

СТАТЬИ О РУССКОМ ЯЗЫКЕ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ИГРОВЫЕ ТАКТИКИ СОЗДАНИЯ ЗАГОЛОВКОВ

ARTICLES ABOUT THE RUSSIAN LANGUAGE IN MODERN RUSSIAN MEDIA: GAME TACTICS FOR CREATING HEADLINES

В статье рассматривается явление лингвокреатива в заголовках российских средств массовой информации (СМИ), посвященных русскому языку; также анализируются типичные модели проявления лингвокреативной деятельности, дается классификация способов создания языковой игры в заголовках статей, а также описываются и анализируются основные модели, связанные с использованием прецедентных текстов, лексико-стилистическими и словообразовательными возможностями русского языка.

Ключевые слова: русский язык, лингвокреативная деятельность, языковая игра, лингвокреатив СМИ, модели создания языковой игры.

The article examines the phenomenon of linguistic creativity in the headlines of the Russian media devoted to the Russian language; it also analyses the typical patterns of manifestation of linguo-creative activity, gives a classification of ways to create a language game in the articles' titles, and describes and analyses the main models associated with the use of precedent texts, lexico-stylistic and word-formation capabilities of the Russian language.

Keywords: Russian language, linguo-creative activity, language game, linguo-creative of media, models for creating a language game.

На данном этапе развития общества, когда главной ценностью стала информация, человек старается более избирательно подходить к ее отбору. В связи с этим СМИ стараются привлечь внимание читателей яркими, нестандартными заголовками, демонстрируя в них свои творческие возможности. Такой креатив имеет не только социальную, но и лингвистическую функцию. Данное явление формирует устойчивый интерес ученых к лингвокреативной деятельности, активно развивающейся в СМИ, а также к изучению современной языковой личности, демонстрирующей речетворческие способности, кроме того, лингвисты изучают и анализируют способы использования языка во всем его многообразии для привлечения потребителя информации.

Остановимся подробнее на определении лингвокреатива. В своих работах В. Б. Базилевич отмечает, что это явление «...представляет собой систему знаний о языке, благодаря которой носитель языка создает новые слова, трансформирует уже существующие языковые средства с целью расширения их семантики, привлечения внимания, достижения определенного эффекта» [1, с. 21]. Такое изменение языка можно назвать языковой игрой (далее — ЯИ), так как различные языковые нормы нарушаются специально и с определенной целью.

Создавая текст с элементами ЯИ, носитель языка использует определенные модели, как-то: фонетические (омофоны, фонетическая мимикрия, ономотопея, анаграмма и др.), морфологические и морфемные (авторские окказионализмы, омоформы, графические новообразования и др.), лексико-стилистические (полисемия, каламбур, метафора и др.), межуровневые (обыгрывание прецедентных текстов, контаминация и др.) [2].

Цель данной статьи — рассмотрение и анализ использования лингвокреатива при написании заголовка к статье о русском языке.

Опираясь на указанные способы создания ЯИ, мы сгруппировали найденные нами названия статей за 2012–2019 гг. о русском языке следующим образом:

1) ЯИ на основе прецедентных текстов: *Лучше с хором: в Минске отметили День многонациональной России* (Известия, 10.06.2019), *Вихри враждебные* (RT, 01.11.2019);

2) ЯИ на основе лексико-стилистических преобразований: *Креативная подачка* (RT, 14.02.2020), *Проникли с языком* (Известия, 28.08.2019);

3) ЯИ на основе морфемно-морфологических преобразований: *Вы говорите на русском или уже на рунглийском?* (Комсомольская правда, 16.04.2016), *Аз-буки-веденье: Эрмитаж показал буквари от XVII века до наших дней* (Известия, 09.09.2019).

Рассмотрим подробнее, как работают указанные модели в заголовках статей о русском языке.

