях языка» охарактеризовал языковую игру как «сложный феномен, использование языка в особых – эстетических, социальных – целях, при котором языковая система наилучшим образом демонстрирует свою «мягкость»: языковые единицы, их классы и правила их функционирования получают тут большую степень свободы по сравнению с иными речевыми ситуациями» [3, с. 5–6].

То есть, с одной стороны, языковая игра – это нарушение нормы в экспрессивных целях, с другой – проявление творчества путем демонстрации своей языковой компетенции. В рамках феномена языковой игры можно раскрыть уникальные возможности самого языка, а именно выделить его национально-культурный компонент и расширить лингвистическую компетенцию личности.

Почему языковая игра используется авторами именно в заголовках? Ответ прост: заголовок – это первое, на что обращает внимание потенциальный читатель. Поэтому только от автора зависит, будет ли читателю интересна статья. Сможет ли автор творчески обыграть заголовок, прорекламирровать статью, связать языковое явление с культурным?

Рассмотрим некоторые примеры использования приемов языковой игры в заголовках, взятые из газет «Аргументы и факты», «Российская газета», «Версия» и «Известия».

**ЛАВРОВЫЙ LIST** («Аргументы и факты», № 9, 2018) – в статье сообщается о том, что Сергей Лавров, министр иностранных дел Российской Федерации, ограничил въезд в Россию некоторым лицам, отразив данную информацию в списке. «List» в переводе с английского – «список». Таким образом, заголовок статьи будет звучать так: **ЛАВРОВЫЙ СПИСОК**. Анализируя данный заголовок, мы наблюдаем использование такого приема языковой игры, как межъязыковая омонимия (Межъязыковые омонимы – это слова, имеющие одинаковый звуковой состав, которые различаются значениями или употреблением. Полное несовпадение плана содержания, т.е. отсутствие общих элементов смысла, наиболее часто встречается в случайных межъязыковых омонимах, не имеющих этимологических связей [1, с. 177]). Таким образом, после прочтения данного заголовка ожидания человека, который не знает английского языка, могут быть обмануты.

**VIP-СЕКТА** («Версия», № 9, 2004) – данный заголовок – пример популярного среди авторов приема – графогибридизации (соединение в пределах слова графических средств разных языков, в данном случае английского и русского).

**НЕ ШУММИ!** («Версия», № 23, 2005) – статья о достижениях Михаэля Шумахера. Автор с помощью использования приема контаминации («образование нового слова или выражения путем скрещивания, объединения частей двух слов или выражений, связанных между собой какими-либо ассоциациями. Иногда контаминация приводит к неправильным лексическим образованиям или синтаксическим конструкциям» [5, с. 101]) привлекает читательское внимание путем объединения глагола *шуми* и имени собственного *Михаэль*.

**«ВОЙСКА ДЯДИ ВАСИ»** («Аргументы и факты», № 10, 2017) – так аббревиатуру **ВДВ** (Воздушно-десантные войска) расшифровывают сами десантники, потому что именно генерал Василий Маргелов сделал десантников настоящей армейской элитой. В данном примере используется прием дезаббревиации (термин, введенный А. Ф. Журавлевым). В статье «Дезаббревиация в русском языке» А. В. Зеленин трактует данный термин как «деком-

прессию, развертывание аббревиатуры либо в исходное словосочетание, либо в новую языковую единицу с модифицированным сигнификатом» [2, с. 78]. Наиболее распространенным типом дезаббревиации, в основе которого лежит перекодирование, является сознательно видоизмененная расшифровка мотивирующей аббревиатуры исходного словосочетания: «ложная расшифровка аббревиатур» (в классификации А. Ф. Журавлева) или «людическая [от лат. *ludus* 'игра'] дезаббревиация (в классификации А. В. Зеленина) [Там же, с. 86].

**МЭЙ В ИЮНЕ** («Российская газета», № 125, 2017) – в статье говорится о парламентских выборах в Великобритании в июне, на которых Консервативная партия во главе с Терезой Мэй должна победить. Данный заголовок представляет собой каламбур, основанный на омонимии имени собственного *Мэй* и звуковой формы английского существительного *may* (рус. *май*). В результате получился каламбур: рус. *май в июне*.

**АГРОМНЫЙ УСПЕХ** («Российская газета», № 128, 2017) – так названа статья о выставке «БЕЛАГРО-2017», которая стала смотром совместных технических достижений белорусских и российских предприятий. Используя прием контаминации (огромный + АГРО), автор выражает свою оценку события, описанного в статье.

**ПЯТЬ ОТКРЫТИЙ МАКСа** («Российская газета», № 153, 2017) – статья о достижениях Международного авиакосмического салона. В заголовке автор применил прием омоакронимии/двойной мотивации (совпадение сокращений по своей фонетической форме с общеупотребительными словами). В данном примере аббревиатура *МАКС* совпадает с краткой формой имени собственного *МАКС*.

**ПросТОР для инвестора** («Российская газета», № 173, 2017) – в данном заголовке автор использует прием визуальной неологизации/псевдомотивации («явление, связанное с появлением нового оттенка смысла или значения, ситуативно мотивированного, в словах, тождественных по звуковому или буквенному составу. С помощью псевдомотивации авторы стремятся выделить наиболее существенную деталь в слове, словосочетании и предложении, расставить необходимые акценты. Данный способ языковой игры с аббревиатурами основывается на ненормальном использовании прописной буквы, главная функция которой является привлечением внимания [8, с. 38]). В представленном заголовке в существительном *простор* выделяется аббревиатура *ТОР* (территория опережающего развития), тем самым акцентируется внимание на содержании статьи о резидентах территории опережающего развития.

