

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА С ЦИТАТАМИ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТ

Jazykovaja igra s citatami v zagolovkah sovremennyh gazet  
(Sitaateilla leikittely venäläisten sanomalehtien otsikoissa)

Tatjana Honkanen  
Pääaineen tutkielma  
Helsingin yliopisto  
Venäjän kieli ja kirjallisuus  
Kevät 2016



Tiedekunta/Osasto Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta		Laitos/Institution– Department Nykykielten laitos	
Tekijä/Författare – Author Tatjana Honkanen			
Työn nimi / Arbetets titel – Title Jazykovaja igra s citatami v zagolovkah sovremennyh gazet			
Oppiaine /Läroämne – Subject Venäjän kieli ja kirjallisuus			
Työn laji/Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma		Aika/Datum – Month and year Kevät 2016	Sivumäärä/ Sidoantal – Number of pages 67 + 10 (suom. lyh.)
Tiivistelmä/Referat – Abstract <p>Tutkielmassa tarkastellaan sitaateilla leikittelyä 2000-luvun venäläisten sanomalehtien otsikoissa. Työn tarkoituksena on tutkia autenttisia sitaatteja ja luokitella ne alkuperäislähteiden perusteella sekä määrittellä niissä käytettyjen muodollisten transformaatioiden tyypit.</p> <p>Työn tutkimusaineisto on kerätty Integrum-tietokannassa olevista viidestä laajalevikkisestä lehdestä <i>Argumenty i Fakty</i>, <i>Moskovskij komsomolec</i>, <i>Komsomol'skaja pravda</i>, <i>Kommersant</i> ja <i>Rossijskaja gazeta</i>. Haku on rajattu siten, että jokaisesta edellä mainitusta lehdestä on poimittu 11 numeroa vuosilta 2000, 2007 ja 2015. Poikkeuksena on <i>Rossijskaja gazeta</i>, koska sen arkistointi alkaa Integrumissa vasta vuodesta 2005, joten poimin siitä tutkimusta varten 11 numeroa vuosilta 2006, 2011 ja 2015. Tällä tavoin rajattu sanomalehtiaineisto antoi hakujen tuloksena 905 otsikkoa, joissa kirjoittajat leikittelevät sitaateilla.</p> <p>Sitaattien alkuperäislähteiden luokittelussa käytettiin apuna E.A. Zemskajan sekä S.V. Il'jasovan ja L.P. Amirin tekemää klassifikaatiota. Kerätty aineisto jaettiin kuuteen ryhmään: 1) fraseologia (mm. fraseologiset ilmaukset, lentävät lauseet, sananlaskut ja kiinteät ilmaisut); 2) kaunokirjallisuus (proosa, runous, sadut, folkloristiikka ja raamatulliset ilmaukset); 3) elokuvat, tv-ohjelmat, ja piirretyt; 4) musiikkiteokset; 5) kulttuurinen, historiallinen ja yhteiskunnallinen tietämys; 6) iskulauseet, motot ja neuvostoajan ilmaukset.</p> <p>Analyttisellä transformaatiolla tarkoitetaan tässä työssä sitaatin muodon muutosta. Analyttisiin transformaatioihin perustuva leikittely voidaan toteuttaa useilla erilaisilla keinoilla. Tähän liittyen tutkittavan aineiston otsikot jaoteltiin transformaatiotyyppin mukaan neljään ryhmään, leksikaalisiin, kieliopillisiin, graafisiin ja kontaminaation sisältäviin sitaatteihin. Sen lisäksi omaksi ryhmäkseen erotettiin esimerkit, joissa eri transformaatiotyyppit yhdistyvät samassa otsikossa. Aineiston analyysi osoittaa, että leksikaaliset transformaatiot ovat kaikista yleisin tyyppi. Sen keinoihin kuuluvat alkuperäissitaatin sanojen korvaaminen, sanojen lisääminen, sanojen poisjättäminen ja lekseemien järjestyksen vaihto.</p> <p>Analyysi osoittaa, että toimittajat käyttävät sitaatteja hyvin laajasti nykysanomalehtien otsikoissa. Sitaattien päälähteinä ovat keskivertolukijalle hyvin tutut venäläinen kulttuuri, historia ja yhteiskunta. Toimittajat käyttävät sitaatteja sekä alkuperäisessä että transformoidussa muodossa: transformoitujen sitaattien osuus tutkielman aineistosta on 79,8 % ja alkuperäisten vastaavasti 20,2 %.</p> <p>Alkuperäissitaatin erilaiset muutokset vahvistavat otsikon ekspressiivisyyttä, luovat koomisen vaikutelman ja tuovat esiin uusia merkityksiä. Lisäksi ne kertovat toimittajan suhtautumisesta tekstin aiheeseen. Toimittajan luova ajattelu, kielen ja kulttuurin tuntemus sekä sivistystaso ovat tärkeimpiä tekijöitä värikkäiden ja omintakeisten otsikoiden laadinnassa.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords venäjän kieli, lehdistön kieli, otsikointi, kielellä leikittely, sitaatit, intertekstuaalisuus			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited HYK Keskustakampuksen kirjasto, Kaisa-talo			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information Työn nimi suomeksi: Sitaateilla leikittely venäläisten sanomalehtien otsikoissa			

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ	4
2. ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ	6
2.1. Определение понятия языковая игра	6
2.2. Языковая игра или языковая ошибка	10
2.3. Признаки и правила языковой игры	11
2.4. Функции языковой игры	13
2.5. Языковая игра в современной прессе	14
3. ПРИЕМ ЦИТАЦИИ	16
3.1. Цитата, интертекст, прецедентный текст	16
3.2. Цитация в заголовках современных периодических изданий	18
4. КЛАССИФИКАЦИЯ ЦИТАТ ПО ИСТОЧНИКАМ	22
4.1. Фразеологический фонд	22
4.1.1. Идиомы, крылатые фразы и афоризмы	22
4.1.2. Пословицы и поговорки	23
4.1.3. Речевые штампы и расхожие выражения	24
4.2. Литературный фонд	24
4.2.1. Названия произведений художественной прозы и цитаты из них	25
4.2.2. Названия и строки поэтических произведений	27
4.2.3. Библиизмы	29
4.2.4. Сказки и фольклорные тексты	30
4.3. Кино и телевидение	30
4.3.1. Названия кино- и телефильмов и цитаты из них	30
4.3.2. Сериалы и телевизионные передачи.	32
4.3.3. Мультфильмы	33
4.4. Музыкальные произведения	34
4.5. Фоновые знания из области культуры, политики и истории	35
4.6. Лозунги и девизы, выражения эпохи социализма	35
4.7. Полипрецедентные заголовки	36
4.8. Выводы	38
5. ПРИЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ЦИТАТ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ	40
5.1. Лексические трансформации	43
5.1.1. Замена компонентов	43

5.1.2. Добавление компонентов	47
5.1.3. Усечение компонентов	49
5.1.4. Перестановка лексем	50
5.2. Грамматическая трансформация	51
5.3. Комплексные трансформации	55
5.4. Графические трансформации	58
5.5. Контаминация	60
5.6. Выводы	61
6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	66

## 1. ВВЕДЕНИЕ

В конце XX – начале XXI века произошли значительные изменения в государственном устройстве, политике, экономике, культуре и других областях общественно-политической жизни России, что нашло отражение и в современном языке. Согласно Е.А. Земской (2004: 532), характерными особенностями русского языка нашего времени являются раскрепощенность, возможность выражать свои мысли и чувства, игры с языком и при помощи языка.

