

ФИЛОЛОГИЯ

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-130-136

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ОЦЕНОЧНОСТИ В МЕДИАДИСКУРСЕ

© *Зайнета Руслановна Хачмафова¹, Елена Николаевна Овчаренко²*

¹*Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия;* ²*Армавирский государственный педагогический университет, г. Армавир, Россия*

¹*zaineta@nextmail.ru* ²*lenaovcharena@mail.ru*

Аннотация. Языковая игра в медиадискурсе рассматривается как лингвокреативный способ актуализации положительной или отрицательной оценки, как средство эффективного воздействия на массового адресата. Анализ фонетических, словообразовательных, лексических и синтаксических особенностей реализации языковой игры в медиадискурсе позволил прийти к выводу о том, что лингвокреативный потенциал оценочной игры выступает эффективным инструментом «непрямого» воздействия на массового адресата и актуализирует в языковом сознании адресата ценностную картину мира.

Ключевые слова: медиадискурс, языковая игра, игровые трансформации, оценочность, оценка, лингвокреативный потенциал.

Для цитирования: Хачмафова З.Р., Овчаренко Е.Н. Языковая игра как лингвокреативный способ реализации оценочности в медиадискурсе // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 90. № 1. С. 130-136. doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-130-136

PHILOLOGY

Original article

Pun as a linguo-creative method of evaluation implementation in media discourse

© *Zaineta R. Khachmafova¹, Elena N. Ovcharenko²*

¹*Adyghe state university, Maikop, Russian Federation;* ²*Armavir state university, Armavir, Russian Federation*

¹*zaineta@nextmail.ru* ²*lenaovcharena@mail.ru*

Abstract. The language game in the media discourse is considered to be a linguo-creative way of actualizing of a positive or negative assessment and a means of effectively influencing a mass addressee. The analysis of phonetic, derivational, lexical and syntactic features of the implementation of the language game in the media discourse led to the conclusion that the linguo-creative potential of the evaluative game is an effective tool of «indirect» impact on the mass addressee and actualizes the evaluative picture of the world, evaluative stereotypes in the linguistic consciousness of the addressee.

Key words: media discourse, language game, language game transformations, assessment, evaluation, linguo-creative potential.

For citation: Zaineta R. Khachmafova, Elena N. Ovcharenko Pun as a linguo-creative method of evaluation implementation in media discourse. *The Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 90. No 1. P. 130-136. doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-130-136

Введение

В современном медиадискурсивном пространстве одним из интересных средств привлечения адресата к содержанию медиатекста является языковая игра как лингвокреативный феномен. Языковая игра – «многоаспектное явление, имеющее одновременно стилистическую, психолингвистическую, прагматическую и эстетическую природу, в настоящее вре-

мя выступает в качестве одного из самых востребованных языковых средств воздействия в медиадискурсе» [1, с. 36]. Языковая игра в медиадискурсе придает эмоциональность и выразительность, способствует взаимодействию автора и читателя, заставляя читателя разгадывать смыслы, тем самым выступая инструментом эмоционального воздействия. Согласимся с высказыванием С.В. Ильясовой, которая подчеркивает, что основными функциями языковой игры в медиадискурсе являются «языкотворческая и оценочная функции» [3, с. 33]. Языковая игра как результат словотворчества журналиста особенно ярко проявляется в ходе выражения оценки в медиатексте. Материалом исследования послужили медиатексты общенациональных российских общественно-политических газет и журналов с рубриками «политика», «общество», «экономика», «финансы», «бизнес» периода 2010–2022 гг. (новости, аналитические статьи, авторские колонки, интервью). Языковая игра, понимаемая как «лингвокреативный феномен дискурса, имеющий ассоциативную природу и подразумевающий нестандартное использование любых языковых единиц» [11, с. 8], является в медиадискурсе имплицитным способом вербализации оценки.

