

УДК 81'373

## СПОСОБЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ЗАГЛАВИЯХ СМИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

© 2019 г.

И.В. Бугаева,<sup>1</sup> К.М. Сидорченко<sup>2</sup><sup>1</sup>Российский государственный аграрный университет им. К.А. Тимирязева, Москва<sup>2</sup>Московский государственный психолого-педагогический университет, Москва

bugaevaiv@mail.ru

Поступила в редакцию 30.08.2019

Исследуется языковая игра в заглавиях российских СМИ и ее аналогах в русскоязычных зарубежных СМИ посредством сравнения заглавий, публикуемых на российских новостных сайтах и на русском языке за рубежом. Эти заглавия аккумулируют в себе социально или культурно-исторически обусловленные представления, отражающие стереотип мышления. Данные, изложенные в настоящей статье, основаны на результатах исследования способов образования заглавий, в которых есть языковая игра. Выделяется метод использования психотриггеров для реализации аттрактивной функции заглавий. Чаще всего план содержания такого заглавия состоит из логического предиката, который включает в себя прецедентный феномен. Семантическую валентность логического предиката дополняет актанта. Анализ примеров показывает, что в подобных заглавиях встречаются межкультурные монолингвальные аналоги языковой игры. Рассматривается источник их возникновения, способы образования и характерные свойства языковой игры, по которым можно выделить межкультурные монолингвальные аналоги.

*Ключевые слова:* языковая игра, прецедентный феномен, логический предикат, актанта, лингвоспецифическое выражение, монолингвальный аналог.

### Введение

Австрийский философ и логик Л. Витгенштейн считал, что с языковой игрой связана речевая деятельность людей. Как утверждал ученый, языковая игра (далее – ЯИ) – компонент деятельности, модель коммуникации или построения текста, в котором воспроизводится контекст и слова, употребляющиеся в заведомо определенном смысле [1, с. 7]. ЯИ способствует единству смыслов в речи посредством кодирования или декодирования лексического потока, что вовлекает адресата в коммуникацию [2, с. 7]. В логико-понятийном аспекте ЯИ – это нарушение нормативности в языке и жизни [3, с. 544]. Собственно-лингвистическое толкование самой сущности ЯИ и ее функциональных способностей изложено в научных трудах В.З. Санникова, который считал ее базовой функцией комический эффект [4, с. 56]. Настоящее исследование придерживается принципа, при котором ЯИ трактуется как «столкновение стереотипов обыденных и культурных реалий» [5, с. 28]. Обыденные реалии представляют языковые единицы информации о постигнутой человеком действительности. Например, табличка «Берегись автомобиля» на самом деле предупреждает пешехода в повседневной жизни. В 1966 году был снят фильм под названием «Берегись автомобиля». Многие фразы из

фильма, а также и его название стали крылатыми и приобрели окказиональное значение той эпохи. Выражение «берегись автомобиля» стало прецедентным и до сих пор используется в современных СМИ: «*Берегись автомобиля: в Одессе стерлись пешеходные переходы*».

**Объектом** настоящего исследования стал межкультурный монолингвальный аналог, представляющий собой одинаковую ЯИ в плане содержания или выражения, которая используется в зарубежных СМИ на русском языке. Например, в заглавии «*Берегись автомобиля: в Ташкенте автомобилисты все чаще совершают наезды на пешеходов*» прецедентный феномен (далее – ПФ) «берегись автомобиля» заимствован как из русского языка, так и из лингвокультуры вместе с аккумулятивным внутри него культурным компонентом. То есть в узбекском заглавии задействован аналог русского ПФ по плану содержания (все слова сохранены) и по плану выражения.

В качестве **предмета** исследования рассматриваются способы образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ. **Материалы** для сбора примеров заглавий представляют новостные информационные web-порталы Российской Федерации, в частности журнал Forbes, газета «Московский комсомолец», ИА «Известия», Русская служба «BBC news» и русскоязычные СМИ Республики Узбекистан: журнал для авиапассажиров Uzbekistan airways, газета «Ферганская правда».