Наиболее значительные изменения происходят в публицистическом стиле. Если в начале 70-х годов В.Г. Костомаров (1971: 89) отмечал, что язык газет как своеобразная прагматико-эстетическая система основывается на единстве двух тенденций – к экспрессии и стандарту, то уже в 90-е годы тенденция к экспрессии, несомненно, побеждает. Усиливающаяся экспрессия языка газет связана с общим процессом либерализации языка (Костомаров 1999: 5). Г.Я. Солганник (2004: 268) связывает специфику языка СМИ также и с социальной оценочностью, отмечая, что обе концепции могут быть объединены, так как экспрессия в газете часто принимает характер оценочности.

Е.А. Земская (2004: 513-519) отмечает следующие особенности, характеризующие язык современной прессы: раскрепощенность, утрата бюрократических, казенных элементов, употребление сниженной лексики, вкрапление иноязычных элементов, повышенная экспрессивность, стремление к выражению личного авторского отношения к излагаемому и др. Стиль газетных статей становится все более приближенным к читателю и его привычной речи.

С конца 90-х годов XX века характерным признаком языка средств массовой информации стала языковая игра, выполняющая целый комплекс функций. Языковая игра присутствует во всех традиционных основных тематических рубриках современных СМИ, включая политику, экономику, социальную жизнь, культуру, спорт.

Тенденция к распространению языковой игры на газетной полосе была отмечена еще В.Г. Костомаровым (1971: 153). Автор пишет, что журналисту, настроенному на поиск экспрессии, «непреодолимо хочется построить парадокс, игру слов».

В настоящее время уже почти невозможно найти статью, даже на очень серьезную тему, где журналист не прибегал бы к индивидуально-авторскому словоупотреблению, которое во многих случаях приобретает определенный оттенок языковой игры.

Создание комического эффекта в текстах современной публицистики осуществляется самыми различными способами и с использованием ресурсов всех языковых уровней. Спектр приемов языковой игры необычайно широк и многообразен. Мы ограничили свое исследование кругом цитат, использование которых сегодня является одним из излюбленных приемов у журналистов. Цитаты широко обыгрываются как в заголовках, так и в самих текстах газетных статей. В данной работе мы рассмотрим случаи использования цитат для создания именно газетного заголовка, который является главным элементом, побуждающим читателя прочитать материал.

Цель работы заключается в том, чтобы проанализировать выявленные цитаты, классифицировать их по сферам-источникам, а также определить способы их структурных трансформаций.

Работа состоит из введения, четырех глав и заключения. Во введении определяются предмет, цели и задачи исследования, а также материал и методы. Во второй главе рассматривается определение понятия «языковая игра», а также ее признаки и функции. В третьей главе мы остановим свое внимание на использовании приема цитации в заголовках современных периодических изданий. Четвертая глава посвящена непосредственно анализу собранного нами материала, в ходе которого мы проанализируем цитатные заголовки и представим их классификацию по сферам-источникам. Анализ цитатных заголовков по способам их структурных трансформаций будет представлен в пятой главе нашей работы. В заключении обобщаются результаты проведенного исследования и делаются выводы. В конце дипломной работы приводится библиография.

Материалом для анализа в данной работе послужили пять многотиражных изданий российской периодической печати: «Аргументы и Факты» (далее АиФ), «Московский комсомолец» (далее МК), «Комсомольская правда» (далее КП), «Коммерсантъ» (далее Ъ) и «Российская газета» (далее РГ). Мы отобрали для анализа по 11 номеров каждой из указанных газет за 2000, 2007 и 2015 годы, для того, чтобы наиболее полно охватить начало XXI века. Исключение составляет «Российская газета», так как в используемой нами базе данных, архив номеров вышеуказанного периодического издания начинается с 2005 года., поэтому примеры отобраны за 2006, 2011 и 2015 годы. Для сбора материала была использована база данных Интегрум.

Издания, выбранные нами в качестве источников, можно охарактеризовать как информативные и информативно-развлекательные, рассчитанные на широкий круг

читателей. При поиске исследовательского материала было отобрано 905 примеров языковой игры с прецедентными текстами.

Необходимо также отметить, что данная работа не претендует на полноту исследования и является достаточно субъективной. При поиске материала мы опирались на собственные фоновые знания и интуицию. В частности, по причине долгого проживания за пределами России, такие сферы, как, например, цитаты из современной телевизионной рекламы, новых российских телефильмов и сериалов, в большинстве своем, нам не известны и, следовательно, остались вне поля нашей работы.

Мы начнем наше исследование с рассмотрения сформулированного разными лингвистами определения понятия «языковая игра».

## **2. ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ**

### **2.1. Определение понятия языковая игра**

Историк культуры Й. Хейзинга (1992: 7) утверждает, что человеческая культура возникает и разворачивается в игре, как игра. Язык также может интерпретироваться как игра: «Дух, формирующий язык, всякий раз перепрыгивает играючи с уровня материального на уровень мысли. За каждым выражением абстрактного понятия прячется образ, метафора, а в каждой метафоре скрыта игра слов. Так человечество все снова и снова творит свое выражение бытия, рядом с миром природы – свой второй измышленный мир». (там же: 14.)

Языковые игры непосредственно связаны с языковой и речевой деятельностью человека. Языковая игра универсальна в том отношении, что почти каждый человек при использовании языка прибегает к тем или иным элементам игры.

Впервые понятие «языковая игра» было употреблено известным австрийским философом Л. Витгенштейном в «Философских исследованиях», вышедших в 1953 году. По его мнению, весь язык в целом представляет собой совокупность языковых игр, а термин *языковая игра* призван подчеркнуть, что использование языка – это компонент деятельности, или форма жизни. Ему же принадлежит широкая трактовка языковой игры как одной из тех игр, посредством которой дети овладевают родным языком. (Витгенштейн 1985: 79.)

Понятие «языковая игра» употребляется в лингвистике достаточно давно. В русистике феномен языковой игры изучается особенно активно в последние десятилетия XX – начале

XXI века. В его толкованиях разными исследователями имеются некоторые расхождения.

Большой энциклопедический словарь (БЭС s.v. Игра) дает следующее определение термину *игра*: «вид непродуктивной деятельности, мотив которой заключается не в ее результатах, а в самом процессе». Однако, как отмечает В.З. Санников (1999: 14), данное определение нельзя применить к термину *языковая игра*, так как хорошая шутка имеет такую же эстетическую ценность, как и любое произведение искусства. Такого же мнения придерживается и Е.А. Земская (Земская и др. 1983: 172-173), утверждая, что языковую игру можно рассматривать как реализацию поэтической функции языка, так как прибегая к языковой игре, говорящий нередко обращает внимание именно на форму речи.

По сравнению с широким определением языковой игры, данным Л. Витгенштейном, Е.А. Земская предлагает более узкую его трактовку. Термином *языковая игра* Е.А. Земская (там же: 172) обозначает все те явления, когда говорящий играет с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. К таким явлениям можно отнести, например, незатейливую шутку, остроту, каламбур и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т. п.). Говорящий использует языковую игру для достижения комического эффекта или как средство выразительности, экспрессивности. Исследователь (Земская и др. 1983: 175) рассматривает языковую игру как две стихии – балагурство, которое было характерно еще для древнерусского юмора, и острословие. Как пишет Д.С. Лихачев (Лихачев и др. 1984: 21), балагурство является одной из русских национальных форм смеха. Балагурия, говорящий разрушает значение слов и коверкает их внешнюю форму. Балагурство не связано с решением каких-либо содержательных задач, оно призвано просто смешить и веселить. Острословие, напротив, связано с содержанием речи и с более экспрессивной передачей содержания. Такие приемы острословия как каламбуры, словообразовательная игра, прием цитации, разные виды непрямых номинаций и т.д. достаточно близко примыкают к балагурству, так что между ними не всегда можно провести четкую границу. (Земская и др. 1983: 186.)

