

ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА ВЫРОВЦЕВА

кандидат филологических наук, доцент кафедры медиа-лингвистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

ORCID 0000-0002-6882-2479; e.vyrovitseva@spbu.ru

ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА ЩЕГЛОВА

кандидат филологических наук, доцент кафедры медиа-лингвистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

ORCID 0000-0003-1778-2021; e.scheglova@spbu.ru

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

А н н о т а ц и я . Феномен языковой игры как способа создания журналистского образа – юмористического, ироничного, сатирического – рассматривается как наиболее актуальная проблема, как востребованная и активно развивающаяся традиция в современных российских СМИ. Эстетика постмодернизма вызвала интерес к иронии – эффективному способу как оценки событий, явлений, фактов реальной действительности, так и выражения авторской позиции. В ситуации языковой инфляции все более привлекательным становится многофункциональный текст, рассчитанный на со-творчество, основанное именно на языковой игре. Исследователи определяют «вирус иронии» как характерную черту современного медиатекста, причем парадигма иронии постоянно расширяется: от легкого юмора до уничтожающего сарказма и гротеска. Обращение к творчеству авторитетных и популярных авторов позволяет выявить особенности и закономерности развития языка СМИ. В статье впервые предпринята попытка определить и систематизировать функциональные типы языковой игры как способа создания комического эффекта. На основе анализа работ известных журналистов выделены приемы языковой игры, которые наиболее активно используются для создания юмористического, ироничного, сатирического образов: паронимазия, каламбур, парадоксальная метафора, трансформация фразеологизмов, стилистический контраст. Сделаны выводы о том, что языковая игра как умышленное нарушение нормы проявляется на разных уровнях текста: грамматическом, лексико-семантическом, синтаксическом, стилистическом; что языковая игра в заголовках выполняет различные функции в зависимости от типологических особенностей издания и интенций автора. Очевидно, что обращение публицистов к смеху как к простой и острой форме критики позволяет реализовать различные коммуникативные намерения: юмор, сатира, разоблачение, оскорбление и другие.

К л ю ч е в ы е с л о в а : языковая игра, ирония, юмор, сатира, публицистический образ, медиатекст

Б л а г о д а р н о с т и . Исследование проведено при поддержке гранта «Комическое как коммуникативный ресурс в цифровой новостной среде» (Соглашение с РНФ № 19-18-00530 от 07.05.2019).

Д л я ц и т и р о в а н и я : Выровцева Е. В., Щеглова Е. А. Языковая игра как средство комического в современном медиадискурсе // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2021. Т. 43, № 1. С. 31–40. DOI: 10.15393/uchz.art.2021.565

ВВЕДЕНИЕ

Традиционно языковую игру связывают с категорией комического. И это не случайно. Комическое – «выражение автором своего отношения к чему-либо посредством смеха» [21: 252]. А. А. Бернацкая отмечает:

«Для исполнителя ЯИ необходимы чувство юмора, врожденное чувство языка и специфические, так

сказать, “инженерно-конструкторские” умения, чтобы производить “реконструкцию” формальной стороны высказывания» [3: 39].

Для того чтобы «играть» с языком, нужно как минимум иметь чувство юмора: «Можно сказать, что юмор – это одновременно и тип речевого поведения» [21: 252]. Кроме того, для создания языковой игры необходимо переконструирование

речевого потока, что сходно по своей природе с комическими трансформациями текста и дискурса. А. А. Негрышев выделяет два системных признака языковой игры: намеренное нарушение нормативности и комический эффект [15]. В. Раскин и С. Аттардо, создавая свою теорию комического, предложили выделить в качестве макрокомпонента этой категории семантический аспект [20], [27]. В. Раскин замечает, что все существующие теории комического сводятся к принципу несоответствия, который он считает основным механизмом создания комического эффекта [27]. Языковая игра помогает обнажить это несоответствие, представив его в занимательной для адресата форме.

Языковая игра как феномен уже несколько десятилетий достаточно широко представлена в работах филологов [7], однако первыми к понятию обратились философы: в научный оборот термин языковая игра (*Sprachspiel*) был введен Л. Витгенштейном. Многие авторы представили сугубо лингвистическое осмысление термина, понимая под языковой игрой отклонения от языковой нормы:

«...они имеют место, когда говорящий “играет” с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т. д.)» [9: 175].

При этом ученые представляют языковую игру как прямую реализацию поэтической функции языка, сужая таким образом область ее применения до художественной литературы. Эта линия лингвистической интерпретации термина была продолжена в дальнейших исследованиях. Так, В. З. Санников (1999) в монографии «Русский язык в зеркале языковой игры» предлагает разграничить шутки ситуативные (предметные), основанные на юмористическом обыгрывании жизненных ситуаций, и собственно языковые, в основе которых лежит интерпретация языковых средств с целью намеренного нарушения нормы. Предметные шутки В. З. Санников предлагает не относить к фактам языковой игры. При этом не учитывается сложность разграничения в повседневной речевой практике первой и второй разновидности [17].