Таблица 1

**Компоненты заглавия**  
**«Переход от магии к удивлению:**  
**как получить образование за границей немедленно»,**  
**разработанного по методу «4U»**

1-U	как получить образование за границей
2-U	переход от магии к удивлению
3-U	получить образование
4-U	немедленно

**Цель** настоящего исследования заключается в выявлении межкультурного монолингвального аналога ЯИ в зарубежных СМИ на русском языке. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть способы образования заглавий, в которых есть ЯИ;
2. Выявить самый популярный тип ЯИ в заглавиях СМИ и источник его образования;
3. Полученные результаты использовать в качестве параметров для поиска заглавий в зарубежных СМИ;
4. Провести сопоставление российских и зарубежных примеров.

**Ожидаемыми результатами исследования** становится новая классификация ЯИ с учетом межкультурной монолингвальной ситуации, ранее никем не представленная. Более того, само существование межкультурного монолингвального аналога ЯИ и способы его образования является **научной новизной данного исследования**.

Говоря о **степени изученности** данного вопроса, назовем известные исследования ЯИ таких ученых, как Т.А. Гридина, А.А. Зализняк, В.З. Санников, С.В. Ильясова, Л.П. Амири. В данной работе на основе типов ЯИ, предложенных учеными ранее, разрабатываются новые способы образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ.

### Постановка задачи

Один из ведущих специалистов в области рекламы Дэвид Огилви отметил, что «по статистике, люди читают заглавия в пять раз чаще, чем основной текст» [6, с. 43]. В медиалингвистике описываются некоторые способы образования современных заглавий СМИ для реализации аттрактивной функции. Например, по методу «возражения» заглавие включает само рекламное предложение и опровержение чувства обмана, возникающее в момент чтения: «*Вы заговорите на английском или мы вернем вам деньги!*». Также есть методы, где используются ключевые слова, эффектные фразы, фокусирующие читательское внимание. К ним относятся так называемые лингвоспецифические слова, которые содержат в себе определенные идеи,

важные для русского языка и которые плохо или совсем не переводимы на другой язык [7, с. 67]. Помимо лингвоспецифических слов эффективна современная тенденция привлечения внимания целевой аудитории в медиапространстве. Стало модным говорить о таких понятиях, как «психотриггеры», «слова-триггеры», использование которых в рекламных целях делает товар продаваемым. В науку термин «триггер-слово» (trigger-word) ввел американский лингвист Джон Гриндер, основатель нейролингвистического программирования. Согласно ученому, «слова – это триггеры, которые вызывают в нашем сознании те, а не иные переживания» [8, с. 58]. В отличие от лингвоспецифических слов психотриггеры могут содержать цифры: «*9 способов завязать галстук сногшибательным узлом!*», слово «как»: «*Как за 60 секунд создать взрывное заглавие*». Есть более сложный способ «4U», который включает в себя следующие компоненты: 1) полезность (usefulness) – в заглавии должна быть полезная информация, которая поможет читателям; 2) уникальность (uniqueness) – информация должна отличаться, быть особенной; 3) ультраспецифичность (ultra specificity) – должны быть точные данные, например, событие, факты, происшествия; 4) срочность (urgency) – временной отрезок, чтобы поторопить читателя [9, с. 41].

Например, заглавие «*Переход от магии к удивлению: как получить образование за границей немедленно*» построено по методу «4U» и состоит из следующих компонентов, приведенных в табл. 1.