По наблюдениям Е.А. Земской (Земская и др. 1983: 180), одним из ярких примеров балагурства является прием речевой маски. Используя этот прием, говорящий как бы выступает в чужой роли, включая в свою речь различные элементы диалектов и просторечия, а также клише деловой речи, канцелярские обороты и газетные штампы. Комический эффект создается контрастом между ситуацией, контекстами и приметам чужой речи, вызывающей представление об иных говорящих и иной ситуации. Приведем примеры из указанной



монографии (Земская и др. 1981: 45): *Надо стереть со стола на предмет мух//; А. Расскажите как картина? Б. Надо такую резолюцию наложить/дрянь/*. В данных случаях комический эффект достигается сочетанием канцелярски-книжных выражений со словами неподходящей семантики, а также наличием бытового контекста.

Исходя из того, что в основе языковой игры лежит стремление достичь определенного эффекта эстетического воздействия, чаще всего путем аномального или необычного употребления языковых единиц, определение Е.А. Земской, как считает Т.А. Гридина (1996: 4), можно охарактеризовать как эстетическо-прагматическое.

В.З. Санников (1999: 15), в свою очередь, считает, что определение Е.А. Земской слишком широкое и в нем содержатся элементы тавтологичности. Кроме того, под него попадает вся художественная литература, так как любой автор стремится к большей языковой выразительности. Более определенным видом языковой игры, согласно В.З. Санникову, является словесная форма комического – *языковая шутка*, обладающая двумя важными свойствами – определенностью и смысловой и грамматической законченностью. Цель языковой шутки заключается в создании комического эффекта. Тем не менее, исследователь предпочитает использовать более широкий термин «языковая игра», так как между этими двумя явлениями довольно сложно провести четкую границу.

Он (там же: 23) определяет языковую игру как некоторую языковую неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемую говорящим (пишущим) и намеренно им допускаемую. При этом слушающий (читающий) также должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность, так как только намеренная неправильность вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, предложившего эту игру.

Несколько иной точки зрения на языковую игру придерживается В.И. Шаховский (2008: 367). Исследователь рассматривает языковую игру с точки зрения лингвистической теории эмоций. По его мнению, языковая игра является отклонением от определенных правил, но происходит это в пределах нормы. «На настоящий момент совершенно ясно, что языковая игра не является злокачественным нарушением языковых и речевых норм. Она – результат их оригинального, нестандартного варьирования на базе креативной компетенции коммуникантов в определенном эмотивном дискурсе».

В русистике также существует подход к изучению языковой игры как к осознанному

нарушению нормы. В исследовании Т.А. Гридиной (1996: 6) отмечается, что идея такого понимания языковой игры является продуктивной, так как она позволяет рассматривать данный феномен с точки зрения отражения закономерностей системы и нормы в языковом сознании общества и конкретного индивида. Основополагающий принцип языковой игры Т.А. Гридина (там же: 10) связывает с ассоциативным характером мышления: «В основе нашего понимания языковой игры лежит представление о ней как о процессе направленного (программирующего) ассоциативного воздействия на адресата, достигаемого при помощи различных лингвистических механизмов». Языковая игра, по мнению исследователя (там же: 192), это вид речемыслительной деятельности, использующий лингвистический инстинкт, лингвистическое чутье говорящих и требующий от них решения эвристических задач.

В своей работе Т.А. Гридина (1996: 6) поднимает вопрос, какой термин предпочтительнее использовать – *языковая* или *речевая игра*, поскольку данное явление связано и с языком, и с речью. Автор приходит к заключению, что имеются достаточные основания использовать термин *языковая игра*. Аргументируя свою точку зрения, Т.А. Гридина (там же: 6-8) выделяет следующие моменты: во-первых, языковая игра основана на знании системы и нормы. Во-вторых, она является способом новой (творческой) интерпретации знака. В-третьих, эффект языковой игры продуцируется условиями системного знака и отражением модели языка в сознании индивида.

С точки зрения «аномальности» рассматривают языковую игру в своей работе Т.А. Булыгина и А.Д. Шмелев (1997: 438), отмечая, что в науке нередко открытие начинается с осознания аномалии. Исследователи предлагают отличать от языковой игры наивный языковой эксперимент, когда говорящий сознательно производит аномальное высказывание, тем самым пытаясь привлечь внимание к нарушаемому правилу. Авторы (там же: 448-450), однако, сами признают, что граница между языковой игрой и наивным экспериментом не всегда может быть легко проведена.

В своей статье «Аномалии и язык» Н.Д. Арутюнова (1987: 6) пишет, что «игра в нарушение семантических и прагматических канонов имеет своей целью вникнуть в природу самого канона, а через него и в природу вещей».

Согласно Л.В. Лисоченко и О.В. Лисоченко (2000), феномен языковой игры в речетворческой деятельности говорящего имеет место:

1. при преднамеренном необычном употреблении нормативных языковых единиц;
2. при сознательном использовании аномальных, отклоняющихся от канона языковых

средств;

3. при обращении говорящего (пишущего) к прецедентным текстам, цитатам из художественных произведений, популярных песен, кинофильмов, фразеологизмам, пословицам, поговоркам и т.д.

Таким образом, обобщая вышесказанное, мы будем понимать языковую игру как творческое использование языковых средств, некую неправильность или необычность, намеренно допускаемую адресантом, а также предполагающую наличие адресата, принимающего «правила» этой игры и обладающего достаточными фоновыми знаниями, которые позволяют понять ее суть.

Важно также отметить тот факт, что языковая игра свойственна далеко не всем говорящим. Существуют люди, широко ее применяющие, и люди, которые в силу каких-либо причин никогда не прибегают к языковой игре. (Земская и др. 1983: 175.) В другой работе Е.А. Земская (Земская и др. 1981: 47) подчеркивает, что языковая игра распространена, как правило, среди людей высокой культуры и образованности, владеющих языком во всем его многообразии. Существуют также ситуации, когда использование шутки или шутливой тональности не совсем уместно.

## **2.2. Языковая игра или языковая ошибка**

Как мы писали выше, некоторые исследователи языковой игры связывают данный феномен с осознанным нарушением нормы. При этом следует обратить особое внимание на то, что языковая игра не должна восприниматься как языковая ошибка.

В.Г. Костомаров и А.А. Леонтьев (1966: 9) отмечают, что следует строго различать действительное несоблюдение норм разных ярусов и «игру» в несоблюдение их, которая не ведет к восприятию речи как ненормативной, а, напротив, может считаться высшей ступенью речевой культуры.

Как пишет Б.Ю. Норман (2011: 247-248), языковая игра и языковая ошибка имеют в своей природе много общего, у них единые корни. Главное различие исследователь видит в осознанности первой и неосознанности, непреднамеренности второй. Используя языковую игру, говорящий прогнозирует определенный эффект от нее, допуская же речевую ошибку – делает это непреднамеренно. При этом, как отмечает Б.Ю. Норман (там же: 248), такое противопоставление не дает достаточно строгого основания для разграничения, потому что

языковая игра характеризуется разной степенью осознанности.

Н.В. Данилевская считает, что при разграничении фактов языковой игры и языковых ошибок главную роль играет языковая и стилистическая компетенция адресанта:

В отличие от речевых ошибок языковая игра строится благодаря знанию системных языковых связей и владению стилистическими закономерностями употребления единиц языка, а также учету жанровой специфики речепроизводства. Языковая игра имеет двойную направленность: это языковое и собственно речевое явление, ибо для реализации языковой игры первостепенное значение имеет умение творчески нарушить (перестроить) усвоенные модели стандартного употребления языка. (Данилевская 2003: 657-658.)