В настоящее время накопился достаточно большой объем работ, рассматривающих арсенал средств, которые могут осуществлять языковую игру [12], [16], [19]. Отдельную группу представляют исследования, рассматривающие языковую игру как характеристику, при-

сущую определенной жанровой форме [8], [22]. Активно развивается изучение языковой игры в медиа, однако эти исследования также в основном сосредоточены на поиске лингвистических средств выражения языковой игры [10], [14], [23]. Между тем британский исследователь Д. Кристал отмечает, что пространство языковой игры и средства ее реализации безграничны:

«Игра со словами – общечеловеческая деятельность. Люди получают удовольствие в вытаскивании слов и воссоздании их в новом облике, перестраивая в интеллектуальные узоры, находя внутри них скрытые смыслы и пытаясь использовать их по специально придуманным правилам в очень разнообразных вариациях» (Здесь и далее перевод наш. – Е. В., Е. Щ.) [24: 64].

Языковая игра является естественной формой бытования языка, вся человеческая жизнь состоит из совокупности языковых игр [21], [23], [24]. Следовательно, невозможно описать все средства осуществления языковой игры, но необходимо искать пути ее изучения в области лингвистики с учетом коммуникативной основы явления. Так, Н. Д. Арутюнова понимает под языковой игрой

«последовательность действия отклонений от нормы, которая берет свое начало в области восприятия мира, поставляющего данные для коммуникации, проходит через сферу общения, отлагается в лексической, словообразовательной и синтаксической семантике и завершается в словесном творчестве» [2: 8].

Таким образом, при рассмотрении языковой игры как комического ресурса в цифровой медиакommunikации логично вернуться к широкому, коммуникативному, пониманию языковой игры Л. Витгенштейна: «Языковой игрой я буду называть также единое целое: язык и действия, с которыми он сплетен» [5: 79]. Согласно его концепции, языковая игра неразрывным образом сопряжена с формой деятельности, которая ее порождает. Новая форма деятельности ведет за собой новые игры, этому направлению в области медиалингвистики уже посвящены исследования [15], [25]:

«...текст, обыгрывающий в рамках того или иного институционального дискурса определенный “фрагмент” фактологической информации, способствует тем самым ее коммуникативному “усилению” и соответственно является более прагматически маркированным по сравнению с нейтрально-прототипическим типом текста» [15].

Не менее важно понимание слова *игра*, которое получило отражение в толковых словарях разных языков. Например, в «Словаре русского языка» под редакцией А. П. Евгеньевой во втором значении слово определяется как

«занятие, обусловленное совокупностью определенных правил, приемов и служащее для заполнения досуга, для развлечения, являющееся видом спорта и т. п.»¹. В «Оксфордском толковом словаре» *игра* толкуется как «что-то, что делается для развлечения и отдыха»². «Лонгманский словарь английского языка и культуры» определяет игру как «деятельность исключительно для развлечения»³. Схожая интерпретация дается и в словаре Гриммов: игрой «обычно называется деятельность, которая совершается не ради результата или практической цели, а ради развлечения и удовольствия»⁴. Сходство в толкованиях в словарях английского, немецкого и русского языков основано на понимании игры как деятельности ради самой деятельности и веселья, с ней связанного, и исходит из философского осмысления проблемы игры:

«Это действие, протекающее в определенных рамках места, времени и смысла, в обозримом порядке, по добровольно принятым правилам и вне сферы материальной пользы или необходимости. Настроение игры есть отрешенность и восторг – священный или просто праздничный, смотря по тому, является ли игра са크ральным действием или забавой. Само действие сопровождается чувствами подъема и напряжения и несет с собой радость и разрядку» [18: 152].

Сходным образом А. Вежбицкая полагает, что «в игре есть особая цель или задача», но «эта цель не имеет никакого смысла вне игры» [4: 214]. Это понимание языковой игры находит подтверждение в исследованиях конкретного материала в различных сферах речевой деятельности [26]. Профессиональная речевая деятельность журналиста – это особая сфера бытования языка, которая должна порождать свои коммуникативные формы языковой игры.

МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом исследования стали тексты российских изданий «Известия», «Коммерсантъ», «Новая газета», опубликованные на официальных сайтах этих изданий в период с 2016 по 2019 год. Методом сплошной выборки были проанализированы медиатексты известных публицистов, влияющих на формирование «языкового вкуса эпохи». Исследование способов создания публицистического образа представляется актуальным как в контексте развития отечественной публицистики, так и с точки зрения функционирования медиаречи: «Изучение медиатекстов – основа для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации» [13: 27]. Важнейшей характеристикой языка СМИ стала ирония, что объясняется тра-

дициями отечественной публицистики и результатом воздействия эстетики постмодернизма. Именно эстетика постмодернизма ввела «моду» на интертекстуальность как универсальный способ формирования медиареальности. Особое место в этом процессе занимает игра с прецедентными текстами, что обеспечило современным авторам практически неограниченные возможности для иронической оценки реальной действительности.

Методологические подходы обусловлены спецификой материала исследования и его задачами. Были использованы следующие методы: лингвистический, функциональный, структурно-композиционный, текстуальный, дискурсивный, а также типологизация. В основу методологии был положен лингвокультурологический анализ различных способов и средств создания комического эффекта в современном медиатексте. Дискурсивный анализ как система методов интерпретации медиатекстов нацелен на выделение принципов создания комического эффекта с помощью языковой игры.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕДИАСТИЛЯ

Языковая игра как востребованный и полифункциональный прием в эпоху «интерпретации готового слова» [1] оказывается важнейшей составляющей современного медиасталя, при этом выбор того или иного способа смещения языковой нормы обусловлен дискурсивными особенностями коммуникации, в том числе типологическими особенностями издания, предлагающего целевой аудитории семиотически значимые для нее тексты. «Выражение автором своего отношения к чему-либо посредством смеха»⁵ оказывается важнейшей типологической характеристикой специальных рубрик в периодических изданиях, телевизионных программ («Прожекторперисхилтон», «Вечерний Ургант», «Все было с Дмитрием Быковым», «Фоменко фейк», «Дежурный по стране с Михаилом Жванецким»), проектов на Ютубе («Гражданин поэт», «BadKomedian», «Немагия»). Не менее значимыми при выборе приемов комического оказываются интенции автора, а языковая игра становится важнейшей составляющей идиостиля публициста [6].