В русскоязычной версии финансово-экономического журнала Forbes в основном содержатся двусоставные заглавия, включающие: 1 – логический предикат, содержащий психотриггер; 2 – актанта, дополняющий семантическую валентность предиката [9, с. 41]. Данное суждение берет свое начало от предикативных отношений в языке, когда стоит цель соотносить заключенную в отрезке речи мысль с действительностью [10, с. 280]. Актант – речевая конструкция, заполняющая семантическую или синтаксическую валентность предиката [11, с. 39]. Рассмотрим следующие заглавия: «*Бой с тенью. Как стать лучшей версией себя в 2018 году*»; «*Каникулы строгого режима. Как отдыхать, чтобы легко вернуться к работе*»; «*Друзья Оушена. Как собрать в старте команду мечты*». В логических предикатах всех вышеприведенных заглавий Forbes используется ПФ, который через кумулятивную функцию обеспечивает слова-отсылки: «*Бой с тенью*», «*Каникулы строгого режима*», «*Друзья Оушена*». Все три приведенных примера содержат

Таблица 2

**ПФ в заглавиях российских СМИ и их межкультурные  
монолингвальные аналоги в узбекских русскоязычных СМИ**

№	Российская Федерация	№	Республика Узбекистан
1	<i>В теме: "Москва не сразу строилась"</i>	2	<i>Прогулки по рынкам мира: Ташкент – город хлебный</i>
3	<i>Москва не сразу расстроилась</i>	4	<i>Ташкент – город снежный</i>
5	<i>Русская Америка: как Россия приобрела и потеряла Аляску</i>	6	<i>Amirsoy. Теперь "узбекская Швейцария не просто слова"</i>
7	<i>Русские мотивы осенней Франции</i>	8	<i>Амазонские мотивы Приаралья</i>

названия знаменитых фильмов, аккумулируют в себе когнитивные, культурологические, страноведческие представления, понятия и потому являются определенным культурным авторитетом. В сознании читателя при прочтении возникают ассоциации культурных реалий.

Слово или словосочетание в логическом предикате не сразу становится ПФ. Сначала оно получает окказиональное значение. После «признания» обществом журналисты используют это словосочетание в заглавиях. Данный процесс может воспроизводиться и наоборот, например, когда блогеры используют понравившееся им самим какое-нибудь выражение, а затем целевая аудитория его «подхватывает». Процесс «подхватывания» и «признания» обществом мы назовем феноменом коллективного признания. Например, эвфемизм «вежливые люди» набирает популярность в СМИ с 2014 года: *«Запад ждет вторжения "вежливых людей" через Северный полюс»*. Исследователь О.С. Иссерс, изучавшая возникновение и популяризацию словосочетания «вежливые люди», указывает, что оно было распространено в Рунете, где блогеры им называли военнослужащих, вошедших в Крым в 2014 году. Употребление настолько распространилось в СМИ, что словосочетание стало нарицательным, перешло в ПФ и сейчас им обозначают даже зарубежных военных: *«Американские "вежливые люди" обкатывают свой крымский сценарий»*.

Как видно из примеров, способ образования заглавий по принципу вставки психотриггера в логический предикат подразумевает использование ЯИ. Среди ее типов популярностью пользуется ПФ. Переходя к способам образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ, сначала рассмотрим межкультурные ПФ. В этом случае имеет место использование межкультурного монолингвального аналога ПФ. Рассмотрим заглавия, представленные в табл. 2.

Сравним заглавия № 1 и 2. Языковая игра, в основе которой находится топоним, – очень частое явление в заглавиях СМИ, потому что географические названия обладают окказиональным значением, становятся национально-культурными компонентами и переходят в ПФ.