**ГАИ, ГАИ, МОЯ ЗВЕЗДА** («Российская газета», № 296, 2017). Это интервью с начальником госавтоинспекции, который рассказывает об изменениях в Административном кодексе. Заметим, что заголовок статьи образован с помощью замены одного из компонентов прецедентного текста, названия всем известного романа «Гори, гори, моя звезда», который исполняет Анна Герман. Таким образом, анализируя данный заголовок, мы можем говорить о таком приеме языковой игры, как трансформация прецедентного феномена (замена в известном устойчивом сочетании одного из его компонентов).

ПО КОМ ЗВОНИТ ФАС («Российская газета», № 3, 2018) – заголовок, образованный от прецедентного текста «По ком звонит колокол» (роман Эрнеста Хемингуэя) с помощью замены одного из компонентов устойчивого выражения аббревиатурой ФАС (Федеральная антимонопольная служба). В данном заголовке мы вновь наблюдаем прием трансформации прецедентного феномена.

**ОПЕРАЦИЯ Ын** («Известия», № 105, 2018). Так называется статья о том, что известно о смерти брата лидера КНДР Ким Чен Наме. Заголовок напоминает название известного советского фильма «Операция «Ы» и другие приключения Шурика». В данном примере источником языковой игры стал прецедентный текст.

**КОНТРАФИФАКТ** («Известия», № 143, 2018) – заголовок статьи о задержанных единицах контрафактной продукции с символикой FIFA. Языковая игра достигается путем объединения существительного *контрафакт* и сокращения *FIFA* (контаминация).

**МИНЗДРАВЫЙ СМЫСЛ** («Версия», № 6, 2020) – в заголовке с помощью приема контаминации (Минздрав + здоровый) автор обыгрывает название статьи, выражая при этом свою личную оценку. В приведенном примере *минздравый* является антонимом привычного нам прилагательного *здоровый*, т.е. в статье выражается несогласие с мнением представителей Минздрава.

**НАСПЕХТУЦИЯ** («Версия», № 6, 2020) – заголовок статьи о необдуманно и быстро составленной Конституции. Прием контаминации достигается с помощью объединения наречия *наспех* и существительного *Конституция*.

**COVIDНО БУДЕТ** («Версия», № 17, 2020) – в заголовке статьи содержится информация о том, что из-за пандемии всем людям придется пересмотреть свои взгляды на жизнь. В данном примере мы можем наблюдать прием контаминации. Путем сложения предикативного наречия *видно* и сокращения *COVID* автор обыгрывает ничем не примечательное выражение *видно будет*.

Проанализировав заголовки выбранных газет, мы пришли к следующим выводам: языковая игра – это многогранное явление, нацеленное на привлечение внимания оригинальными речевыми формами; нарушение нормы в экспрессивных целях; проявление творчества путем демонстрации своей языковой компетенции. На сегодняшний день прием языковой игры в заголовках активно используется авторами. Это обусловлено тем, что современные тексты СМИ носят строго информативный характер, поэтому лишь игровая манера подачи заголовка заставит читателя обратить внимание на статью. Феномен языковой игры – это не только средство выражения экспрессии, но и способ отражения национально-культурного компонента в языке. Наиболее распространенными являются такие приемы языковой игры в заголовках, как контаминация, межъязыковая омонимия, графогибридизация, каламбур, дезаббревиация, визуальная неологизация/псевдомотивация, омоакронимия и использование прецедентных текстов для создания экспрессивных газетных заголовков.

Таким образом, изучение механизмов языковой игры и выявление скрытых смыслов в русскоязычных и англоязычных заголовках позволяют предупредить возможные стилистические трудности русского и английского языков, а также получить информацию о культурных особенностях русскоязычных и англоязычных народов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Грабчиков, С. М.* Межъязыковые омонимы и паронимы. Опыт русско-белорусского словаря / С. М. Грабчиков. – Минск : Изд-во БГУ, 1980. – 259 с.
2. *Зеленин, А. В.* Деабревиация в русском языке / А. В. Зеленин // Вопросы языкознания. – 2005. – № 1. – С. 78–97.
3. *Норман, Б. Ю.* Игра на гранях языка / Б. Ю. Норман. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 344 с.
4. *Нухов, С. Ж.* Языковая игра в словообразовании : на материале лексики английского языка : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С. Ж. Нухов. – М., 1997. – 372 л.
5. *Розенталь, Д. Э.* Словарь-справочник лингвистических терминов : пособие для учителей / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Просвещение, 1985. – 357 с.
6. *Санников, В. З.* Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Яз. славян. культуры, 2002. – 552 с.
7. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Л. М. Алексеева [и др.] ; под ред. М. Н. Кожинной.* – М. : Наука : Флинта, 2011. – 696 с.
8. *Ху, Цюань.* Языковая игра на базе аббревиатур в современных русских СМИ (на материале газетных заголовков) / Цюань Ху // Междунар. науч.-исслед. журн. – 2015. – № 11-4 (42). – С. 38–39.

The article analyzes the phenomenon of language game in the headlines of modern Russian and English mass media, and considers various approaches to the definition of language game. The most commonly used language game techniques in newspaper headlines are presented. The goals of using this phenomenon in modern publicistic texts are identified and justified.