К наиболее популярным программам подобного типа на отечественном телевидении можно отнести «Куклы» (НТВ, 1994–2002); «Информационно-паразитическая программа “Итого”» (НТВ, 2001–2002); «Информационно-успокоительная программа “Тушите свет!”» (2000–2003); «Мульт Личности» (Первый канал, 2009–2013), «Прожекторперисхилтон» (Первый канал,

2008–2012, 2017). Самые знаменитые специальные рубрики – «12 стульев» в «Литературной газете»; авторские проекты Андрея Бильжо в газетах «Коммерсантъ», «Известия», в журнале «Вокруг света»; раздел «Филантропия» в «Независимой газете» и др. Языковая игра в большинстве названий привлекает внимание аудитории и создает комический эффект.

В характеристике программ «Тушите свет!» и «Итого» комический эффект усиливается обыгрыванием типологического определения «информационно-аналитическая программа», где заменяется вторая часть составного слова. В одном случае на «паразитическая»: в программе высмеивались наиболее актуальные события и новости, таким образом создатели программы пародировали, а значит, «питались» подобно паразиту, еженедельные телевизионные обзоры, в частности программу «Итого». В другом случае слово «аналитическая» заменялось на «успокоительная». Комический эффект усиливался двойным прочтением выражения «Тушите свет!». В прямом значении семантическая составляющая проявляется на уровне героев и сюжета: Хрюн и Степан – пародийные образы знаменитых ведущих программы «Спокойной ночи, малыши!». Второе значение фразеологизма «Тушите свет!» означало разрушение надежд, плохой финал чего-либо. Именно с такой позиции высмеивались события реальной действительности.

В названии программы «Мульт личности» комический эффект заключался в обыгрывании известного выражения «культ личности», весь текст программы держался на языковой игре: высказывания политиков трансформировались, вписывались в намеренно парадоксальный контекст.

Прецедентность как растиражированный прием языковой игры оказывается наиболее востребованным в современных заголовках, причем дискурсивная адаптация представляется особенно заметной, хотя всегда сохраняется общая доминирующая функция – создание комического эффекта. Созданный с помощью языковой игры образ не всегда получает развитие в журналистском материале и не реализует важнейшую функцию – информационную. На первый план выходят коммуникативная, экспрессивная и рекламная функции, а информативная функция смещается в подзаголовок. В современной медиапрактике подобный тип заголовка называют «кликбейт-заголовок», в котором игровой эффект основан на следующих приемах:

- параномазия – «Билль о словах», «Откат Европы», «Бей до дна»;

- каламбур – «Браво на ошибку», «Из “Заряда” вон выходящий», «Мировое первенство по баксу»;
- окказионализмы – «Нефтеубывающая отрасль», «Незабываемые впечатления»;
- трансформация, нередко парадоксальная, фразеологизма – «Отряд ртутного раздражения», «Песнь о вещих коллегах», «Места для почетных гвоздей», «Дорогу осилит дающий»;
- рифмовка – «Ситуация неуместная – в воде неизвестная», «Злой рок коснулся дорог».

Далеко не всегда использование игрового заголовка с ярко выраженной иронической коннотацией оправданно, но стремление привлечь внимание потенциального читателя оказывается более важной задачей. Игровые заголовки сделали узнаваемым стиль «Известий», «Комсомольской правды», Lenta.ru. Ставший чрезвычайно популярным, вплоть до превращения в штамп, способ создания комического эффекта можно назвать «игрой ради игры», так как смеховая модель и ироническая интенция автора ограничиваются заголовком.

Другой вариант использования приемов языковой игры в современной медиакommunikации основан на обращении к прецедентному тексту с целью создания публицистического образа, который, как правило, выражает главную авторскую идею. Такой подход характерен для колумнистики изданий «Новая газета», «Собеседник», «Сноб», что проявляется уже на уровне заголовка: «Птица высокого помета» (параномазия); «Назвался Другом – полезай в кузов. Скандал в благородном семействе» (параномазия и крылатое выражение, в основе которого – название водевиля XIX века); «В Питере – прыть!» (параномазия); «Децл правды в День сурка» (параномазия и название знаменитой голливудской комедии) и др. Публикации – это критически-сатирическое освоение действительности, рассчитанное на подготовленного реципиента, фоновые знания которого позволяют понять языковую игру.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ИРОНИЧЕСКИХ РЕПОРТАЖАХ АНДРЕЯ КОЛЕСНИКОВА

Интерес как объект исследования с этой точки зрения представляют иронические репортажи Андрея Колесникова в газете «Коммерсантъ». Языковую игру можно назвать причиной трансформации традиционного жанра. При сохранении цели – создание эффекта присутствия – расширяются коммуникативные возможности медиатекста: реципиент включается в игру, основанную на намеренном искажении нормы, и в увлекательный

процесс со-творчества, который держится на выстраивании довольно сложного ассоциативного ряда. Эмоциональный диалог с аудиторией превращается в доминанту развернутого авторского высказывания, где в основе сложного медиаобраза политического события и политического деятеля лежит ирония.