В заглавии № 1 используется известная поговорка *«Москва не сразу строилась»*, где в языковой картине мира, присущей народу России, заключен смысл «не все получается сразу», «цели достигаются не сиюминутно». В заглавии № 2 ПФ *«Ташкент – город хлебный»* берет свое начало из названия знаменитого фильма, описывающего исторические события 1930-х годов. Таким образом, логические предикаты в обоих заглавиях содержат межкультурные монолингвальные аналоги ПФ по плану выражения. Но и эти приведенные высказывания обыгрываются в заглавиях № 3 и 4. Первичное высказывание *«Москва не сразу строилась»* видоизменилось в *«Москва не сразу расстроилась»*, а *«Ташкент – город хлебный»* в *«Ташкент – город снежный»*. В обоих случаях все составляющие высказываний сохраняются, кроме последних, которые заменяются на *«расстроилась»* и *«снежный»*. Именно за счет них и происходит обыгрывание высказываний. Сохраняются грамматические признаки: часть речи, время, род, а также и созвучность. Но все же по семантическому значению слова разные. Автор использует словосочетание *«не сразу расстроилась»* исходя из текста самой статьи, повествующей о всеобщей неразберихе в первый день Отечественной войны 22 июня 1941 года, когда москвичи сразу не могли поверить в то, что началась война. Во втором случае аналогично, как и в первом, остаются те же грамматические признаки, а слово *«снежный»* используется также, исходя из содержания статьи, рассказывающей о зимнем Ташкенте.

Сравним заглавия № 5 и 6. Логические предикаты *«русская Америка»* и *«узбекская Швейцария»* построены по формуле «Adjective + Noun». В плане содержания в каждом логическом предикате используется по два топонима, где первый (Adjective) характеризует принадлежность к России и к Узбекистану (ср.: *«русская...»* и *«узбекская...»*), второй топоним (Noun) характеризует принадлежность к иностранному объекту для сравнительной функции по известным чертам языковой картины мира. То есть для лучшего привлечения внимания автор использует сравнение с широко известными ПФ, отсылающими к каким-либо данным.

Например, «Швейцария» в данном случае употреблена, чтобы лучше описать горнолыжные курорты. ПФ в заглавиях № 7 и 8 построены по формуле «Adjective + Noun + Adverbial». План выражения носит метафорический характер, хотя наблюдается функция сравнения, что и у предыдущих двух примеров. Во всех восьми примерах есть ПФ в качестве типа ЯИ. Данные заглавия построены посредством вставки психотриггера, являющимся собственно ПФ. Исходя из первых примеров с межкультурными ПФ, можно сказать, что в основе первого способа образования межкультурного монолингвального аналога лежит топоним. Однако для этого сам топоним должен быть прецедентным.

Если рассматривать способ образования заглавия по принципу «предикат + актанта», к тому же логический предикат содержит ПФ, то из этого следует, что способ образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ включает в себя топонимы: «Русская Америка: как Россия приобрела и потеряла Аляску» (РФ) – «*Amirsoy. Теперь "узбекская Швейцария не просто слова"*» (РУз); «Русские мотивы осенней Франции» (РФ) – «Амазонские мотивы Приаралья» (РУз). Кроме топонимов есть еще и имена собственные: «Щелчок Таноса – и рабочих дней как не бывало!» (РФ) – «Легенда об узбекском Прометее» (РУз).

После ПФ следует такой тип ЯИ, как игра графем, морфем, слов. В этом случае межкультурный монолингвальный аналог ЯИ содержит иронию и сравнение: «Де- или монстрация? Сравните плакаты двух главных первомайских шествий» (РФ) – ««*Си-си*», товарищ Си» (РУз); «Политолог Дмитрий Москвин: «Скверная история» со «СКВЕРным храмом» в Екатеринбург» (РФ) – «Незапутанная история узбекских косичек» (РУз).

Следующий тип ЯИ представляет трансформацию поговорок, пословиц, что также способствует возникновению соответствующего межкультурного аналога: «Дело в яме: Можно ли възыскать ущерб с дорожников?» (РФ) – «Не дыней единой: Узбекистан становится для россиян новой Грузией» (РУз).