Обсуждение

Как мы знаем, оценка как многоаспектная категория состоит из следующих компонентов: субъекта, объекта, основания и предиката. В случае с изучением языковой игры в медиадискурсе уточним, что субъектом оценки выступает автор языковой игры, а его мировоззренческие взгляды и установки являются основанием оценки. Объектом оценки в медиадискурсе являются события, факты, явления из сферы политики, экономики, бизнеса, образования, культуры. Основная функция языковой игры в медиадискурсе – это воздействующая функция, т.к. языковая – «сознательное манипулирование языком, построенное если не на аномальности, то, по крайней мере, на необычности использования языковых средств» [8, с. 17]. Воздействующий потенциал языковой игры реализуется в ходе воздействия на сознание адресата. А манипулирование языковым сознанием в медиадискурсе осуществляется через эксплуатацию игровой функции языка.

Языковая игра как эффективный способ воздействия в медиадискурсе является также средством выражения не прямой оценки. Это обусловлено тем фактом, что «очевидной негативной оценке, речевой агрессии авторы предпочитают иронию, завуалированную оценку с оттенком насмешки, неодобрения, поэтому «оценка (положительная или отрицательная) задана, она заложена в сообщение, но ее присутствие в тексте незаметно, она не навязывается, а исподволь внушается адресату» [4, с. 20].

Как показал анализ практического материала, языковая игра в медиадискурсе как способ вербализации оценки построена преимущественно на основе аллюзий, намеков. Основными способами создания оценочной языковой игры является нарушение норм сочетаемости, в том числе модификация прецедентных высказываний, графическая игра, игра с семантикой слова и его словообразовательной структурой.

Оценочная игра фонетико-графического уровня создает эффект звукового повтора, например:

1) *Понимаете, что это значит? Милфа и Шульман – это не случайная скабрёзность для фразирования аудитории. Это **оксюморон Оксимирона**, мощная метафора о смешении границ. Строчка о Шульман яркая и дерзкая, потому что она кульминационная; потому что вся песня «Агент» – о нашем мире наизнанку* (<https://www.gazeta.ru/comments/column/s77774/14275909.shtml>).

В данном примере автор статьи Есения Павлоцки рассуждает о том, зачем и почему рэпер Оксимирон назвал российского политолога Екатерину Шульман милфой. Языковая игра «*оксюморон Оксимирона*» обращена к интеллектуальному читателю, с помощью которой автор выражает одобрительное отношение к тексту песни. Она далее в статье обращается к читателям: «*Друзья, а вот какая есть идея: давайте сделаем над собой усилие и попробуем прочитать текст песни не задницей Джей Ло, а тем, что Оксимирон считает наиболее привлекательным*». (<https://www.gazeta.ru/comments/column/s77774/14275909.shtml>).

2) **И Тик, И Ток, и все не так.** *О социальных сетях и пограничных боях между бумерами и зумерами* (https://www.gazeta.ru/comments/column/n_piskunova/14286367.shtml).

В заголовке статьи используется языковая игра на основе звукового повтора в словах «тик», «ток», «так» для выражения отрицательной оценки чрезмерным увлечением людей социальными сетями.

Для выражения одобрительной или неодобрительной оценки используется графическая игра – «шрифтовая, цветовая, пространственная, пунктуационная (кавычки, скобки, тире, дефис) актуализация элемента, организующего новое слово» [9, с. 204]. Как показал анализ материала, одним из распространенных разновидностей графической игры является прием капитализации. Капитализация – это «выделение прописными буквами сегмента слова или одной из основ при их композиции» [6, с. 53]. Приведем примеры:

1) **ОПЕКуны:** *продолжит ли расти спрос на нефть и почему. Насколько сильнее жажды прибыли окажется стремление к сохранению экологии* (<https://iz.ru/1194191/sofi-smirnova/opekuny-prodolzhit-li-rasti-spros-na-neft-i-pochemu>).