Стилистический и семантический контраст, то есть сопоставление несопоставимых элементов, как на уровне значения, так и на уровне стиля, рождает комический эффект во многих публикациях:

«Производитель крымского вина рассказывал президенту, что он начал работать с виноградниками в Крыму в 2008 году, первое вино сделал только в 2013-м. Но зато и вино его обещает жить долго» (19.03.2019); «Но все же надежда не умирала даже и последней» (7.02.2019).

В репортажах А. Колесникова экспрессивно-коммуникативную функцию реализует заголовок, а информационную – подзаголовок, всегда построенный по единому принципу – сказа, или зачина сказки: «О времена, о врио! Как Владимир Путин Александру Беглову свидетельствовал»; «Проще пареного рэпера. Как на совете по культуре Владимир Путин разбирался с ее носителями». Созданный в заголовке комический образ получает развитие в тексте.

В интертекстуальных заголовках, в развернутых авторских метафорах А. Колесникова выражается концептуальная и эмоциональная позиция автора, чаще всего обыгрывается известный, можно сказать хрестоматийный, прецедентный текст: «Белеет пандус одинокий»; «Министерия-буфф»; «И в град входя, благословил»; «С чего просыпается Родина» и т. п. При этом границы и качество комического различаются – от едкого уничтожающего сарказма до тонкой иронии, позволяющей высказать позитивное отношение к герою или событию, но всегда эмоциональное отношение автора выражено с помощью создания комического эффекта.

В репортаже «Грудой тел, суматохой явленный день отошел. Как Майк Помпео Владимира Путина в Сочи ждал» (15.05.2019) ассоциативный ряд держится на ироническом прочтении стихотворения Владимира Маяковского «Разговор с товарищем Лениным». Торжественный пафос Маяковского пародируется в описании политического события:

«У Владимира Путина в Ахтубинске Астраханской области была запланирована, можно сказать, эпическая программа <...> Майк Помпео и Сергей Лавров гораздо больше, возможно, смогли бы рассказать миру после встречи уже с Владимиром Путиным <...> Но Майк Помпео даже не улыбнулся <...> И все-таки они встретились в этот день <...> величайший по томительности ожидания день».

Развивается и заявленный в заголовке мотив «суматохи», как с помощью лексических повторов – «кроме чудовищной суматохи», так и нагнетанием однородных членов – Владимир Путин увидел: «комплекс “Кинжал”, беспилотники “Охотник-Б”, “Иноходец”, “Корсар”, “Форпост-Р”, радиолокационные станции “Каста-2В”, “Подлет”, комплекс средств автоматизации и “Фундамент-М”». Комический эффект достигается и созданием семантического контраста: указание на сложность и статус мероприятия, с одной стороны, и рассуждения о рснницах пресс-секретаря Госдепартамента госпожи Ортеги – с другой. В финале окончательно развенчается заявленный в заголовке пафос:

«Конечно, возникает законный на первый взгляд вопрос: а о чем же они там все-таки говорили потом? Ведь не молчали же, в самом деле. Да, и мне тоже интересно было бы узнать. Узнаю – сразу скажу».

Контраст в основе и создания публицистического образа, и языковой игры, и иронической оценки можно назвать значимой особенностью репортажей А. Колесникова. Причем нередко это каламбур: «Protvino veritas. Как и где Владимиру Путину может в руки вдруг упасть национальная идея» (9.02.2018); «Здесь русский дух, здесь Беларусью пахнет» (26.12.2018); «Государственный кремлевский творец. Как Владимир Путин объявил крестовый поход за права человека» (1.02.2019).

В репортаже «Несбыточное давление» заявленная в названии метафора разворачивается в тексте, а главным средством создания комического эффекта становится игра, основанная на многозначности слов и на омонимии:

«То есть толкотня в небольшом фойе была такой же, как в Стамбуле на Гранд-базаре в базарный день <...> И точно так же стояла не очень приличная очередь в единственный мужской туалет (мрачные подробности, хорошо, опустим). И снова было не продохнуть (в буквальном, конечно, смысле слова) в самом зале...»; «И идея проводить разросшийся съезд разросшейся, слава богу, организации все там же, на площадке, которая эту организацию уже давно не способна переварить... Да не покажется ли и сам съезд РСПП, проходящий на фоне этой уходящей натуры, такой же натурой? Ну в натуре!...».

В создании медиаобраза политического события участвуют иронические эпитеты: *ошеломляющая легкость, адские бытовые неудобства, исчерпывающе сформулирована, важнейших задач бизнеса*. Несоответствие должного и явного усиливается языковой игрой: «А Борис Титов тем временем, пользуясь данными презентации, на пальцах демонстрировал».

Смех, как доходчивая и острая форма критики, как реализация коммуникативных намерений, например оценить негативные явления, требует сознательно-активного восприятия со стороны аудитории, которая за языковой игрой должна увидеть упрек, недовольство, порицание, насмешку, возмущение, разоблачение и т. п. Очень часто в текстах встречается ироническое обыгрывание несоответствия статуса человека и его поведения.

