

Использование игры слов в заголовках материалов "Коммерсанта" и "Известий" за сентябрь-октябрь 2019 года

Научный руководитель – Бахирев Юрий Гаврилович

Гулешивили София Мерабовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: sopo-guliko@mail.ru

В условиях современного рынка, перенасыщенного СМИ, журналисты стремятся к эффективности в написании заголовков, от которых напрямую зависит кликабельность их материала. Согласно исследованию, проведенному мониторинговым сервисом BuzzSumo в 2017 году, читатели в 73% случаев смотрят только на заголовки, опуская содержание публикаций [6]. Поэтому проблема формулирования «лица» материала является одной из острейших в СМИ.

Цель данного исследования - проанализировать такой инструмент воздействия на аудиторию, как игра слов в заголовках журналистских материалов. Актуальность темы обусловлена значимостью стиля языка СМИ в современных реалиях. Объектом исследования являются заголовки статей на информационных порталах газет «Коммерсантъ» и «Известия» за сентябрь-октябрь 2019 года.

В первом блоке работы рассмотрено явление игры слов в аспекте влияния неканонического использования языковых единиц на восприятие читателем журналистского материала. Создаваемые для повышения экспрессивности речи (нередко с нарушением языковых норм), каламбуры придают заголовкам новые, скрытые смысловые оттенки, активизируют ассоциативное мышление читателя. Все чаще благодаря использованию игры слов автор выражает свою ироническую оценку, создает эффект комизма, тем самым привлекая внимание аудитории [4]. Причем отсутствие цензуры позволяет выражать эту оценку и по отношению к государственной власти, потому политика для журналистов является самым масштабным и благодатным полем для критики. И это небезосновательно, так как именно эта сфера жизни общества оказывает наибольшее влияние на человека. Резюмируя, можно утверждать, что языковая игра является излюбленным графическим и лексико-семантическим приемом журналистов.

Анализ заголовков на сайтах «Известий» и «Коммерсанта» показал, что журналисты регулярно прибегают к различным моделям игры слов, представленным во втором блоке работы. Среди них значительную часть составляют каламбуры, основанные на обыгрывании прецедентных текстов, вызывающих доверительные чувства у потребителей медиаконтента. Также разобраны примеры, связанные с явлениями паронимии, омонимии, контаминации и эффектом обманутого ожидания. Представленные в работе материалы написаны авторитетными авторами, в числе которых Андрей Колесников и Владимир Соловьев («Коммерсантъ»), Вадим Арапов и Мария Перевощикова («Известия»).

Заголовки-примеры освещены на 60 отдельных карточках с языковой и речевой стороны: элементам каламбуров даны толкования из авторитетных словарей русского языка (в случае с прецедентными феноменами из сферы искусства объясняется происхождение таковых), а также обозначены варианты ассоциаций, возникающих у читателя при прочтении заголовков.

Пример карточки:

Не барное дело: общепит в жилых домах отдадут на откуп властям регионов [5].

1. Языковая игра возникает за счет паронимии слов *барское* (в составе устойчивого выражения *не барское это дело*) и *барное*.

2. Выражение *не барское это дело* вошло в обиход после выхода в свет «Бесприданницы» Островского. Когда Вожеватов покупает у Паратова судно, он объясняет своему знакомому Кнурову, зачем барин продает это судно:

Кнуров. Да, разумеется; а то, что за расчет покупать. Зачем он продает?

Вожеватов. Знать, выгоды не находит.

Кнуров. Конечно, где ж ему! *Не барское это дело* [1].

Не барское дело - дело, которое человек считает недостойным своего внимания, дело ниже его достоинства. Слово *барин* в одном из значений - человек, который не любит трудиться сам и предпочитает переключать работу на других [3].

3. В данном примере прослеживается ирония. Журналист в заголовке говорит о том, что центральные власти «свалили» барный (видимо, не достойный их внимания) вопрос на плечи регионов.

Среди примеров - заголовки к статьям на политическую, экономическую, общественную (реже - научную) тематику. Рассмотрены такие показательные заголовки, как «Преимуществом курсом идете, товарищи», «А Вас я попрошу избраться», «Земля вращается вокруг своей АСИ», «Еврейский новый ход», «Ситуация обострилась до предела», «Съемка скрытой химерой», «Политический кречетатив» и т.д.

Использование игры слов в заголовках журналистских материалов привлекает внимание читателя, вызывая у него ассоциативный ряд и стимулируя поиск скрытых смыслов, помогает передать личную оценку события автором и показывает его уровень начитанности и эрудированности. Заголовки, игра слов в которых понятна реципиенту, также указывают на мастерство журналиста. Более того, новые смысловые оттенки, появляющиеся благодаря языковой игре, помогают СМИ по-своему интерпретировать события. Поэтому каламбуры можно назвать одним из самых распространенных приемов речевого манипулирования. Особенно интересно играть со словами русскоговорящим журналистам, ведь, как говорил советский лингвист и филолог, автор Лингвистического энциклопедического словаря Борис Юстинович Норман, «русский язык многогранен, и подобно тому, как самоцветный камень своими гранями переливается и вспыхивает неожиданно под лучами света, так и языковую единицу человек может заставить заиграть» [2].

Источники и литература

- 1) Александр Островский. Пьесы. — М.: Олма-Пресс Образование, 2003. — С. 30—31. — 830 с.
- 2) Норман, Б.Ю. // Игра на гранях языка / Флинта: Наука; Москва; 2006, 344 стр.
- 3) Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова.- 4-е изд., дополненное.- М.: Азбуковник, 1999.- 944 с.
- 4) Игра слов и способы ее создания, Научная электронная библиотека КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/igra-slov-i-sposoby-eyo-sozdaniya-smyslovaya-i-zvukosmyslovaya-igra-slov/viewer>
- 5) Не барное дело, «Известия»: <https://iz.ru/927339/evgeniia-pertceva/ne-barnoe-delo-obshchepit-v-zhilykh-domakh-otdadut-na-otkup-vlastiam-regionov>
- 6) BuzzSumo: <https://buzzsumo.com/blog/most-shared-headlines-study/>