Следует также отметить тот факт, что языковая ошибка в некоторых случаях имеет тенденцию к превращению в языковую игру. Так, например, в монографии «Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест» (Земская и др. 1981: 185) приводятся примеры употребления так называемых языковых ошибок «в интеллигентской речи» и создание аналогичных окказиональных форм в качестве языковой игры – *смогёшь, текёт, хочете, опускаець и упредю, ухую* и др.

В.И. Шаховский (2008: 356) также пишет, что существуют случаи, когда оговорки или графические описки приводят к незапланированному комическому эффекту, при этом не являясь примером языковой игры автора с языком, однако, если автор, уже осознав факт ошибки, с удовольствием повторяет ее, ожидая того же эмоционального эффекта, то ошибка в этих случаях превращается уже в языковую игру.

Следует отдельно подчеркнуть, что эффект языковой игры будет достигнут только в тех случаях, когда читающий (слушающий) готов к ее адекватному восприятию. Иначе игра, в одних случаях, может быть интерпретирована как языковая ошибка, в других – просто вызовет недоумение и непонимание адресата.

### **2.3. Признаки и правила языковой игры**

Й. Хейзинга (1992: 17-24) рассматривает игру в тесной взаимосвязи с культурой, что и определяет основные признаки игры. Игра – это, в первую очередь, свободная деятельность, она есть функция, без которой можно обойтись, потребность в игре возникает только в том случае, когда возникает желание играть. Со свободным характером игры исследователь

связывает второй ее признак – выход за рамки обыденной жизни. Игра украшает жизнь, дополняет ее и вследствие этого является необходимой. Третий признак игры – это ограниченность во времени и пространстве. Игра начинается и в определенный момент заканчивается, течение игры и ее смысл заключены в ней самой. Особо важное место в игре занимают такие ее признаки как порядок и напряжение. Игра становится красивым эстетическим действием именно благодаря порядку, а напряжение, в свою очередь, сообщает игровой деятельности определенное эстетическое содержание. Последними признаками игры Й. Хейзинга называет таинственность и маскировку. Все вышеназванные признаки характеризуют, по нашему мнению, и языковую игру.

Как пишет Й. Хейзинга (там же: 22), у каждой игры существуют свои правила, которые, безусловно, обязательны и не подлежат сомнению. Не является исключением и языковая игра, которая осуществляется по своим правилам, среди которых Л.В. Лисоченко и О.В. Лисоченко (2000) выделяют следующие: 1) наличие участников игры, способных к вербальной коммуникации; 2) наличие материала игры – языковых средств, используемых производителем и воспринимаемых, в свою очередь, получателем речи; 3) наличие условий игры, которые, как правило, бессознательно усваиваются самими играющими; 4) знакомство участников с условиями игры; 5) поведение играющих, соответствующее условиям и правилам игры.

Б.Ю. Норман (2011: 7-10) выделяет следующие отличительные черты языковой игры. Языковая игра обязательно содержит эстетический момент: удовольствие, которое испытывает говорящий и слушатель, заключается в ощущении красоты и изящества сказанного. Второй отличительной чертой исследователь называет ее сопряженность с комическим эффектом – зачастую языковая игра направлена на то, чтобы просто позабавить собеседника, развеселить, рассмешить его. В этом случае языковая игра является только одним из средств создания комического, она соотносится с целым рядом различных приемов, с помощью которых и достигается юмористический эффект. В основе языковой игры лежат некоторые внутренние свойства самого языка – его строения и функционирования в обществе. В этом и заключается третья ее особенность: «В самом деле, стоит задуматься: ведь языковая игра – это постоянное нарушение каких-то правил или, как мы выразились, балансирование на грани нормы, и в то же время сами эти нарушения не бессистемны и случайны, а также происходят по определенным правилам, подчиняются некоторым закономерностям (потому их несложно разложить по полочкам).»

В.И. Шаховский (2008: 373) пишет, что языковая игра – «не только вид развлечения и эмоциональной фатки, фасинации, это прежде всего форма проявления креативной способности языковой личности и ее эмоционального интеллекта».

#### 2.4. Функции языковой игры

Как отмечают многие исследователи, языковая игра многофункциональна и ее диапазон достаточно широк.

Е.А. Земская (Земская и др. 1983: 174) пишет, что комизм является одной из основных функций языковой игры в разговорной речи. Используя разные приемы языковой игры, говорящий стремится придать речи шутливую тональность и тем самым вызвать у слушателей улыбку, смех. Среди других функций языковой игры В.З. Санников (1999: 27) также выделяет стремление развлечь себя и собеседника, а также стремление говорящего к самоутверждению. Например, в условиях советского тоталитарного общества самоутверждение путем осмеивания окружающего являлось оправданной необходимостью.

Языковая игра может использоваться и как средство выразительности, экспрессивности, что позволяет придать высказыванию яркий вид, сделать его более интенсивным, привлечь к нему внимание адресата. Следует отметить также так называемую «смягчающую» функцию языковой игры, которая позволяет говорящему нарушать важный принцип речевого общения – принцип вежливости. Е.А. Земская иллюстрирует это следующим примером:

Молодой человек, понимая, что друг говорит неправду и не желая обидеть его, обращается к нему, цитируя известную фразу из произведения Н.В. Гоголя «Мертвые души», сказанную Ноздревым капитану-исправнику: *«Вы врете!»*. Данная фраза (принимая во внимание то, что друзья часто цитируют Гоголя) воспринимается собеседником как очевидная цитата, переводящая речь в шутливую тональность и смягчающая неприятное содержание. (Земская и др. 1983: 174.)

Т.А. Гридина (1996: 6) называет такую функцию языковой игры эвфемистической, а В.З. Санников (1999: 27-30) – маскировочной, так как она позволяет обойти цензуру культуры, маскирует запретный смысл. Так, например, прибегая к языковой игре говорящий нередко смеется над неприличным, высказывает тривиальное, абсурдное, морализирует, а также

сглаживает невежливость.

По мнению Б.Ю. Нормана (1987: 169), каждый человек при использовании языка прибегает к тем или иным элементам игры, и, зачастую, делает это «просто так», для собственного удовольствия, не преследуя никаких конкретных практических целей. Таким образом реализуется еще одна функция языковой игры, которую можно назвать «функцией удовольствия» или гедонистической.

Языковая игра, согласно В.З. Санникову (там же: 26-27), является средством обогащения языка: «найденное в акте индивидуального творчества нередко закрепляется в языке как новый, более яркий (и экономный!) способ выражения мысли». Исходя из этого, исследователь выделяет также ее языкотворческую функцию. Развитие мышления и языка является одной из целей языковой игры. То, что найдено в результате индивидуально-авторского творчества часто закрепляется в языке как новый, более яркий способ выражения мысли.

Т.А. Гридина (1996: 198) считает, что в качестве одной из основных функций языковой игры необходимо выделить также эвристическую функцию. Такая функция трактуется исследователем как активизация способностей говорящих к постановке и решению нестандартных лингвистических задач: «Языковая игра как реализация эвристической функции речемыслительной деятельности дает чувство перспективы в самовыражении языковой личности, проявления ее компетенции» (там же: 198-199).

В качестве примера исследователь (там же: 6) также называет релаксационную функцию языковой игры, отмечая при этом, что специфические функции данного феномена в ситуациях общения требуют дальнейшего изучения.

Таким образом, можно сделать вывод, что языковая игра используется адресантом с различными целями и для достижения определенного эффекта. Большинство исследователей называют основными функциями языковой игры комическую, языкотворческую и экспрессивную. Следует также отметить, что вышеназванные функции тесно взаимосвязаны между собой и не являются единственно возможными целями реализации языковой игры.

## **2.5. Языковая игра в современной прессе**

Многие исследователи подчеркивают, что языковая игра является одним из характерных признаков языка современной прессы.