Намеренное нарушение правил сочетаемости позволяет создать комический эффект и дать оценку герою или событию: *«Господин Баррозу странно застенчиво улыбался»; «И долго еще он говорил под пересмеивающиеся лица и взгляды участников совещания»*. Стилистический и семантический контрасты в публицистике А. Колесникова превращаются в универсальное средство оценки. Между тем фактическая основа репортажа позволяет создавать эффект присутствия, а языковая игра становится способом удержания внимания аудитории, которая приглашена к со-творчеству.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ТЕЛЕОБОЗРЕНИЯХ ИРИНЫ ПЕТРОВСКОЙ («НОВАЯ ГАЗЕТА»)

Языковая игра решает различные задачи в публицистике Ирины Петровской: заявленный в заголовке образ разворачивается в критической интерпретации и оценке современного телевидения. Для создания комического эффекта автор использует прежде всего такие виды языковой игры, как трансформация фразеологизмов и каламбур. В сравнении с репортажами А. Колесникова заголовочный комплекс в материалах И. Петровской представляется более связным и целостным, как на семантическом, так и на стилистическом уровне: *«Говорит и показывает подворотня. На российском ТВ появился новый тип ведущего – гопник»* (13.04.2018); *«Чудотворное ТВ. Путин и Малахов как Дед Морозы нового времени»* (10.01.2019); *«Ведущий хам. Закон отрицательной селекции в телеэфире страны»* (23.05.2019). Авторская оценка не ограничивается иронией, публицист резко критикует явления современной действительности, обращаясь к таким средствам комического, как сатира, сарказм, гротеск.

И. Петровская не высмеивает, а обличает, причем выбор языковых средств и форм всегда детерминирован не только априори негативной оценкой, которая давно стала типологической особенностью «Новой газеты», но и особенностями объекта критики. Комический эффект приобретает определенную стилистическую окраску: для игровой интерпретации выбирают

ся элементы разных функциональных стилей: разговорного – *«Сортир-ТВ. “Международная пилорама” пробивает дно и устремляется все ниже и ниже»* (25.05.2018); художественного – *«Эксклюзив против суперэкссклюзива. С началом телесезона разверзлась бездна»* (11.09.2018); официально-делового – *«Битва с экстрасенсами. Канал “Россия” разоблачает телевизионное мракобесие»* (25.01.2019).

В публикации *«Говорит и показывает подворотня»*, где создан памфлетный образ политических ведущих Первого канала Артема Шейнина и Анатолия Кузичева, особую роль играет экспрессивная сниженная лексика: *«“Не, он нас разводит конкретно”, – недоверчиво процедил Шейнин, после чего они и срезались»; «за неточное ударение можно было схлопотать строгача»; «отчего бы и не поглумиться над “терпилой”»*. Резко критикуя новый тип ведущего – «гопнический», И. Петровская намеренно «жонглирует» просторечной, разговорной лексикой, жаргонизмами, «договариваясь» о правилах игры.

Языковая игра всегда основана на активной коммуникации, когда ее участники понимают и признают правила этой игры, с этой точки зрения сатирический образ, создаваемый в телеобозрениях «Новой газеты», интересен с точки зрения его многоаспектности и полифункциональности.

И. Петровская часто обращается к прецедентным текстам и фразеологическим выражениям, причем точная или трансформированная цитата не всегда обозначена кавычками: таким образом демонстрируется равноправие адресанта и адресата:

«Вон он теперь по всей дороге заливает колокольчиком! Разнесет по всему свету историю. Мало того что пойдешь на посмешище – найдется щелкопер, бумагомарака, в комедию тебя вставит. Вот что обидно! Чина, звания не пощадит, и будут все скалить зубы и бить в ладоши. Чему смеетесь? Нашлись, конечно, и щелкоперы, и бумагомараки – разнесли если не по всему свету, то по Сети эту историю, тем более что свой ответ Урганту Соловьев самолучно выложил в Сеть, поскольку в эфире на Москву он не прозвучал (Соловьев посчитал эту тему недостойной федерального эфира)» (15.09.2017); *«И вот – новый поворот. Оказалось, что таки да, угроза жизни реально существует»* (7.06.2019).

В первом примере большая цитата из речи героя комедии Н. Гоголя дана без кавычек, а известная любому школьнику комическая ситуация разоблачения переносится в современные реалии. Языковая игра оказывается наиболее эффективным и убедительным средством критики, позволяющим аудитории «достроить», понять и посвоему интерпретировать сатирический образ.

Показательна с этой точки зрения кольцевая композиция данного текста: каламбур в заголовке, основанный на паронимии «Птица высокого помета», повторяется в финале, где уже обыгрывается как случайная оговорка:

«Так что, мальчики, не ссорьтесь. Все одним... миром мазаны. Все *птицы высокого помета, то есть помета*. И все это было бы смешно, когда бы не было так противно».

Здесь сразу несколько игровых моментов: многоточие указывает на возможную замену слова «миром»; известное выражение «все это было бы смешно, когда бы не было так грустно» из стихотворения М. Лермонтова трансформируется в эксплицитную оценку через лексему «противно».

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ЧЕРТА ИДИОСТИЛЯ ДМИТРИЯ БЫКОВА

Убедительным примером того, как языковая игра становится самой яркой особенностью идиостиля публициста, является творчество Дмитрия Быкова, который смело экспериментирует с языком на самых разных уровнях: лексическом, морфологическом, стилистическом. Так, наиболее востребованными при создании комического эффекта, выражающего практически всегда однозначно негативное отношение автора к объекту критики, становятся окказионализмы: «*мегалидер*»; «*безвыборность*»; «*извратное влечение*»; «когда б не *нацпредатели*»; «*конь-вой*»; «ты, *безьяйкая*»; «мне, еврею, *частушкоте*»; «и мы, после гнили и *обрези*, *отребья*, *тряпья* и *скрепья*»; «*Сплошная нежить, немочь, нехоть*» и т. п. Этот тип языковой игры можно назвать словомейкерством.

