

РЕАЛІЗАЦІЯ ОЦІННОЇ ФУНКЦІЇ МОВНОЇ ГРИ В ЗАГОЛОВКАХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Дедушкіна Тетяна Олександрівна

ст. викл.

Національна академія Служби безпеки України

У статті розглянуто особливості використання мовної гри в заголовках інтернет-видань із метою реалізації оцінної, атракційної та маніпулятивної функцій заголовних конструкцій. Визначено природу й роль сучасних інтернет-заголовків.

Ключові слова: мовна гра; інтернет-комунікація; заголовок; прецедентний текст.

Мовна гра – важливий лінгвокультурний феномен ХХІ століття, який став предметом лінгвістичних розвідок лише наприкінці ХХ століття, що, вочевидь, було пов'язано з тим, що мовна гра вийшла за межі художньої літератури та розмовного мовлення, набула поширення в рекламі, ЗМІ, мові політиків і юристів, що й зумовлює **актуальність** наукових пошуків.

Метою статті є висвітлення того, як реалізуються оцінна та пов'язана з нею атракційна функції мовної гри на прикладах заголовків інтернет-видань українських, російських і американських ЗМІ. Відповідно до мети визначено **завдання**: розглянути функції мовної гри, які сприяють її широкому використанню в різних видах дискурсу, зокрема інтернет-дискурсі; визначити природу й роль сучасних інтернет-заголовків; дослідити шляхи підвищення інформативної насиченості та привабливості заголовків за допомогою використання в них мовної гри.

Об'єкт дослідження – мовна гра як лінгвокультурне явище. **Предмет** – реалізація оцінної функції мовної гри в заголовках інтернет-видань.

Поняття мовної гри увів австрійський філософ Л. Витгенштейн, який називав мовною грою будь-який вид діяльності, пов'язаний із мовою. У його тлумаченні мовна гра – "...ціле, що складається з мови та тих видів діяльності, з якими вона пов'язана" [Витгенштейн 1985, 79].

Дослідники вивчали особливості мовної гри (далі – МГ) в різних видах дискурсу: розмовному (О. А. Земська, М. В. Китайгородська, Н. Н. Розанова), художньому (О. Аксенова, Т. О. Грідіна, Б. Ю. Норман, В. З. Санніков, А. В. Усолкіна, Т. В. Устинова), мас-медійному (С. В. Іл'ясова, Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко), рекламному (Л. П. Амірі). З'являються статті, присвячені питанням використання МГ у політичному дискурсі (Т. Бочарова) та інтернет-дискурсі (Л. Ф. Компанцева, Б. Я. Шарифуллін).

Більшість дослідників мовної гри погоджується з тим, що вона є різновидом лінгвокреативної діяльності, пов'язаної з навмисним порушенням мовних та мовленнєвих норм і спрямованої на досягнення певного ефекту (стилістичного, естетичного, комічного та ін.). Мовна гра поліфункціональна. Найважливіша функція мовної гри – комічна. М. В. Китайгородська, О. А. Земська, Н. Н. Розанова вважають, що окрім цієї функції в розмовному мовленні МГ "може

використовуватись і як реалізація емотивної (експресивної) функції мови <...>, як засіб “пом’якшення” мовлення <...>, слугувати для більш точної передачі думки, для образної та виразної передачі повідомлення. І нарешті, мовна гра може мати образотворчий характер – слугувати для імітації людини, чиї слова передає той, хто говорить, або для наочного зображення ситуації мовлення” [Земская 2004, 174-175].

В. З. Санніков визначає такі функції мовної гри: 1) мовотвірна: “Мовна гра – один зі шляхів збагачення мови” [Санников 2002, 26]; 2) прагнення розважити себе та співрозмовника, а також прагнення до самоствердження; 3) маскувальна: “Жарт дозволяє “замаскувати” повідомлення та завдяки цьому виразити ті значення, які (через різні причини) перебувають під заборорою” [Санников 2002, 27].

Крім того, мовна гра виконує ще й оцінну та пов’язану з нею атракційну функції, на які вказують дослідники Л. П. Амірі, С. В. Іль’ясова, В. І. Шаховський. Останні дві функції МГ роблять її особливо привабливою для використання в рекламному, мас-медійному, політичному та інтернет-дискурсах. Сучасний простір інтернет-комунікації відкриває широкі можливості для використання різних видів мовної гри. Як зауважує Б. Я. Шарифуллін, “сама специфіка інтернет-комунікації цьому не тільки сприяє, а й провокує її учасників виявляти свої креативні можливості – хто як зможе” [Шарифуллин 2012, 207]. Як зазначає дослідник, мовна гра в Інтернеті використовується на різних рівнях: в назвах сайтів, самоіменуванні користувачів, у “постах” та інших інтернет-текстах.