Языковая игра построена на словообразовательной игре со словами «ОПЕК» и «опекуны». Созвучие сегмента слова «опекуны» с сокращенным словом «ОПЕК» (англ. ОПЕС – Организация стран-экспортеров нефти) и выделение жирным шрифтом позволило автору выразить неодобрительную отношение к действиям данной организации по ценообразованию относительно нефти.

2) **ВИЧная память:** *почему 40-летним пора бояться СПИДа. Это больше не «болезнь молодых», но люди среднего возраста этого пока не понимают* (<https://iz.ru/1255251/sergei-gurianov/vichnaia-pamiat-pochemu-40-letnim-pora-boiatsia-spida>).

А в данном примере языковая игра на основе схожести слова «вічний» (вечный) и сокращения «ВИЧ» (Вирус иммунодефицита человека), при этом в слове «ВИЧная» первый сегмент графически выделяется, чтобы обратить внимание читателей на проблему профилактики и борьбы со СПИДом.

Таким образом, в приведенных примерах «ОПЕКуны» и «ВИЧная» мы видим графическое выделение части слова для усиления визуального и ассоциативного восприятия информации и повышения оценочности.

Одним из эффективных средств выражения как одобрительной, так и неодобрительной оценки выступает также графическая игра, которая образуется на основе графогибридизации, т.е. «оформления новообразований с помощью графических средств разных языков» [7, с. 231].

Приведем примеры:

1) **Куба si, янки no** (<https://lgz.ru/article/29-6794-21-07-2021/kuba-si-yanki-no/>).

В заголовке статьи используется языковая игра на основе графогибридизации, с помощью которой автор выражает одобрительную оценку политики экономической поддержки Кубы, несмотря на идеологические различия, «Куба – союзник России по соображениям прагматизма» (<https://lgz.ru/article/29-6794-21-07-2021/kuba-si-yanki-no/>).

2) **Фэйсом об тэйбл.**

Ради запрета концертов «политически неграмотных» артистов российские чиновники превращаются в рэкетиров из 90-х (<https://sobesednik.ru/kultura-i-tv/20210930-feisom-ob-teibl>).

В данном примере автор статьи высказывает неодобрение действиям чиновников, которые препятствуют проведению концертов рэпера Face.

3) **«Дранг нах остен» и герои поражений** (<https://lgz.ru/article/-39-6481-8-10-2014/drang-nakh-osten-i-geroi-porazheniy/>).

В данном случае использование выражения «Дранг нах остен» (Drang nach Osten – букв. с нем. «Натиск на Восток») позволяет выразить отрицательную оценку и негодование западной политикой относительно России.

Следует отметить, что словообразовательная игра является одним из ярких средств выражения оценки в медиадискурсе. Как известно, «деривация в языке СМИ, представляя собой реализацию игрового потенциала языка, может интерпретироваться как творческий

когнитивный акт, вскрывающий имплицитные механизмы и возможности языковой системы» [5, с. 101]. И при этом «актуализируются скрытые и периферийные смыслы, причем инновационные оттенки смыслов задаются автором-журналистом, творящей языковой личностью, намеренно» [там же].

Для выражения оценки авторы медиатестов очень часто используют контаминацию, которая понимается как «способ словообразования, при котором происходит слияние, скрепление слов или частей слов в одно неразложимое целое – формальное и семантическое, предполагающее обязательное взаимопроникновение объединяемых компонентов на основе их звукового сходства» [2, с.52]. Например:

Некоторые вебинары по прокачке навыков примерно всего – от шинонадувательства по-техасски до изготовления голландского соуса в домашних условиях и до «как написать и опубликовать научную статью за пять дней» (правильный ответ – никак) свелись к призрачному присутствию. (https://www.gazeta.ru/comments/column/n_piskunova/13136185.shtml).

В данном примере употребление окказионального слова «шинонадувательство» позволяет автору усилить свое ироничное отношение к многочисленным вебинарам, на которых пришлось присутствовать онлайн во время самоизоляции.