Игровая интерпретация действительности вписывается в концепцию семантической игры, которую Ю. М. Лотман определил как «условие риторической организации текста» [11: 187]. На уровне содержания и композиции комическое проявляется в обыгрывании фактов реальной действительности, создании нелепых, порой парадоксальных ситуаций. На принципе парадоксальности основана и трансформация – смещение (иногда разрушение) прецедентных текстов, фразеологических стандартов: «но клянусь, что журу не в знак протеста: *просто журу, и просто на свои*»; «*В этой жизни умирать паршиво. Но не жить – значительно хуже*».

Игровая интерпретация – это «оценочное отношение к объекту. Игра – это всегда субъективная интерпретация события» [13: 30]. В текстах Д. Быкова комический эффект создан намеренным нарушением нормы:

- грамматической – «*клянуся мамой*», «Да так, *нипочему*», «И *злилась* все *лютей*»;

- лексико-фразеологической за счет прибавления, убавления, переноса значений – «Как молвил Мышкину Рогожин – уродцы, князь, людишки, князь!», «Мучительно думать о старости: прокисшая, мутная взвесь...»;
- синтаксической, чаще всего на уровне парцелляции и инверсии – «Лишь мы. Да эти санкции. Да Крым. Да Киселев», «...да, старость нам светит веселая. Щедрее, чем юность была. Конечно, слегка суетливая».

Показателен в этом плане текст Д. Быкова, в котором ужесточение контроля над прессой превращается в развернутую метафору, в основе которой языковая игра – противопоставление мягкого и твердого знака. Уже в названии создается иронически-парадоксальный образ – «Мягкие стихи» (Новая газета. 22.05.2019), он получает развитие на всех уровнях текста, но наиболее экспрессивно это выражено на графическом и семантико-стилистическом уровнях. Автор обыгрывает слова, в которых есть твердый знак:

«отныне не *сЪязвить*, не *сЪехать*, а скоро и не *сЪесть*...»; «А твердый знак в связи с *изЪятьем* сменили запятой»; «Когда в *разЪевшуюся* прессу вернулся твердый знак»; «Не будет *волеизЪявлений* и *обЪявлений*»; «огромная страна сопит в *обЪятиях* субъекта» и т. п.

На семантическом уровне обыгрываются значения слов «мягкий» и «твердый»:

«Всегда боролась с твердым знаком *твердеющая власть*»; «*Спротивление отвердело*, исчез СССР, все, кто умеет делать дело, выписывали “ер”»; «Сегодня нужен *мягкий кончик*».

Высмеивание и разоблачение ситуации проявляется и на уровне стиля: высокая книжная лексика «сталкивается» с грубыми выражениями: с одной стороны, цитата из стихотворения Бориса Слуцкого «Для тех, кто до сравнений лаком», специальная лексика «Простились с *ужицей* и *ятем*, и с *древнею фитой*»; а с другой стороны, просторечные оскорбительные высказывания и намеки – «И даже *съездить по хлебалу* не может никому»; «И *объявлений, блин*».

Саркастические и гротескные образы становятся эксплицитным способом оценки, которые зачастую основаны на речевой агрессии – грубых просторечных выражениях, навешивании ярлыков, сниженной лексике и жаргоне. Именно языковая игра позволяет отнести Д. Быкова к типу журналиста-ритора: это

«конкретная личность, излагающая свои мысли посредством осознанно мотивированной речевой деятельности и подкрепляющая их паралингвистическими действиями в экстралингвистических условиях» [1: 116].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Функции языковой игры в смеховом дискурсе обусловлены типологическими особенностями

издания – типом информации, методами освоения действительности и типом аудитории. Это проявляется уже на уровне заголовков, самым популярным типом которых в современных медиа оказывается игровой с очевидным доминированием комической коннотации.

Наиболее востребованным с точки зрения игровой интерпретации оказывается обращение к прецедентным текстам. Такой тип заголовка востребован не только в массовых и бульварных изданиях, но и в молодежных медиа, где дискурсивная особенность проявляется в обращении почти исключительно к произведениям школьной программы или популярным сегодня названиям, цитатам, именам. В аналитических, критических видах текста иронический или сатирический образ разворачивается в тексте, что проявляется на всех его уровнях: графическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, стилистическом. Чаще всего в таких заголовках используются каламбур, трансформация фразеологизма, парадоксальная авторская метафора.

Уровень коммуникации адресат – адресант при обращении к прецедентным феноменам оказывается весьма различным: от прецедента как знака до развернутой метафоры.

Не менее значимыми в конкретной коммуникативной ситуации оказываются интенции авто-

ра, которые детерминированы как редакционной политикой издания, так и мировоззренческими, эстетическими, психологическими установками.

Репортер Андрей Колесников освещает деятельность президента России Владимира Путина, что позволяет говорить об одной теме и о доминировании одного принципа создания комического эффекта – иронической интерпретации политических событий. Комический эффект в публикациях создается с помощью контрастного заострения высокого и низкого, иронического «заземления» на себя, неожиданных сравнений и согласований, мнимого отстранения, размытых определений.