Язык современных газет может служить зеркалом современной российской жизни. Он отражает все то хорошее и плохое, что свойственно нашей действительности: отказ от показухи и лицемерия, от казенного бюрократизма и безликости, демонстрирует раскованность, раскрепощенность, стремление выразить свое личное мнение, повышенную экспрессивность, порождающую и высокий гражданский пафос и резкость, доходящую до грубости. (Земская 1996: 157.)

Журналисты современных СМИ играют со словами и в слова в поисках новых, необычных номинаций для лиц и событий, ломая традиционные модели словообразования, грамматики, снимая табу на сочетаемость слов. Игровая, карнавальная стихия реализуется в языковой раскрепощенности и вседозволенности. (Сметанина 2002: 198.)

Как уже отмечалось выше, языковая игра обладает широким диапазоном функций. Что касается языковой игры в прессе, экспрессивная функция, как пишет С.И. Сметанина (2002: 203), здесь бесспорно доминирует, так речь идет об игре, цель которой выделить сам язык. С.В. Ильясова и Л.П. Амири (2009: 33-34) называют одной из основных функций языковой игры в прессе языкотворческую, роль которой очевидна, так как язык СМИ является катализатором изменений на разных уровнях языка. Согласно авторам, другой важной функцией является оценочная функция, так как сегодня оценочность, наряду с экспрессивностью, становится одной из основных составляющих языка газет. Как отмечает Н.И. Клушина (2003: 274), оценочность – это универсальная черта публицистического стиля, которая пронизывает все ярусы публицистических текстов, и, как основной стилеобразующий фактор, начинает играть свою роль уже на самой ранней стадии создания текста.

Заголовок является основной сферой функционирования языка в газете. Согласно С.В. Ильясовой (2002: 61), именно в заголовках реализуется одна из функций языковой игры – рекламная, так как заголовок используется автором для того, чтобы заинтересовать читателя, привлечь его внимание именно к своей статье, убеждает прочесть ее, то есть определенным образом рекламирует публикацию. Изменение функциональной направленности заголовков повлекло за собой новое их оформление: они стали более броскими, приобрели такое качество как зазывность, так как они призваны продать свой товар – в данном случае, информацию.

Л.П. Крысин (2005: 55-56) пишет, что отклонения от нормы в языке средств массовой информации с целью иронии, насмешки, языковой игры, заслуживают особого внимания.



Такие отклонения опираются, в частности, на нереализованные возможности языковой системы или использование нетрадиционных, нехарактерных для литературного языка средств. По мнению автора, такие случаи трактуются не как ошибка, не как распространенное новшество, которое противоречит принятой норме, а как речевой прием, свидетельствующий о свободе, с которой человек использует язык, сознательно – с целью пошутить, обыграть значение или форму слова, скаламбурить и т.д., – игнорируя нормативные установки.

Распространению языковой игры в современной прессе, несомненно, способствует рост личностного начала и диалогичности, а также, как отмечают Л.В. Лисоченко и О.В. Лисоченко (2000), «коммуникативное равенство адресанта и адресата», при котором адресант имеет возможность рассчитывать на понимание его речевого творчества в виде языковой игры. По мнению М.Ю. Федосюк (цит. по Лисоченко и Лисоченко 2000), в разговорном стиле «презумпция коммуникативного равенства адресанта, в частности, установка на высокую осведомленность (и, если можно выразиться, "понятливость") адресата получила проявление [...] в широком распространении языковой игры».

Диапазон приемов языковой игры, используемых журналистами в текстах современной печати, необычайно широк, здесь используются ресурсы практически всех языковых уровней. Так языковая игра позволяет языку со всей полнотой реализовать его потенциал.

Использование чужого текста, прием цитации, как отмечают многие исследователи языковой игры, является, пожалуй, одним из самых распространенных приемов языковой игры в современной прессе.

### **3. ПРИЕМ ЦИТАЦИИ**

#### **3.1. Цитата, интертекст, прецедентный текст**

Как отмечалось выше, включение журналистами чужого текста в газетный текст является ведущей чертой современной публицистики. Лингвисты применяют к подобному феномену различные термины, например, интертекст, цитация, прецедентные тексты, текст в тексте и др.

Цитата трактуется учеными в широком и узком смыслах. В узком смысле, цитата – это

дословная выдержка из какого-либо произведения или текста. Цитата в широком смысле – это любой элемент чужого текста. По Б.М. Гаспарову (1996: 109), «цитата не есть изолированный отрезок речи, раз и навсегда отложившийся в определенной ячейке памяти, но непрерывный «гул», заполняющий все интеллектуальное пространство, в котором осуществляется наша языковая перцепция и языковое творчество».

По критерию точности воспроизведения цитаты делятся на дословные (собственно цитаты), и видоизмененные (квазицитаты), например:

- 1) Яблони в цвету (РГ, 13.04.2006, №13, 76) – название песни
- 2) Вот сейчас мы немножко выпьем, но на лошадь садиться не станем (КП, 15.08.2000, №148) – видоизмененная цитата из произведения Ф. Искандера «Стоянка человека»: **Нет, нет, – за всех сказал Расим, – сначала объездим лошадь, а потом спокойно сядем за стол, выпьем, поговорим...**

Термин *интертекстуальность* был введен в 1967 году Ю. Кристевой. Интертекстом в лингвистике называются тексты, которые отсылают к другим текстам. Интертекстуальность может проявляться в использовании прецедентных текстов.

Термин *прецедентный текст* впервые был употреблен Ю.Н. Карауловым (1987: 216). Исследователь дает следующее определение этому понятию: «тексты, (1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности». Цитирование есть один из способов введения прецедентных текстов в дискурс языковой личности (там же: 230).

Феномен прецедентности основывается на общности социальных, культурных или языковых знаний участников коммуникативного акта. Н.И. Клушина (2003: 285-286) отмечает, что интертекстуальность успешна только в случае пересечения фоновых знаний адресата и адресанта. Если эти знания не совпадают, происходит коммуникативная неудача. То есть цитируемые тексты должны быть прецедентными, хорошо известными широкой аудитории, так как язык массовой коммуникации ориентирован именно на массовое сознание. Знание прецедентных текстов является показателем принадлежности к определенной эпохе и ее культуре, тогда как их незнание, наоборот, есть предпосылка отторженности от данной культуры.

Д.Б. Гудков (1999: 26-28) выделяет среди прецедентных феноменов следующие

составляющие: прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя и прецедентную ситуацию. К числу прецедентных текстов относятся произведения художественной литературы, тексты песен, рекламы, анекдоты и т.д. Например:

- 3) Новогодняя сказка (Ъ, 05.01.2000) – название советского мультфильма
- 4) Вдоль по Тверской (РГ, 13.04.2006, №13, 76) – трансформированное название песни **«Вдоль по Питерской»**

Прецедентное высказывание включает в себя цитаты из текстов различного характера, а также пословицы и поговорки, например:

- 5) Кто на новенького? (МК, 16.03.2007) – строка из песни «Песенка о шпаге»
- 6) Сырец свеклы не слаще (Ъ, 25.01.00, 9) – трансформированная пословица **Хрен редьки не слаще**

К прецедентному имени относятся имена, связанные либо с прецедентным текстом, либо с прецедентной ситуацией, например:

- 7) **Баба яга** выйдет на сказочную тропу (МК, 22.03.2007)
- 8) **Юлий** не **Цезарь** (МК, 23.03.2007)

Прецедентная ситуация – это некая «эталонная ситуация», связанная с определенными коннотациями, например:

- 9) **Нюрнбергский процесс** Саенко (АиФ, 28.03.07 - №13 (1378))

Жестких границ среди названных выше прецедентных феноменов не существует, то есть они все довольно тесно между собой взаимосвязаны.