1. Первая группа основана на феномене прецедентности и является самой вариативной. В данном случае заголовок строится на использовании прецедентных текстов, отсылая адресата к коллективной памяти народа, заставляя распознать закодированную информацию. Один из способов — **использование цитат из литературных произведений, песен, плакатов.**

МИД РФ составил список стран бывшего СССР, где больше всего притесняют «великий и могучий» (Комсомольская правда, 19.11.2019). В данном случае, используя отрывок из стихотворения И. С. Тургенева, автор статьи подчеркивает статус языка в восприятии его людьми. Данная положительная коннотация в сочетании с формой *притесняют* создает эффект оксюморона, невозможности происходящего, что заставляет читателя задуматься о судьбе русского языка еще до прочтения статьи.

Русский язык терпел и нам велел (Комсомольская правда, 08.10.2009). Данный заголовок отсылает нас к библейским

текстам. Русский язык сравнивается с Иисусом, который носил терновый венец — символ «нового мира», «венец новой земли». Зная данный контекст, информация, изложенная в этой статье, может восприниматься читающим иначе, чем без названного заголовка. Ее содержание описывает изменения, принятые «Реформой русского языка 2009 года», и то, как они отражаются в бытовых реалиях. Но, опираясь на религиозные контексты, можно сделать вывод о том, что все перемены ведут к лучшему, так как язык — это сложная система, которая непостоянна, самостоятельно стремится к высшей образцовой форме.

Использование этого заголовка можно трактовать иначе, если взять во внимание поговорку *Бог терпел и нам велел*, которая говорится в утешение кому-либо, кто испытывает трудности и вынужден с ними мириться. В данном случае можно расценить заголовок как совет читателям.

И вырвать русский ваш язык? (Новая газета, 05.03.2018). Данная статья рассказывает о тяжелом переходе Казахстана с трехязычной системы (казахский, русский, английский) на политику двуязычия. Заголовок данной статьи отсылает читателя к стихотворению «Пророк» А. С. Пушкина. Русский язык сравнивается с грешным языком, языком нечистым. Также он теряет значение собственного и личного (*мой* меняется на *ваш*), язык становится неактуальным для современной действительности. Автор с помощью данного заголовка указывает на то, что президент Казахстана отстраняется, отказывается от русского языка, считает его чужим и лишним, недостойным для использования в официально-деловых и бытовых ситуациях общения. Кроме того, важно заметить, что язык вырывают, как растение, с корнями, безвозвратно.

Но и Молдаванка, и Пересыпь всё теперь по-русски говорят (Комсомольская правда, 14.08.2012). Статья рассказывает о законе «О национальных языках...», принятом в 2012 г. президентом Украины. Благодаря этому нововведению Одесса признала своим родным языком русский. Название статьи может подсказать читателю, как к этому относятся жители данного города. В оригинальном тексте звучат следующие строки: *Но и Молдаванка, и Пересыпь / Обожают Костюморяка*. В связи с этим можно сделать вывод, что указанные районы Одессы рады тому, что могут говорить на приятном для них (обожаемом) русском языке. Общеизвестный мотив и сюжет песни также помогает почувствовать положительное отношение граждан к данным изменениям.

Не болтай: в Латвии запрещают русский язык в детских садах (Известия, 15.08.2019). Данный заголовок отсылает читателей к необычному виду прецедентного текста — советскому военному плакату, где изображена женщина, предупреждающая о вероятной опасности от сказанных слов. Это название подчеркивает абсурдность проблемы, описываемой в статье, — запрета общения на русском языке в детских садах. Эксперты считают, что использование русского языка мешает умственному развитию детей. Прочитав статью, можно сделать вывод о том, что проблема более серьезная. Языковая политика данной страны направлена на латышизацию проживающих нацменьшинств. Автор статьи, отсылая нас к советскому плакату, подчеркивает желание власти устранить русский язык из Латвии

(*Недалеко от болтовни и сплетни до измены* — отмечается в плакате), а его использование воспринимается как политическое преступление против родной страны.