Обозреватель Ирина Петровская, хотя и ограничена темой – программы современного телевидения, намеренно выбирает такие факты, события, явления, которые необходимо разоблачить, которые требуют от публициста экспрессивной сатирической оценки.

В сатирической публицистике Дмитрия Быкова резкой критике подвергаются не отдельные факты современной действительности, а идеи, концепции, ситуации, которые не соответствуют ценностным представлениям автора об идеале и которые, с его точки зрения, должны быть развенчаны и уничтожены. Поэтому языковая игра приобретает черты речевой агрессии и даже стеба.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Евгеньева А. П. Словарь русского языка: В 4 т. Т. 4. М.: Русский язык, 1981. С. 628.
- ² Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press, 1978. P. 649.
- ³ Longman Dictionary of English Language and Culture. Pearson Education Limited, Addison Wesley Longman, Inc., 1998. P. 1025.
- ⁴ Grimm J., Grimm W. von Deutsches Wörterbuch auf CD-ROM und im Internet [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dwb.uni-trier.de/de/> (дата обращения 19.12.2019).
- ⁵ Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой; Редкол.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. М.: ФЛИНТА, 2018. С. 252.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анненкова И. В. Медиакурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Московского ун-та, 2011. 391 с.
2. Арутюнова Н. Д. Аномалии и язык (К проблеме языковой «картины мира») // Вопросы языкознания. 1987. № 3. С. 3–19.
3. Бернацкая А. А. Креативность в языке и с языком: к онтологическим основаниям языковой игры // Игра как прием текстопорождения: Коллективная монография / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2010. С. 34–43.
4. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 416 с.
5. Витгенштейн Л. Философские работы. Ч. 2. М.: Гнозис, 1994. 612 с.
6. Выровцева Е. В. Идиостиль как выражение позиции автора (на примере публицистики Дм. Быкова) // Коммуникация в современном мире / Под общ. ред. проф. В. В. Тулупова. Ч. I. Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. С. 142–144.
7. Гермашева Т. М. Языковая игра как инструмент актуализации лингвистической креативности // Вестник АГУ. 2017. № 1 (192). С. 30–33.
8. Гридина Т. А. Языковая игра в жанре политического прикола // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 47–51.
9. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. И. Языковая игра // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М.: Наука, 1983. С. 172–214.

10. Ильясова С. В. Языковая игра: словообразовательная, графическая, орфографическая (на материале текстов современных российских СМИ) // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 91–100.
11. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2004. 703 с.
12. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 43–48.
13. Мельник Г. С. Медiateкст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник (Томск). 2012. № 1. С. 27–30.
14. Михневич О. И. Особенности языковой игры в массмедийном политическом дискурсе // Уральский филологический вестник. Сер.: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2015. № 1. С. 99–104.
15. Негрышев А. А. Языковая игра в новостном медiateксте: референциально-прагматический аспект // Медиаскоп. 2010. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/en/node/669> (дата обращения 25.02.2020).
16. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. М.: Флинта, 2006. 344 с.
17. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. 542 с.
18. Хейзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры. М.: Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.
19. Цикужева И. В. Феномен языковой игры как объект лингвистического исследования // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 90. С. 169–171.
20. Attardo S. Humorous texts: A semantic and pragmatic analysis. Berlin: Mouton de Gruyter, 2001. 238 p.
21. Augarde T. Oxford guide to word games. Oxford; New York: Oxford University Press, 1986. 1216 p.
22. Chiaro D. The language of jokes: Analysing verbal play. London; N. Y.: Routledge, 1992. 129 p.
23. Cook G. Language play, language learning. Oxford: Oxford University Press, 2000. 235 p.
24. Crystal D. The Cambridge encyclopedia of language. Cambridge University Press, 2006. 524 p.
25. Helle-Valle J. Language-games, in/dividuals and media uses // B. Bräuchler and J. Postill (Eds.). Theorising media and practice. Oxford and New York: Berghahn, 2010. P. 191–211.
26. Marone V. Looping out loud: A multimodal analysis of humour on Vine // The European Journal of Humour Research. 2016. No 4 (4): Special issue on humour in social media. P. 50–66.
27. Raskin V. Semantic mechanisms of humor. Dordrecht-Boston-Lancaster: D. Reidel, 1985. 283 p.

Поступила в редакцию 13.04.2020; принята к публикации 25.11.2020

Original article

Ekaterina V. Vyrovtsseva, Cand. Sc. (Philology), Assoc. Prof., Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation)

ORCID 0000-0002-6882-2479; e.vyrovtsseva@spbu.ru

Ekaterina A. Shcheglova, Cand. Sc. (Philology), Assoc. Prof., Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation)

ORCID 0000-0003-1778-2021; e.scheglova@spbu.ru

LANGUAGE GAME AS A COMIC MEANS IN MODERN MEDIA DISCOURSE

Abstract. The phenomenon of language game as a way to create a journalistic image – humorous, ironic, satirical – is considered a pressing issue as one the most popular and actively developing traditions in modern Russian media. The aesthetics of postmodernism aroused interest in irony – an effective way of assessing events, phenomena or facts of reality, and expressing the author's position. In the situation of language inflation, multifunctional texts designed for co-creation based on language game are becoming increasingly attractive. Researchers define the “irony virus” as a characteristic feature of modern media texts, and the irony paradigm is constantly expanding: from mild humor to annihilating sarcasm and grotesque. Studying the works of authoritative and popular authors enables us to identify the features and patterns of the media language development. The article for the first time attempts to identify and systematize the functional types of language game as a way to create a comic effect. The authors analyze the works of famous journalists to identify language game techniques that are most actively used to create a humorous, ironic, satirical image: paronymy, pun, paradoxical metaphor, phraseological unit transformation, and stylistic contrast. The conclusions are drawn that language game as a deliberate violation of the norm manifests itself at different levels of the text – grammatical, lexical and semantic, syntactic, and stylistic ones, and that in headlines language game performs various functions, depending on the typological features of the publication and the author's intentions. It's obvious that publicists' appeal to laughter as a simple and sharp form of criticism makes it possible to realize various communicative intentions: humor, satire, exposure, insult, and others.