Мы будем понимать под цитатой широкое ее определение, иными словами, прецедентные тексты и высказывания, к числу которых относятся, например, произведения художественной литературы, тексты и названия песен, реплики из кинофильмов, пословицы и поговорки, крылатые выражения, политические лозунги и др.

### 3.2. Цитация в заголовках современных периодических изданий

Как отмечает И.В. Анненкова (2005:101), культурно-языковая компетенция современных носителей русского литературного языка и русской культуры позволяет журналистам

проводить и производить «прецедентные операции» различной интеллектуально-ментальной сложности и различной этико-психологической направленности.

Основу нашей языковой деятельности, согласно Б.М. Гаспарову (1996: 105-108), составляет гигантский «цитатный фонд», восходящий ко всему нашему языковому опыту и участвующий в каждом коммуникативном акте. По наблюдениям И.В. Анненковой (2005: 103), используя игры с таким «цитатным фондом», риторическая установка современных СМИ отражает тенденцию к порождению новых смыслов и новых оценок.

Согласно Е.А. Земской (1996: 157), включение в текст газеты элемента чужого текста, цитация и квазицитация, являются одним из типических для современных газет способов реализации поэтической функции языка (термин Якобсона). Е.А. Земская пишет о целях использования цитатных заголовков следующее: заголовки с использованием цитат и квазицитат являются риторическим приемом украшения текста, реализующим поэтическую функцию языка. Текст в тексте создает вертикальный контекст, что усложняет речевое произведение журналиста:

Порождая двуплановость или многоплановость «включенный текст» служит целям языковой игры разного рода: способствует поэтизации текста, создает поэтический намек, подтекст, рождает загадку, создает ироническое, саркастическое, гротескное, трагическое или иное звучание, способствует иерархизации смысла, – придает бытовой фразе смысл иносказания – политического, поэтического, философского или какого-либо иного, иногда просто порождает неприятную шутку. (Земская 2004: 563.)

Е.А. Земская (1996: 30) подчеркивает, что игра с цитатами разного рода является излюбленным средством выразительности в современном языке: «Присутствие чужого слова придает резкую экспрессивность современному дискурсу. Текст в тексте создает двуплановость или многоплановость восприятия». Как пишет Ю.М. Лотман (1992: 155-156), «текст в тексте» – это риторическое построение, при котором различие в закодированности разных частей текста делается выявленным фактором авторского построения и читательского восприятия текста. Такое построение обостряет игровой момент в тексте, его диалогичность, подчеркивает игровой характер текста, порождает контекст.

Как пишет Е.А. Козицкая (2005: 30), цитата – это своего рода загадка, от разгадывания которой реципиент получает своеобразное удовольствие. С одной стороны, он ощущает себя умным, значимым, образованным, с другой – начинает воспринимать автора как человека своего круга. Узнанная цитата, несомненно, повышает читательский интерес к газете.

Е.А. Козицкая (2001: 25-27) выделяет два основных разряда цитат: цитаты-клише, знакомые подавляющему большинству носителей языка и аллюзии, понятные преимущественно представителям той или иной социокультурной группы. К первому разряду она относит песни, пословицы, крылатые фразы, общеизвестные цитаты из классиков, всем знакомые библеизмы, поп-культурные факты и т.д. Ко второму типу исследователь относит аллюзии, рассчитанные на определенный слой реципиентов, например, отсылки к философским текстам, литературе для узкого круга, к «кино не для всех» и т.д. Е.А. Земская (1996: 166) выделяет такие явления в особый разряд, называя их «интеллигентскими играми» и относит к этому типу тексты на иностранных языках и тексты, ориентированные на иностранные цитации или тексты, записанные латиницей. Мы согласны с мнением Е.А. Козицкой (2001: 28), что к цитатам, рассчитанным на интеллигентного читателя, следует отнести не только аллюзии с использованием или обыгрыванием иноязычных текстов, но и все реминисценции, требующие определенного уровня культурной подготовки. Независимо от того, относятся ли цитатные вкрапления к массовой или к элитарной культуре, они всегда сообщают публицистическому тексту такое важное качество, как эстетическую выраженность (Сметанина 2002: 134).

Как отмечает И.В. Анненкова (2005: 105), исследования заголовков печатных изданий демонстрируют максимально возможный спектр и речевой субкультуры, и приемов осмысления текстов-интерпретативов. В прессе представлены и простые немодифицированные цитаты, и цитаты-аллюзии с изменением лексических и структурно-синтаксических компонентов, и, что очень важно, субтексты разных поколений.

Е.А. Козицкая (2001: 75) обращает внимание на следующее интересное явление: в ряде случаев газетный текст становится новым источником цитат-идиом, крылатых слов и поговорок, которые входят в речевой обиход широких слоев населения.

Согласно Е.А. Земской (2004: 521), для современного российской прессы характерно два способа применения прецедентных текстов: дословное использование, когда само использование чужеродной единицы выступает как средство экспрессии, и различные трансформации прецедентного текста, что служит рождению нового содержания.

Различные примеры трансформации прецедентных текстов мы рассмотрим в пятой главе нашего исследования.

Тексты современных СМИ представляют собой ядро современной русской национальной культуры, что объясняется в первую очередь тем, что именно язык СМИ

отражает высокий энергетический потенциал текстов-интерпретативов, субтекстов, задеиствуемых журналистами в своем творчестве (Анненкова 2005: 113-114).

В настоящее время цитаты довольно широко используются в современных печатных изданиях как в составе самого текста, так и в составе заголовка. Активнее всего тенденцию к широкому использованию приема цитации можно проследить в заголовках, так как они являются элементом, занимающим в тексте сильную позицию, привлекая внимание читателей при первом знакомстве с публикацией. Как отмечает Е.А. Земская (2004: 551), заголовок является одним из самых ярких и читаемых элементов газеты. Многие читатели лишь проглядывают заголовки, не читая все статьи. Журналисты отличаются высокой изобретательностью, создавая остроумные, броские, нестандартные, порой загадочные заголовки, которые побуждают читателя перейти от интригующего заголовка непосредственно к самому тексту статьи.

Можно также отметить, что в последние годы, стремительное развитие интернета повлияло на усиление позиции заголовка, так как издания, имеющие сетевую версию, с помощью ярких интригующих заголовков повышают количество интернет-читателей, что влияет на получение дополнительных рекламодателей. Сегодня одной из основных задач журналиста является стремление к созданию легкого для восприятия, информативного и, одновременно, интригующего заголовка.

По Г.С. Шалимовой (цит. по Анненкова 2005: 107), общая установка заглавий, где фигурирует языковая игра с хорошо известными текстами – это создание эффекта необычности, нестандартности, стремление заинтересовать читателя, иногда удивить его и тем самым заставить прочесть публикацию.

В большинстве случаев прецедентные тексты фигурируют в заголовках периодических изданий без кавычек, тем самым имитируя свою принадлежность автору. Читатель должен суметь их вычленить, понять откуда цитаты, что они означают, какой смысл вкладывает журналист, используя цитату в данном заголовке и т.д. Здесь необходимым условием узнавания цитаты является общность апперцептивной базы автора и читателя, их интеллектуальный опыт, фоновые знания, культурно-языковая компетенция. Бесспорно, что при отсутствии таких знаний, эффект, на который рассчитывал автор статьи, будет заметно ослаблен.

Далее мы перейдем к следующей части нашего исследования, а именно к анализу отобранных нами цитатных заголовков.

## **4. КЛАССИФИКАЦИЯ ЦИТАТ ПО ИСТОЧНИКАМ**

Описание источников прецедентных текстов, используемых журналистами в заголовках текстов периодической печати, представляет большой интерес, так как они с одной стороны характеризуют менталитет автора и его уровень, с другой – психологию и коммуникативную компетенцию читателя. При этом, для достижения нужного автору статьи эффекта, цитата должна быть узнаваема, в противном же случае возникает минус-эффект коммуникации. (Земская, 2004: 555.)