При анализе данной модели создания заголовков можно отметить следующее:

- если в тексте статьи говорят об отношении местного населения к русскому языку, то чаще используются положительные коннотации (русский язык великий и могучий, обожаемый, на нем лучше говорить «хором»);

- если в содержании указывается отношение властей других стран к русскому языку, то оценка чаще отрицательная (язык грешный, чужой, на нем нельзя говорить).

Второй вариант — **использование фразеологизмов, поговорок и поговорок** с заменой одного из слов. Самый популярный вариант создания заголовков — модернизация поговорки *Язык до Киева доведет*. В статьях, где упоминается этот прецедентный текст, язык выступает как движущая сила, меняющая какой-либо устоявшийся элемент общественной жизни не только России, но и других стран.

Язык до бюджета довел: Россия удваивает траты на «мягкую силу» (Известия, 31.05.2019). Читая статью, можно понять, что русский язык — значимое достояние страны, которому необходима поддержка и продвижение. После выступления Ольги Васильевой становится понятно, что укрепление позиции языка в мире требует не только научных, культурных, но и значительных материальных вложений. Это автор и отражает в заглавии.

Анализируя заголовки *Русский язык до Киева дошел* (Комсомольская правда, 09.09.2010) и *Русский язык и до Шри-Ланки дойдет* (Комсомольская правда, 01.11.2012), можно сделать вывод о том, что использование данной видоизмененной поговорки в заглавии подводит читателя к идее распространенности, принятия, а также твердой позиции языка в других странах и регионах.

Исследуя названия статей, в основе которых находятся фразеологизмы, можно заметить, что обычно авторы отмечают с их помощью масштабность языка, его силу. Также отмечается, что русский язык интересен для жителей других стран, именно поэтому он когда-то *дошел до Киева* и *дойдет до Шри-Ланки*.

Таким образом, авторы статей, использующие в заголовках прецедентные тексты, часто выражают оценку явлений, описываемых в статье, а также заставляют читателя не просто читать и получать информацию, а аналитически воспринимать ее, уметь считывать косвенные оценки и отношение к написанному.

2. Вторая группа заголовков — лексико-стилистическая — содержит в себе примеры, которые демонстрируют возможности языка, связанные с палитрой оттенков значений, функций и стилей речи. Яркой особенностью в данном объединении становится использование многозначных слов.

Проследили за языком: Путин призвал продвигать русский за рубежом (Известия, 06.11.2011). Заголовок может пониматься неоднозначно из-за полисемантической лексики *проследить*. Этот глагол имеет несколько значений, первое из которых указывает на возможность следить за кем или чем-либо, второе — провести тщательное наблюдение, третье — последовательно изучить, рассмотреть со

всех сторон, четвертое (с пометой разговорное) отмечает возможность выследить кого-либо. Читателю, который имеет представление об этих значениях, хочется подробнее узнать, о чем именно эта статья: о желании изучить существование русского языка в зарубежных странах или о возможностях влияния на иноязычных людей посредством русского языка, точнее — знакомстве иностранцев с культурой и традициями России через язык.

Предлоги «за» (Новая газета, 27.05.2019). Заголовок, который содержит в себе загадку. С одной стороны, читающий может подумать, что в данной статье рассказывается о чем-либо (повод к чему-либо, обоснование какого-либо действия), что нужно поддержать (используется *за*, выражающее состояние одобрения, поддержки). С другой стороны, данный заголовок может говорить о том, что перед нами статья, посвященная предлогу *за* — служебной части речи с большой палитрой значений. Использование данной фразы в заголовке заставляет остановиться читателя на данной статье. Читая аннотацию (*ЕГЭ по русскому языку — 10 лет...*), человек понимает, о чем пойдет речь далее, о каких *за* говорится в тексте.