Для выражения оценки в медиатекстах эффективным средством являются окказионализмы, образованные на основе контаминации, т.е. совмещении конца основы одного слова с началом другого, например:

Укрусь как мечта (<https://lgz.ru/article/38-6801-22-09-2021/ukrus-kak-mechta/>).

«Укрусь» – это слово, образованное от слов «Украина» и «Русь». Автор статьи высказывает свое непонимание полшутливого предложения Алексея Арестовича, советника главы Офиса президента Украины, о переименовании Украины в «Русь-Украину». Далее автор статьи выражает сомнение по поводу того, что «подобные дискуссии обнажают растерянность и поиск нового проекта на фоне разочарования в перспективах европейской интеграции» (<https://lgz.ru/article/38-6801-22-09-2021/ukrus-kak-mechta/>). Таким образом, в данном случае транслируется негативная оценка.

Достаточно часто для реализации используется языковая игра, основанная на полисемии и омонимии. Например:

Весь вечер на Маниже (<https://www.gazeta.ru/comments/column/novoprudsky/13514630.shtml>).

Используя языковую игру на основе схожести слова «манеж» и имени певицы Манижа автор дает неодобрительную оценку конкурса «Евровидение», который, по словам автора, превратился в «главный политический цирк Европы» (<https://www.gazeta.ru/comments/column/novoprudsky/13514630.shtml>).

Для выражения имплицитной оценки в медиадискурсе активно используется языковая игра на основе трансформации устойчивых сочетаний и прецедентных феноменов, в результате которой значительно усиливается воздействующий и экспрессивный эффект.

Интересным приемом для выражения одобрения или негодования представляет собой создания игровых контекстов, включающих прецедентные феномены. В репрезентации оценки наибольший интерес представляют игровые фразеологические трансформации, т.е. фразеологическая языковая игра, например:

Повторения бессмысленной и беспощадной эвакуации из Афганистана, с цепляющимися за шасси взлетающих самолетов местными активистами стало бы могилой для администрации Байдена. А потому, обжегшись на афганском «молоке», американцы прилежно стараются научиться дуть на украинскую «воду». Выходит, как говорят знающие люди, не очень. (<https://www.kp.ru/daily/28366/4515535/>).

В приведенном примере используется фразеологическая языковая игра на основе фразеологизма «Обжегшись на молоке, дуют на воду» в значении «совершив однажды ошибку, становишься излишне осторожным».

В большинстве примеров фразеологической языковой игрой с оценочным потенциалом наблюдается изменение лексического состава фразеологизма при сохранении изначальной семантики. Приведем примеры:

1) *Ученье – бюджет* (<https://iz.ru/1254536/marina-kolosnitsyna/uchene-biudzhet>).

Автор с помощью преобразования известной пословицы «*Ученье – свет, а неученье – тьма*» во фразеологическую игру «*Ученье – бюджет*» выражает свою позицию по отношению к высшему образованию в России. О том, что «образование должно приносить доход, и в первую очередь – более высокий заработок».

2) *Американскому лидеру нужно научиться зреть в корень своего огорода, а не искать виноватого на стороне* (<https://iz.ru/1248277/irina-kezik/svesti-kontcy-s-gontcami>).

Афоризм «Зри в корень» означает «обращай внимание на самое главное и важное». Модификация данного фразеологизма позволяет автору высказать неодобрение действиям американского президента Байдена по вопросам экспорта нефти, что может повлиять на энергорынок.

Таким образом, для выражения одобрительной или неодобрительной оценки в медиатекстах используются игровые модификации пословиц, поговорок, фразеологизмов.

Самыми распространенными приемами для образования языковой игры в медиатекстах являются цитирование, аллюзии, прецедентные тексты.

Игровые цитаты являются эффективным способом формирования оценочности медиатекста. Игровое цитирование способствует реализации коммуникативно-прагматической установки автора привлечь и заинтересовать читателя.