Количество используемых цитат и квазицитат в заголовках варьируется в зависимости от издания, несмотря на это, как отмечают многие исследователи, прием цитации в современной российской прессе является, пожалуй, самым используемым.

Как отмечает Е.А. Земская (там же), диапазон прецедентных текстов в заголовках печатных изданий очень широк: он включает стихотворные и прозаические цитаты, названия литературных произведений, кинофильмов, пословицы и поговорки, устойчивые выражения, политические лозунги, библеизмы.

Взяв за основу классификацию, предложенную Е.А. Земской, а также С.В. Ильясовой и Л.П. Амири, применительно к текстам СМИ и рекламы, мы рассмотрим источники цитирования в газетных заголовках, которые были выявлены в ходе нашей работы над материалом.

### **4.1. Фразеологический фонд**

По нашим наблюдениям, наибольшее количество цитируемых текстов относится к фразеологическому фонду русского языка. Фразеологический фонд довольно разнообразен по своему составу, сюда мы относим пословицы и поговорки, крылатые фразы и афоризмы, идиомы, а также речевые штампы и расхожие выражения. Всего в ходе исследования нами было зафиксировано 295 заголовков, в которых задействованы элементы фразеологического фонда языка, в целом это составило 32,6 % от общего числа выделенных нами примеров.

#### **4.1.1. Идиомы, крылатые фразы и афоризмы**

Эта группа прецедентных текстов занимает первое место по частоте использования.

Общеизвестно, что фразеология является одним из самых ярких, выразительных и действенных средств языка.

Фразеологический фонд представляет собой замечательный материал для реализации важного конструктивного принципа языка периодической печати – сочетания экспрессии и стандарта. Фразеологизмы становятся широко используемым материалом газетных публикаций, поскольку, привлекая внимание читателей к печатной информации необычностью структуры, высокой экспрессивностью и броскостью, они лишены автоматизма и нарочитой книжности. (Философ 2005: 262.)

Как пишет Е.Н. Басовская (2003: 57), обыгрывание широко понимаемой фразеологии, в том числе и крылатых выражений, является характерной чертой современного публицистического стиля. Такой прием дает автору статьи возможность не только заинтересовать читателя, но и продемонстрировать кругозор, а также настроить компетентного читателя на диалог культурных единомышленников. Специфика заголовков такого типа в современной прессе заключается во всепроникающей ироничности цитирования.

- 10) Увидеть невидимое (РГ, 05.04.2006, №69)  
Ср. Нельзя объять необъятное
- 11) Язык без гостей (АиФ, 18.04.07 - №16 (1381))  
Ср. язык без костей
- 12) За длинным долларом (Ъ, 15.01.15, 4)  
Ср. гнаться за длинным рублем
- 13) Обама, ты не прав (МК, 22.01.2015, №26722)  
Ср. Борис, ты не прав!
- 14) Истина: в страусином яйце! (МК, 16.03.2007, №24417)  
Ср. Истина в вине (лат. *In vino veritas*)

#### 4.1.2. Пословицы и поговорки

Второе место, по нашим наблюдениям, занимают пословицы и поговорки. Скорее всего, популярность их использования обусловлена тем, что большинство пословиц и поговорок, так называемая народная мудрость, отличаются простотой, краткостью, выразительностью и образностью, а также хорошо известны среднестатистическому читателю и, следовательно, легко узнаваемы даже в трансформированном виде, являясь при этом достаточно эффективным средством привлечения внимания читателя. Творческое использование в заголовках трансформированных пословиц, или как их нередко именуют – антипословиц,



несомненно делает такие заглавия броскими и экспрессивными. Приведем несколько примеров:

- 15) Бедный богатого не понимает, или Кому нужны бесплатные подарки (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))  
Ср. Сытый голодного не понимает.
- 16) Что с неба упало (Ъ, 26.01.00, 10)  
Ср. Что с возу упало, то пропало.
- 17) Россия баксу покоя не дает (МК, 12.01.2000, №004)  
Ср. Дурная голова ногам покоя не дает.
- 18) С миру по экспонату (РГ, 12.04.2006, №75)  
Ср. С миру по нитке – голому рубаха.

#### 4.1.3. Речевые штампы и расхожие выражения

Как пишет Б.Ю. Норман (2011: 140-141), в памяти каждого из нас хранится множество готовых высказываний на все случаи жизни. Все эти сентенции уже существуют в нашем сознании как бы сами по себе, в отрыве от своих первоисточников. То есть авторство таких выражений определить сложно, и, в большинстве случаев, практически невозможно. Кроме того, народ постоянно создает новые различные номинации для многочисленных явлений повседневной жизни, которые прочно закрепляются в нашей памяти. Приведем несколько примеров обыгрывания таких номинаций в заголовках периодической печати:

- 19) Грибочки под... солому (АиФ, 29.03.00 - №13)  
Ср. Грибочки под водочку.
- 20) Все болезни от... пыли? (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))  
Ср. Все болезни от нервов.
- 21) Как Йошка ляжет (Ъ, 22.01.00, 8)  
Ср. Как карта ляжет.
- 22) Уроки учить здоровью вредить? (КП, 06.04.2015, №37 5)  
Ср. Курить – здоровью вредить!
- 23) Кто не успел, тот не опоздал (РГ, 04.04.2011, №70)  
Ср. Кто не успел, тот опоздал.

#### 4.2. Литературный фонд

Следующим по частоте источником цитирования является, согласно нашим наблюдениям, литературный фонд. К этому типу мы относим тексты и названия литературных

произведений и поэтических текстов, цитаты из них, литературные персонажи, а также фольклорные и библейские тексты. Всего мы выделили для анализа 191 пример заголовков с использованием данных источников, что составляет 21,1 % от общего количества найденных нами примеров.

#### 4.2.1. Названия произведений художественной прозы и цитаты из них

Примеры заголовков, созданных с использованием цитат, имен персонажей и названий прозаических произведений художественной литературы встречаются в найденных нами примерах чаще всего.

Первое место по частоте цитируемости занимает русская литература. Прежде всего иронически обыгрываются хорошо узнаваемые среднестатистическим читателем произведения классической литературы, входящие в школьную программу. Е.Н. Басовская (2003: 58) отмечает, что вольное обращение с классическими литературными текстами вряд ли заслуживает осуждения. Здесь действует общий для всех типов устойчивых сочетаний закон: по мере фразеологизации связь выражения с первоисточником часто ослабляется и значение целого перестает равняться сумме значений частей. Для журналистов, обыгрывающих хорошо известные читателю цитаты, не имеет значения трагический характер тех или иных исходных текстов, важное значение имеет только узнаваемость названий и строк из произведений.

Согласно нашим материалам, наиболее частотны отсылки к произведениям Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевского, А.С. Грибоедова, Н.В. Гоголя, А.П. Чехова, А.Н. Островского. Приведем несколько примеров:

- 24) Волна и мир (Ъ, 06.03.07, 35)  
Ср. «Война и мир» – название романа Л.Н. Толстого.
- 25) Без кино виноватые (МК, 17.01.2015, №26718)  
Ср. «Без вины виноватые» – пьеса А. Н. Островского.
- 26) А Анна кто? (АиФ, 11.03.15 - №011)  
Ср. А судьи кто? – цитата из комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума».
- 27) Вечера на Хуторе близ Черного моря (МК, 16.01.2015, №26717)  
Ср. «Вечера на хуторе близ Диканьки» – название первой книги Н.В. Гоголя.
- 28) Жених для дамы с собачкой (АиФ, 04.03.15 - №010)  
Ср. «Жених» и «Дама с собачкой» – рассказы А.П. Чехова.