Особливий інтерес становить використання мовної гри в заголовках інтернет-видань. У сучасній публіцистиці заголовок виконує особливу функцію, як зазначає Л. М. Синельникова, заголовок переходить від позиції “над текстом” до позиції “замість тексту”, що дає змогу “відмовитись від традиційного уявлення про заголовок як “формулювання” теми та перейти до його аналізу як “формулювання” бачення, інтерпретації теми, рефлексії з її приводу та ін.” [Синельникова 2002, 81]. Однак найважливішою функцією заголовка є привертання уваги відвідувачів інтернет-сайтів, що стає особливо актуальним, оскільки користувачі частіше переглядають тільки заголовки, у кращому випадку – підзаголовки. Привертають увагу “заголовки, що самі за себе говорять” і “заголовки-гачки”, які впливають на емоції читача.

Використання мовної гри з її креативністю, емоційністю та здатністю оцінювати в багато разів збільшує привабливість заголовка, і, як наслідок, підвищує зацікавленість у матеріалі, що подається під ним. Крім того, використання мовної гри в заголовках робить їх не тільки привабливими для відвідувача інтернет-сайту, а й формує його ставлення до поданої інформації.

Інтернет-заголовки українських, російських та американських інтернет-видань є свідченням актуальності цього мовленнєвого засобу привертання уваги читачів та позиціонування певної ідеї.

Народжена злочино (Газета “День” 18.11.2015 <http://www.day.kiev.ua/uk/blog/kultura/narodzhena-zlochynom>). У цьому заголовку спостерігаємо обігравання

прецедентного тексту – назви відомого радянського серіалу “Народжена революцією” про становлення радянської міліції. Отже, прочитавши цей заголовок, відвідувач інтернет-сайту газети, скоріш за все, відразу зрозуміє, що йтиметься про міліцію; крім того, стає зрозумілим і ставлення автора статті до цього органу влади (вкрай негативне). У статті справді йдеться про важливу для України подію – припинення офіційного існування міліції, яку змінила поліція. До того ж, говорячи про історію існування міліції в СРСР та в незалежній Україні, автор статті наголошує на тому, що часто цей правоохоронний орган, покликаний боротися із злочинністю, навпаки цю злочинність заохочував. Отже, заголовок, у якому обігрується прецедентний феномен, стає не тільки привабливим, а й виконує оцінну функцію, налаштовуючи читача на певний модус сприймання інформації, яка подається.

Хроніки “банкопаду”. Хто наступний? (Економічна правда, 21 жовтня 2015 http://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/khroniky_bankopadu_khto_nastupnyy/). У цьому заголовку маємо приклад словотвірної гри: за аналогією до слів “листопад”, “зорепад” утворений okazіоналізм “банкопад”. Заголовок формує асоціації безперервності банківської кризи, актуалізує проблему “падіння” багатьох банків України, що негативно впливає на економіку країни та підриває довіру населення до банківської системи.

“А візи й нині там”: *Україна втрачає згоду ЄС на швидке скасування Шенгену* (<http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/10/13/7039446/>). У заголовку маємо поєднання гри з прецедентним текстом – фразою з відомої байки І. Крилова “Лебідь, Рак і Щука” (“А віз і нині там”) – та фонетичної гри, побудованої на схожому звучанні слів “віз” та “віза”. Мораль байки – якщо в учасників спільної справи не буде чіткої програми дій, спрямованих в одному напрямку, то справа так і залишиться невирішеною. Заміна слова “віз” на “візи” конкретизує це значення: так і залишається невирішеним питання про безвізовий режим між Україною та Європою, оскільки керівні органи держави зволікають з ухваленням необхідних рішень.

Пенсии раздора (Московский комсомолец, 14.11.2015 <http://zagolovki.ru/article/14Nov2015/pensia>). У заголовку обіграється фразеологізм “яблуко розбрату” (рос.: “яблоко раздора”), що означає “щось таке, що викликає суперечки, непорозуміння”. Слово “пенсії” замість “яблуко” одразу привертає увагу читачів. До того ж негативні конотації фразеологізму переносяться на заголовок, а відповідно й подану інформацію.

Сладость не радость (Российская газета, 13.11.2015 <http://zagolovki.ru/article/13Nov2015/sladosti>). Тут обіграно фразеологічну одиницю – “старість не радість”, де компоненти римуються і, таким чином, ніби протиставляються один одному. Але якщо обидва компоненти цього фразеологізму належать до одного семантичного поля: старість дійсно не пов’язана з радістю, то в okazіональній фразеологічній одиниці протиставляються компоненти одного семантичного поля: солодощі (рос. “сладость”) якраз пов’язані з тим, що приносить радість, приємність.