В современных медиатекстах характерно использование языковой цитации, отсылающей к прецедентным феноменам, в дословном и трансформированном виде. Например: *Карты, деньги для ствола: создана рентгеновская система диагностики деревьев* (<https://iz.ru/1255552/denis-gritcenko/karty-dengi-dlia-stvola-sozdana-rentgenovskaia-sistema-diaagnostiki-derevev>).

В данном примере отсылка к британскому кинофильму 1998 года «Карты, деньги, два ствола» (англ. «Lock, Stock and Two Smoking Barrels»). Используется игровое цитирование названия данного фильма – *Карты, деньги для ствола*. Данный прием позволяет привлечь внимание читателей к научному открытию отечественных ученых, которые разработали портативный приборный комплекс, способный с помощью рентгеновского излучения выявлять гниль или другие повреждения внутри ствола растущих деревьев.

Языковая игра, основанная на аллюзии. Аллюзия, прежде всего, – это стилистическая фигура, понимаемая как «...скрытое обращение, оформленное словом или фразой, к историческому, литературному, мифологическому, библейскому факту или к факту каждодневной жизни, встречающаяся в устной или письменной речи ...» [1, с. 459].

Использование аллюзии в высказывании позволяет автору имплицитно выразить оценку и отношение к тексту, вызвать у адресата определенные ассоциации с каким-либо явлением, историческим событием, известным произведением или кинофильмом, заинтересовать его. В проанализированных медиатекстах обнаружилось достаточно большое количество языковой игры, основанной на аллюзии.

Самым распространенным видом оценочной языковой игры в медиатекстах выступает языковая игра, построенная на прецедентности. Приведем примеры использования оценочной языковой игры, основанной на трансформации названий книг, фильмов. Например:

1) *Человек с ружьем и гаджетом* (<https://lgz.ru/article/20-6785-19-05-2021/chelovek-s-ruzhyem-i-gadzhetom/>).

В примере идет отсылка к названию советского черно-белого, историко-революционного художественного фильма. Автор пишет о новых людях нового мира, о новых ценностях. Проводится параллель между ружьем и гаджетом.

2) *Москва словам не верит*. Но верит делам. (<https://iz.ru/1261443/aleksandr-vedrussov/moskva-slovam-ne-verit>).

В приведенном примере автор рассуждает о перспективах российско-американского диалога в условиях конфронтации. В приведенном примере используется языковая игра, по-

строенная на аллюзии к известному советскому кинофильму «Москва слезам не верит» (1979 г.), о том, что бесполезно жаловаться, а нужно действовать. Далее автор медиатекста пишет: *При этом важным маркером состояния и перспектив отношений между странами станет положительный или отрицательный отклик американцев на российское предложение «обнулить» все накопившиеся ограничения на функционирование дипмиссий* (<https://iz.ru/1261443/aleksandr-vedrussov/moskva-slovam-ne-verit>).

3) **Ирония трубы.** *Нас ждет не конец света, а конец газа* (<https://novayagazeta.ru/articles/2021/12/01/ironiia-truby>).

В данном примере языковая игра построена на отсылке к кинофильму «Ирония судьбы или с легким паром». Автор в ироничной форме демонстрирует свое неодобрительное отношение к высказыванию вице-преьера Александра Новака на большом энергетическом форуме о том, что в России запасов нефти хватит еще на 30 лет, а газа – на 50.

Оценочная языковая игра, основанная на трансформации литературных произведений, например: **Кнудом Россию не поднять. А пряником?** (<https://lgz.ru/article/-1-2-6538-21-01-2016/knutom-rossiyu-ne-podnyat/>).

В данном примере используется игровая трансформация названия произведения Ф.И. Тютчева «Умом Россию не понять...» и пословицы «Кнудом и пряником» (калька немецкой пословицы «Peitsche und Zuckerbrot»). В статье, оценивая положение современной России, автор высказывает согласие и расценивает положительно стратегию руководства страны «возродить великую Россию можно исключительно гуманными методами, не прибегая к жестким насильственным мерам» (<https://lgz.ru/article/-1-2-6538-21-01-2016/knutom-rossiyu-ne-podnyat/>).

