

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Коротцова Виктория Васильевна

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

В статье рассматривается феномен языковой игры в заголовках современных газет. Просмотрены и проанализированы проявления языковой игры на следующих уровнях: фонетическом, лексическом, словообразовательном и синтаксическом. А также выявлены особенности её функциональной нагрузки и употребления на представленных уровнях. Проанализированы заголовки газеты «Правда».

Ключевые слова: языковая игра, публицистика, газеты, заголовок.

The article discusses the phenomenon of language game in the titles of modern newspapers. The manifestations of the language game were reviewed and analyzed at the following levels: phonetic, lexical, word-formation and syntactic. And also features of its functional loading and the use at the presented levels are revealed. Analyzed the titles of the newspaper "Pravda".

Keywords: language game, promotional writing, newspapers, title.

Заголовок в газетах играет весьма важную роль. Заголовок – это обязательная структурно-композиционная категория любого газетного текста. Основная его задача заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя.

заинтересовать и даже поразить его, и лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функция – сообщение читателю краткого содержания данной статьи. Вследствие такой целенаправленности в прессе выработался особый стиль газетного заголовка, характерной чертой которого является чрезвычайная экспрессивность лексических и грамматических средств [1, с. 95].

В большинстве случаев именно потребность в создании интриги в заголовке способствует появлению новых языковых приемов. Подавляющее большинство заголовков содержит в себе всевозможные игровые приемы. Языковая игра – один из самых ярких приемов достижения выразительности в речи. К ее основным характеристикам относятся «диалогизм», использование ресурсов различных языковых уровней и достижение юмористического эффекта [3, с. 8–9]. На различных языковых уровнях языковая игра осуществляется посредством различных средств [2, с. 32–56; 4, с. 51–317]: на фонетическом уровне – аллитерация, ассонанс и др., на словообразовательном – контаминации, аббревиация и др., на лексическом – сравнения, метафоры и др., на синтаксическом – повторы, тавтологии и др.

В ходе исследования рассматривалась языковая игра в 417 заголовках и всего был выявлен 91 случай использования. Из этого следует, что для привлечения внимания русскоязычного читателя журналисты используют в заголовках преимущественно лексические языковые средства (74,7%), реже – синтаксические (17,6%). Средства словообразовательного (2,2%) и фонетического (5,5%) уровней используются редко.

Языковая игра на фонетическом уровне – довольно редкое явление в русскоязычной публицистике (5,5% от всех случаев использования языковой игры).

Реже всего в заголовках русскоязычной публицистики встречаются случаи использования языковой игры на словообразовательном уровне. При этом был использован прием контаминации: *Золотые «шмакции»*; *Телеизвращение*.

Как и журналисты англоязычной публицистики, русскоязычные журналисты отдают предпочтение использованию средств лексического уровня языка (68 случаев – 74,7%). В большинстве случаев в заголовках русскоязычной публицистики употребляются метафоры (41,2% случаев использования лексической языковой игры). Например: *«Пора развернуться лицом к селу»*; *Челночный бег вокруг инфляции*; *Хождение по мукам*.

Еще одним немаловажным и часто встречающимся лексическим приемом является эпитет (26,5%), используемый в заголовках для более эмоционального описания тех или иных объектов и событий: *Позолоченные удавки*; *Кровавая дорога к власти*; *И наступило асфальтовое счастье*.

В заголовках также были замечены такие лексические средства, как перифраз – 10,3%: *(Неужели «второй хлеб» станет деликатесом?)*, олицетворе-

ние – 8,8% (*Шагает октябрь по континентам*) и гипербола – 7,3% (*Умираем чаще всех*).

К таким приемам лексической языковой игры, как оксюморон и каламбур журналисты прибегают крайне редко.

Значительно реже в заголовках русскоязычной публицистики используются приемы синтаксической языковой игры (16 случаев – 17,6%).

К наиболее часто встречающимся синтаксическим средствам можно отнести **повтор** (50%): *Бедная, бедная ...*; *Тарифы жмут, налоги душат*; *Цветы – героям, палачу – позор*.

Такое синтаксическое средство, как риторический вопрос (37,5%), используется довольно часто: *Вместо молока – пивная закваска? «Потеряно все, кроме чести?»*

Также в ходе исследования были отмечены единичные случаи использования парцелляции и тавтологии.

Таким образом, несмотря на то, что каждый уровень обладает своими языковыми особенностями, все проанализированные нами заголовки направлены на один общий эффект – привлечение внимания с помощью игры слов, которая позволяет добиться максимального воздействия на потребителя.

Следует отметить, что языковая игра в заголовках может проявляться на нескольких языковых уровнях одновременно. Поэтому чёткое разграничение реализации языковой игры по уровням языка достаточно относительно. Например, в одном заголовке могут быть использованы следующие средства: лексический повтор, метафора и аллитерация. Все эти средства относятся к разным уровням, однако это довольно частое явление – смешивание уровней в одном заголовке, что способствует более сильному эффекту.

В ходе исследования подавляющее большинство заголовков в русскоязычной публицистике мы отнесли к лексическому уровню. Самыми распространёнными выразительными средствами для осуществления игры слов послужили метафора, эпитет, олицетворение и перифраз. Синтаксический уровень представлен значительным количеством повторов и риторических вопросов. Что же касается проявления языковой игры на фонетическом уровне, то фонетическая игра воздействует на эмоции потребителей, для более сильного эффекта – с помощью звука или созвучия. Чаще всего используются такие приемы, как аллитерация и рифма. Словообразовательный уровень – это один из самых сложных и редких уровней.

Литература

1. Зекиева, П.М. Заголовочный комплекс в газете как макроструктура имени статьи / П.М. Зекиева // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Сер. Филология и искусствоведение. – 2011. – № 2. – С. 94–99.

2. Ковыляева, Н.Е. Языковая игра как средство формирования семантики и прагматики дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Н.Е. Ковыляева. – Нальчик, 2015. – 186 л.
3. Норман, Б.Ю. Игра на гранях языка / Б.Ю. Норман. М. : Флинта : Наука, 2006. – 344 с.
4. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.