Keywords: language game, irony, humor, satire, journalistic image, media text

Acknowledgments. The study was supported by the Russian Science Foundation grant “The comic as a communicative resource in the digital news environment” (Agreement No. 19-18-00530 of May 7, 2019).

For citation: Vyrovtsseva, E. V., Shcheglova, E. A. Language game as a comic means in modern media discourse. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2021;43(1):31–40. DOI: 10.15393/uchz.art.2021.565

REFERENCES

1. Annenkov, I. V. Media discourse of the XXI century. Linguophilosophical aspect of media language. Moscow, 2011. 391 p. (In Russ.)
2. Arutyunova, N. D. Anomalies and language (The problem of language “world view”). *Topics in the Study of Language*. 1987;3:3–19. (In Russ.)
3. Bernatskaya, A. A. Creativity in language and with language: the ontological foundations of language game. *Game as a method of text production: Collective monograph*. (A. P. Skovorodnikov, Ed.). Krasnoyarsk, 2010. P. 34–43. (In Russ.)
4. Vezhbitskaya, A. Language. Culture. Cognition. Moscow, 1996. 416 p. (In Russ.)
5. Wittgenstein, L. Philosophical works. Part 2. Moscow, 1994. 612 p. (In Russ.)
6. Vyrovtsseva, E. V. Idiostyle as the reflection of the author’s position (illustrated with D. M. Bykov’s journalism). *Communication in the modern world*. Voronezh, 2014. P. 142–144. (In Russ.)
7. Germasheva, T. M. Language game as a tool for updating linguistic creativity. *The Bulletin of Adyge State University*. 2017;1(192):30–33. (In Russ.)
8. Gridina, T. A. Language game in the genre of political joke. *Political Linguistics*. 2011;4(38):47–51. (In Russ.)
9. Zemskaya, E. A., Kitaygorodskaya, M. V., Rozanova, N. I. Language game. *Russian colloquial speech: Phonetics. Morphology. Vocabulary. Gesture*. Moscow, 1983. P. 172–214. (In Russ.)
10. Ilyasova, S. V. Language game: word-formation, graphic, orthographic (on the material of the modern Russian mass media texts). *Media Linguistics*. 2015;1(6):91–100. (In Russ.)
11. Lotman, Yu. M. Semiosphere. St. Petersburg, 2004. 703 p. (In Russ.)
12. Maslova, V. A. Political discourse: language games or playing words? *Political Linguistics*. 2008;1(24):43–48. (In Russ.)
13. Melnik, G. S. Media text as an object of linguistic research. *Journalist Yearbook (Tomsk)*. 2012;1:27–30. (In Russ.)
14. Mikhnevich, O. I. Peculiarities of the language game in the mass media political discourse. *Ural Journal of Philology. Series: Language. System. Personality: Linguistics creativity*. 2015;1:99–104. (In Russ.)
15. Negryshev, A. A. Language game in news media text: reference-pragmatic aspect. *Mediascope*. 2010;4. Available at: <http://www.mediascope.ru/en/node/669> (accessed 25.02.2020). (In Russ.)
16. Norman, B. Yu. Playing on the edges of language. Moscow, 2006. 344 p. (In Russ.)
17. Sannikov, V. Z. The Russian language in the mirror of language game. Moscow, 1999. 542 p. (In Russ.)
18. Huizinga, J. Homo Ludens: Papers on the history of culture. Moscow, 1997. 416 p. (In Russ.)
19. Tsikusheva, I. V. Language game phenomenon as an object of linguistic investigation. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*. 2009;90:169–171. (In Russ.)
20. Attardo, S. Humorous texts: A semantic and pragmatic analysis. Berlin, 2001. 238 p.
21. Augarde, T. Oxford guide to word games. Oxford, New York, 1986. 1216 p.
22. Chiaro, D. The language of jokes: Analysing verbal play. London, N. Y., 1992. 129 p.
23. Cook, G. Language play, language learning. Oxford, 2000. 235 p.
24. Crystal, D. The Cambridge encyclopedia of language. Cambridge University Press, 2006. 524 p.
25. Helle-Valle, J. Language-games, in/dividuals and media uses. *B. Bräuchler and J. Postill (Eds.). Theorising media and practice*. Oxford and New York, 2010. P. 191–211.
26. Marone, V. Looping out loud: A multimodal analysis of humour on Vine. *The European Journal of Humour Research*. Special issue on Humour in Social Media. 2016;4(4):50–66.
27. Raskin, V. Semantic mechanisms of humor. Dordrecht-Boston-Lancaster, 1985. 283 p.

Received: 13 April, 2020; accepted: 25 November, 2020