Последний способ образования межкультурного монолингвального аналога в структуре «предикат + актанта» содержит нарицательную функцию. Например, это могут быть названия фильмов, музыкальных и литературных произведений: «Любовь и яблоки. В Пензе «Театр на обочине» показывает свое видение повести Гайдара» (РФ) – «Служат два товарища» (РУз); «Неизвестная Алла. 10 песен, до «Арлекино», которые вы не слышали» (РФ) – «Ах, эта свадьба!» (РУз); «До «Дельтаплана». Пять

забытых песен Леонтьева» (РФ) – «Букет из песен и цветов» (РУз); «Арест Абызова открыл ящик Пандоры» (РФ) – «Записки астраханского натуралиста. Аленький цветочек степи» (РУз).

Очень часто языковая игра строится на речевых клише, шаблонах, распространенных в СМИ. Например, составные союзы «от ... до ...»: «От мышек до жалюзи. Житель Пензенской области обокрал офис» (РФ) – «Самолет «с иголки»: покраска от а до я» (РУз); «От накладных бород и ресниц до тракторов: Что еще поставляет Китай в Кыргызстан?» (РФ) – «От съездов КПСС до концертов узбекских звезд: «Дружба народов», связавшая эпохи» (РУз). Тип ЯИ может содержать лозунги. В этом случае среди межкультурных монолингвальных аналогов ЯИ можно найти триггер-слово «единство», «звучит гордо»: «Сила Союза машиностроителей России — в единении» (РФ) – «Наша сила — в единстве...», «В семье сплоченной и единой!», «Объединяющая сила духовности», «Народ и армия — едины!», «В семье единой» (РУз). Также возможна и стихотворная форма: «Весна, май, Россия, отдыхай: как долго продлятся праздники» (РФ) – «И в красоте сплетая свет, слово, стих и женский образ» (РУз); «В мехах, шелках и при должностях» (РФ) – «Горы — прекрасны и опасны» (РУз).

Последний способ образования межкультурного монолингвального аналога из того, что было пока изучено, основан на противопоставлении: «Высокая встреча на низком уровне прошла в Апанасе» (РФ) – «Океан музыки на дне ушедшего моря» (РУз); «Сердечное тепло узбекской зимы» (РУз); «Высокий полет малой авиации» (РУз); «Большие успехи маленьких граждан страны» (РУз).

## Заключение

Подводя итоги исследования, следует отметить поэтапный логический подход к поиску необходимых примеров и критериев их оценки, что привело к выявлению новых понятий. Были тщательно изучены распространенные современные методы создания заглавий с целью привлечения внимания целевой аудитории. Все методы сводятся к единому принципу: использование эффектных слов и словосочетаний, порождающих ЯИ. Слова или словосочетания аккумулируют в себе культурный компонент и поэтому знакомы каждому читателю, тем самым образуя ПФ. В зарубежных СМИ на русском языке найдены их аналоги.

В плане содержания ЯИ является межкультурным монолингвальным аналогом, если одни и те же слова, а также одинаковый игровой механизм используются в российских и зарубеж-

ных вариантах. В плане выражения игровой механизм должен быть идентичный по источнику, грамматическому построению, семантическому значению, коммуникативному намерению (например, сравнить узбекские зимние курорты со швейцарскими) и слова при этом могут отличаться.

Основным принципом образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ является заимствование. Если учитывать языковой материал, который использовался в исследовании, то пусть А – российская лингвокультура, В – узбекская лингвокультура, С – третья лингвокультура (например, Европа). Заимствование может происходить в трех вариантах: 1) из А в В: «*мне не забыть кокандского Арбата...*»; 2) заимствование из В в А: «*Фильм про победу волейбольной сборной России над Бразилией на Олимпийских играх в Лондоне и «кирдык» за курение*»; 3) заимствование из С в А и в В: «*Как живут уехавшие в 90-е на родине Андерсона*» и «*Amirsoy. Теперь "узбекская Швейцария не просто слова"*».

В настоящее время способ образования межкультурного монолингвального аналога ЯИ посредством заимствования способствует сохранению в русском языке культурных ценностей не только в России, но и за рубежом.