Выводы

Языковая игра как лингвокреативный феномен является эффективным способом привлечения читателя и «непрямого» воздействия на него, при этом оценочная функция языковой игры выступает на первый план. Установлено, что языковая игра в медиадискурсе выступает аксиологическим маркером, с мощью которого автор вербализует ценностное отношение к изображаемым событиям и фактам.

Список источников

1. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. М.: Высшая школа, 1977. 459 с.
2. Изотов В.П. Параметры описания системы способов словообразования (на материале окказиональной лексики русского языка) // Дис. докт. филол. наук. Орел, 1998. 341 с.
3. Ильясова С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы Л.П. Амири. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. 296 с.
4. Клушина Н.И. Коммуникативная стилистика публицистического текста // Мир русского слова. 2008. № 4. С. 67–70.
5. Мезенцева В.Ю. Окказиональная деривация в языке СМИ: прагматика и функции // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2009. № 13. С. 98–103.
6. Нефляшева И.А. Операциональные средства производства графических окказионализмов в русском массмедийном дискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2013. № 4 (128). С. 51–56.
7. Попова Т.В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX начала XXI в. // Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы. М., 2007. С. 230–231.
8. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999. 541 с.
9. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.

10. *Фащанова С.В.* Трансформация прецедентных текстов как прием языковой игры в радиодискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 350. С. 36–39.
11. *Шацкая М.Ф.* Взаимодействие лексической и синтаксической семантики в русском художественном тексте: межуровневые контакты и механизмы аномальных трансформаций при порождении языковой игры // Дис. докт. филол. наук. Волгоград, 2010. 460 с.

References

1. *Galperin I.R.* Stylistics of the English language. M.: Higher school, 1977. 459 p.
2. *Izotov V.P.* Parameters for describing the system of word formation methods (based on the occasional vocabulary of the Russian language) // Thesis. Orel, 1998. 341 p.
3. *Ilyasova S.V.* Language game in the communicative space of mass media and advertising L.P. Amiri. M.: FLINTA: Nauka, 2013. 296 p.
4. *Klushina N.I.* Communicative style of journalistic text // The world of the Russian word. 2008. No. 4. S. 67–70.
5. *Mezentseva V.Yu.* Occasional derivation in the language of the media: pragmatics and functions // *Linguo-rhetorical paradigm: theoretical and applied aspects.* 2009. No. 13. P. 98–103.
6. *Neflyasheva I.A.* Operational means of production of graphic occasionalisms in the Russian mass media discourse // *Bulletin of Adyghe State University. Ser. 2: Philology and art history.* 2013. No. 4 (128). Pp. 51–56.
7. *Popova T.V.* Graphoderivation in Russian word-formation of the late 20th and early 21st centuries // *The Russian language: historical destinies and modernity. III Int. congress of researchers of the Russian language: Proceedings and materials.* Moscow, 2007. P. 230–231.
8. *Sannikov V.Z.* The Russian language in the mirror of a language game. M., 1999. 541 p.
9. *Smetanina S.I.* Media text in the system of culture (dynamic processes in the language and style of journalism at the end of the late 20th century) St. Petersburg: V.A. Mikhailova Publishing House, 2002. 383 p.
10. *Fashanova S.V.* Transformation of precedent texts as a method of language play in radio discourse // *Bulletin of Tomsk State University.* 2011. No. 350. P. 36–39
11. *Shatskaya M.F.* Interaction of lexical and syntactic semantics in a Russian literary text: inter-level contacts and mechanisms of abnormal transformations in the generation of a language game // Thesis. Volgograd, 2010. 460 p.

Статья поступила в редакцию 14.01.2022; одобрена после рецензирования 21.01.2022; принята к публикации 30.01.2022.

The article was submitted 14.01.2022; approved after reviewing 21.01.2022; accepted for publication 30.01.2022.