Зачем республики бывшего СССР отрезают себе русский язык (Комсомольская правда, 24.04.2018). Заголовок данной статьи демонстрирует проблему, возникшую в странах СНГ, в которых всё чаще русский язык теряет статус государственного. Слово сочетание *отрезать язык* часто понимается как онемение, потеря возможности говорить. Автор статьи расширяет это значение, *отрезают себе русский язык* — «немеют, теряют язык, на котором говорит большая часть населения». Также важно отметить, что республики, а не люди лишают себя возможности говорить. Используя в заглавии олицетворение, оживляя страны, автор подчеркивает политизированность, а не естественность происходящего процесса.

Русский язык как вирус (Комсомольская правда, 03.07.2017). Автор данного заголовка, сравнивая русский язык с вирусом, передает ему его функции: смертельную опасность, быстрое распространение, способность менять генную структуру. Так создатель текста цепляет читателя, который замечает невозможность происходящего: как родной язык может убивать население, вредить ему и менять ДНК. Но уже из аннотации к статье становится очевидно, что речь идет о вредности русского языка для населения другой страны. Автор прибегает к такому сравнению, чтобы продемонстрировать языковую политику одного из государств, отмечающего, что использование русского языка — это заражение смертельно опасной болезнью, приводящей к необратимым последствиям.

Обобщая примеры, приведенные во второй группе, связанной с использованием в заголовках возможностей лексики и стилистики русского языка, можно сделать выводы о том, что основной способ, вовлекающий читателя, — использование полисемантичности. Автор не просто дает название, он предлагает читателю загадку, которую интересно отгадывать, опираясь на лингвистическое чутье, знание языка. Также с помощью многозначности лексем или использования выразительных средств речи автор

часто демонстрирует свою негативную оценку происходящим событиям. Обычно такое средство создания заголовков отмечается в статьях, посвященных языковой политике бывших стран СНГ.

3. Третья группа, выделенная нами, связана с использованием средств морфологии и морфематики. Самые популярные модели в заголовках этой группы — графическое выделение, а также создание новых слов по известным и понятным языковым моделям.

ВлазиЕт ли в мозг выпускников русский язык? (Комсомольская правда, 21.02.2018). Журналист использует в данном заголовке популярную ошибку, подчеркивая ее графически, визуализирует проблему. Использование данного приема позволяет увидеть невозможность уместить все знания о родном языке у старшеклассников. Русский язык буквально выпадает из голов будущих абитуриентов, так как им приходится запомнить большое количество норм и правил в маленький период времени.

С днЁм рождения! (Комсомольская правда, 29.11.2012). Выделение в тексте заголовка буквы Ё помогает нам понять, у чего день рождения. Авторы часто используют в своих названиях такой способ уточнения, так он помогает обозначить, о чем будет текст, выделяют и акцентируют внимание на проблеме, описываемой в статье.

Вы говорите на русском или уже на рунглийском? (Комсомольская правда, 16.04.2016). В данном заголовке автор сразу говорит нам о том, о чем будет рассуждать в тексте: в большом количестве адаптированных под кириллицу слов английского языка, которые часто употребляются вместо русских, при этом не всегда уместно. Также журналист отмечает одну их особенностей — приобретение русских словоизменительных аффиксов. Кроме того, в заглавии поставлен вопрос, замечают ли носители языка такой переход в речи, понимают ли они, что используют англицизмы.

Анализируя данную группу, можно сделать вывод, что она самая легкая в понимании для читателя. Автор сам делает акцент на том, что он хочет сказать, выделить. Также можно отметить, что такой способ создания заголовков не содержит определенной коннотации: оценка журналиста может быть как положительной, так и отрицательной.

Лингвокреатив всё чаще встречается в российских СМИ. Заголовки статей о русском языке, содержащие типичные модели языковой игры, привлекают внимание читателей. Интересно, что эти способы наименования становятся не просто возможностью выражения креативности автора, они преобразуются в целую систему с определенными признаками.

1. Базилевич В. Б. Языковая игра как форма проявления лингвистической креативности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2015. № 8 (50) : в 3 ч. Ч. III. С. 20–22.

2. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург : Урал. ГПИ, 1996. 215 с.

© Шутяк М. А., 2020