#### THE WAYS OF CREATING A LANGUAGE GAME IN THE HEADLINES OF MASS MEDIA IN THE INTER-CULTURAL ASPECT

*I.V. Bugaeva, K.M. Sidorchenko*

The article examines the language game in the headlines of the Russian mass media and their analogues in the Russian-language foreign mass media. In this research, we compare the headlines published on Russian news websites and on Russian foreign-language websites, which accumulate socially or culturally and historically determined ideas that reflect the thinking stereotype. The data presented in this article are based on the results of the research of the methods of forming headlines including a language game. This research also represents the method of using psychology triggers to achieve the attractive function of headlines. Most often, the content plan for such a headline consists of a logical predicate that includes a precedent phenomenon. The semantic valence of the predicate is complemented by the actant. An analysis of examples shows that such headlines include intercultural monolingual analogues of the language game. The article discusses the source of their occurrence, methods of creating and characteristics, according to which the language game is considered an intercultural monolingual analogue.

*Keywords:* language game, precedent phenomenon, predicate, actant, linguistic-specific expression, monolingual analogue.

#### References

1. Vitenshtejn L. Filosofskie issledovaniya // Filosofskie raboty. M.: Gnozis, 1994. 612 s.
2. Vereshchagin E., Kostomarov V. Lingvostranovedcheskaya teoriya slova. M.: Russkij yazyk, 1980. 320 s.
3. Sannikov V.Z. Russkij yazyk v zerkale yazykovoj igry. M.: Yazyki slavyanskoj kul'tury, 2002. 552 s.
4. Sannikov V.Z. Kalambur kak semanticheskij fenomen // Voprosy yazykoznanija. 1995. № 3. S. 56–69.
5. Gridina T.A. Yazykovaya igra v hudozhestvennom tekste: Monografiya. Ekaterinburg: UrGPU, 2012. 165 s.
6. Ogilvi D. O reklame. M.: Eksmo, 2007. 157 s.

#### Список литературы

1. Витгенштейн Л. Философские исследования // Философские работы. М.: Гнозис, 1994. 612 с.
2. Верещагин Е., Костомаров В. Лингвоstranovedcheskaya teoriya slova. М.: Русский язык, 1980. 320 с.
3. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 552 с.
4. Санников В.З. Каламбур как семантический феномен // Вопросы языкознания. 1995. № 3. С. 56–69.
5. Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте: Монография. Екатеринбург: УрГПУ, 2012. 165 с.
6. Огилви Д. О рекламе. М.: Эксмо, 2007. 157 с.
7. Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки славянской культуры, 2005. 527 с.
8. Бендлер Р., Гриндер Дж. Вводный курс НЛП-тренинга. М.: Флинта, 2000. 207 с.
9. Бугаева И.В., Сидорченко К.М. Параметры привлекательного для целевой аудитории заголовка СМИ // Известия Юго-Западного государственного университета. 2019. Т. 9. № 2 (31). С. 41–48.
10. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.
11. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса. М.: Прогресс, 1988. 656 с.

7. Zaliznyak A.A., Levontina I.B., Shmelev A.D. Klyuchevye idei russkoj yazykovoj kartiny mira: Sb. st. M.: Yazyki slavyanskoj kul'tury, 2005. 527 s.
8. Bendler R., Grinder Dzh. Vvodnyj kurs NLP-treninga. M.: Flinta, 2000. 207 s.
9. Bugaeva I.V., Sidorchenko K.M. Parametry privlekatel'nogo dlya celevoj auditorii zagolovka SMI // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. 2019. T. 9. № 2 (31). S. 41–48.
10. Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar' / Pod red. V.N. Yarcevoj; In-t yazykoznanija AN SSSR. M.: Sov. encikl., 1990. 682 s.
11. Ten'er L. Osnovy strukturnogo sintaksisa. M.: Progress, 1988. 656 s.