Вочевидь, значення заголовку таке: “не всі можуть дозволити порадувати себе солодощами”; йдеться про значне підвищення цін на солодку продукцію.

The Worm in Apple Pay (The Wall Street Journal, November, 3, 2014. <http://online.wsj.com/articles/lyle-beckwith-the-worm-in-apple-pay-1415059532>). Цей заголовок поєднує гру з прецедентним текстом – назвою оповідання відомого американського письменника Джона Чівера “The Worm in the Apple” (буквальний переклад – “черв у яблуці”), та гру з назвою відомої американської корпорації “Apple”, а точніше системи мобільних платежів від цієї корпорації – Apple Pay. Отже, негативні конотації в заголовку переносяться на сприймання усієї статті, в якій йтиметься про певні недоліки в системі мобільних платежів корпорації “Apple”.

Bank Investors: Beware Senators Bearing Gifts (The Wall Street Journal, November, 5, 2014 (<http://online.wsj.com/articles/bank-investors-beware-senators-bearing-gifts-heard-on-the-street-1415209671>)). У цьому заголовку легко впізнати аліюзу на відомий фразеологізм “Beware of Greeks bearing gifts” (Бійтесь данайців, що дари приносять), який означає “не довіряйте лестошам, нещирим подарункам”. Заголовок розкриває основну думку автора статті про те, що запропоновані республіканцями зміни в системі фінансового регулювання тільки на перший погляд здаються привабливими, а насправді можуть призвести до багатьох негативних наслідків для банків.

Отже, мовна гра доволі часто використовується в заголовках інтернет-видань, оскільки дає змогу реалізувати важливу функцію заголовка в сучасних ЗМІ – привернути увагу читача, заінтригувати та зацікавити його в ознайомленні з матеріалом статті або репортажу. З усіх видів мовної гри найчастіше в заголовках інтернет-видань використовується гра з прецедентними текстами, що, вочевидь, пов’язано з тим, що саме цей вид мовної гри найбільш адекватно сприймається адресатом – відвідувачами сайтів та читачами інтернет-видань. Вони з готовністю втягуються в запропоновану автором “гру” пошуку завуальованого в заголовку смислу.

Дедушкіна Т.О., ст. преп.

Национальная академия Службы безопасности Украины

Реализация оценочной функции языковой игры в заголовках интернет-изданий

В статье рассматриваются особенности использования языковой игры в заголовках интернет-изданий с целью реализации оценочной, аттракционной и манипулятивной функций заглавных конструкций. Определены природа и роль современных интернет-заголовков.

Ключевые слова: языковая игра; интернет-коммуникация; заголовок; прецедентный текст.

Dedushkina T.O., Senior lecturer

National Academy of the Security Service of Ukraine

Implementing of the Evaluating Function of Language Play in the Internet Headlines

The article deals with the peculiarities of using language play in the internet headlines aimed at implementing their functions of evaluation, attraction and manipulation.

Key words: language play; internet-communication; headline; intertext.

Література:

1. *Витгенштейн Л. С.* Философские исследования / Л. С. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16. Лингвистическая грамматика. – С. 79 – 97.
2. *Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : Изд-во Уральского гос. педагогич. ун-та, 1996. – 225 с.
3. *Земская Е. А.* Язык как деятельность : Морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 688 с.
4. *Ильясова С. В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
5. *Компанцева Л. Ф.* Языковая игра как механизм формирования компьютерного сленга / Л. Ф. Компанцева // Социолінгвістика : ХХІ век / отв. ред. Л. Н. Синельникова, Л. Ф. Компанцева, Г. А. Перовская. – Луганск : Знання, 2002. – С. 202-211.
6. *Культура русской речи* : Энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М., 2003. – 840 с.
7. *Лисоченко Л. В., Лисоченко О. В.* Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации) [Электронный ресурс] / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко // Эстетика и поэтика языкового творчества : Межвуз. сб. науч. тр. – Таганрог : Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2000. – С.128-140. – Режим доступа : <http://teneta.rinet.ru/rus>
8. *Русская разговорная речь* / Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М. : Наука, 1983. – 277 с.
9. *Санников В. З.* Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
10. *Синельникова Л. Н.* Языковые изменения конца XX века / Л. Н. Синельникова // Социолінгвістика : ХХІ век / отв.ред. Л. Н. Синельникова и др. – Луганск : Знання, 2002. – С. 62-97.
11. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 696 с.
12. *Шарифуллин Б.Я.* Языковая игра в интернет-коммуникации / Б.Я. Шарифуллин // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : Флинта : Наука, 2012. – С. 203-219.

Стаття надійшла до редакції 03.12.2015.