Можно также отметить и цитирование в периодической печати произведений литературы советского периода. Большинство отобранных нами примеров относится к произведениям И. Ильфа и Е. Петрова. Можно предположить, что такая частота цитируемости этих произведений объясняется их невероятной популярностью среди читателей и неоднократными экранизациями, благодаря которым главный герой – Остап Бендер – стал народным любимцем. Многие цитаты из произведений И. Ильфа и Е. Петрова настолько популярны, что известны даже людям, которые не читали этих авторов. Приведем несколько примеров заголовков с отсылкой к вышеназванным произведениям:

- 29) Заграница им поможет? (Ъ, 10.03.07, 38)  
Ср. Заграница нам поможет. - цитата Остапа Бендера из произведения «Двенадцать стульев».
- 30) Лед тронулся (АиФ, 06.01.15 - №001-002)  
Ср. Лед тронулся, господа присяжные заседатели! – восклицание Остапа Бендера из романа «Двенадцать стульев».
- 31) Бумажные обои не роскошь, а средство украшения квартиры (КП, 01.08.2000, №138)  
Ср. Автомобиль — не роскошь, а средство передвижения. – цитата из романа «Золотой теленок».
- 32) «Тарелочки» без голубых каемочек (АиФ, 09.02.00 - №06)  
Ср. На блюдечке с голубой каемочкой. – цитата из романа «Золотой теленок».

Широко цитируемым автором также является М.А. Булгаков, отсылки к произведениям которого, как показывает собранный нами материал, встречаются чаще, чем отсылки к другим советским писателям, не считая вышеназванных И. Ильфа и Е. Петрова.

- 33) Мастер Маргарита (АиФ, 16.05.07 - №20 (1385))  
Ср. «Мастер и Маргарита» – название романа М.А. Булгакова.
- 34) Кто испортил жилищный вопрос (РГ, 13.04.2006, №13, 76)  
Ср. Квартирный вопрос только испортил их. – цитата из романа «Мастер и Маргарита».
- 35) Подписи не несут (Ъ, 19.01.00, 5)  
Ср. Рукописи не горят. – цитата Воланда из романа «Мастер и Маргарита».

Достаточно разнообразны ссылки на произведения зарубежной литературы, хотя число таких примеров значительно меньше тех, которые основываются на базе отечественных произведений. Среди примеров преобладают произведения классической литературы, детские литературные сказки, культовые произведения Р.Р. Толкина, Дж. К. Роулинг и Д.

Брауна, которые стали особенно популярны благодаря кинематографу. Приведем некоторые примеры:

- 36) Блеск и нищета алмазов (АиФ, 22.03.00 - №12)  
Ср. «Блеск и нищета куртизанок» – произведение французского классика Оноре де Бальзака.
- 37) Кровавая ярмарка тщеславия (АиФ, 21.03.07 - №12 (1377))  
Ср. «Ярмарка тщеславия» – название романа У. Теккерея.
- 38) А жених-то голый! (АиФ, 12.01.00 - №03)  
Ср. А король-то голый! – цитата из сказки Андерсена «Новое платье короля», ставшая крылатой фразой.
- 39) Властелины колец (РГ, 10.04.2006, №73)  
Ср. «Властелин колец» – роман-эпопея английского писателя Дж. Р. Р. Толкина.
- 40) Кодекс довинчивают (Ъ, 21.01.15, 8)  
Ср. «Код да Винчи» – культовый роман Д. Брауна.

Часто в газетах цитируется детская литература. А.Е. Супрун (1995: 25) предполагает, что это связано с тем фактом, что в детском возрасте лучше функционирует память и прочитанное и услышанное воспринимается непосредственное и глубже. А также в детстве и юности читается нередко больше, чем в последующие годы. Поэтому такие литературные знания остаются с нами на всю жизнь.

- 41) Пусячок в «Табакерке» (АиФ, 02.02.00 - №05)  
Ср. «Городок в табакерке» – название сказки В.Ф. Одоевского.
- 42) Тети подземелья (МК, 11.01.2000, №003)  
Ср. «Дети подземелья» – название повести В.Г. Короленко.
- 43) На Печкина не надейся (РГ, 07.04.2006, №71, 72)  
Ср. Почтальон Печкин – персонаж произведений детского писателя Э.Н. Успенского.

#### **4.2.2. Названия и строки поэтических произведений**

Следующую по частотности группу составляют в нашем исследовании прецедентные заголовки, базирующиеся на поэтических текстах. Как пишет Е.А. Земская (2004: 556), активность стихотворных цитат и их трансформаций связана со следующими факторами: стихотворение читатель помнит чаще всего, а также между поэтическим и газетным текстом наблюдается наибольший контраст. Оттеня друг друга, строка из стихотворного произведения и газетный текст порождают воздействие наивысшей силы.

Наиболее частотными примерами в этой группе являются заголовки, апеллирующие к

произведениям А.С. Пушкина и М.Ю. Лермонтова, великих национальных русских поэтов. Это не вызывает удивления, так как произведения вышеназванных авторов пользуются всенародной любовью. Кроме того, многие из нас помнят стихотворения и отрывки из поэм, благодаря тому, что их приходилось учить наизусть в рамках школьной программы. Приведем примеры:

- 44) И звезда на лбу горит... (АиФ, 14.03.07 - №11 (1376))  
Ср. Месяц под косою блестит, а во лбу звезда горит – строки из сказки А.С. Пушкина «Сказка о царе Салтане».
- 45) Наряд безмолвствует (Ъ, 17.01.15, 6)  
Ср. Народ безмолвствует. – Заключительные слова последней сцены трагедии А.С. Пушкина «Борис Годунов».
- 46) Застолья Грузии печальной (РГ, 12.04.2006, №75)  
Ср. Не пой, красавица, при мне Ты песен Грузии печальной... – первая строка из стихотворения А.С. Пушкина.
- 47) Билет и парус одинокий (РГ, 04.04.2006, №68)  
Ср. Белеет парус одинокий... – строка из стихотворения М.Ю. Лермонтова «Парус».
- 48) Теперь считать мы стали раны (РГ, 13.04.2006, №13, 76)  
Ср. Тогда считать мы стали раны – строка из стихотворения М.Ю. Лермонтова «Бородино».

Достаточно много из найденных нами примеров апеллируют к детским стихотворениям. В основном авторы используют в заголовках произведения К.И. Чуковского, С.Я. Маршака, А.Л. Барто.

- 49) Что вам надо? ...Винограда! (КП, 09.04.2015, №39 3, 4)  
Ср. Что вам надо? - Шоколада... – строка из стихотворения К.Я. Чуковского «Телефон».
- 50) Армейский Мойдодыр (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))  
Ср. «Мойдодыр» – детская сказка в стихах К.Я. Чуковского.
- 51) Зайцы и мазайцы (МК, 14.03.2007, №24415)  
Ср. «Дедушка Мазай и зайцы» – название стихотворения Н.А. Некрасова.
- 52) Дядя Степа муниционер (КП, 13.04.2015, №40 5)  
Ср. «Дядя Степа — милиционер» – название стихотворения С.Я. Маршака.
- 53) Два «динамо» ходят парой (РГ, 09.04.2015, №74)  
Ср. Мы с Тamarой Ходим парой... - строки из стихотворения А.Л. Барто «Мы с Тamarой».

Реже встречаются отсылки к поэтическим произведениям советского периода, а также к басням И.А. Крылова:

- 54) Ваше слово, госпожа сковородка! (АиФ, 12.01.00 - №03)  
Ср. Ваше слово, товарищ маузер – строка из стихотворения В.В. Маяковского «Левый марш».
- 55) «Я научилась просто жить...» (АиФ, 16.02.00 - №07)  
Ср. Я научилась просто, мудро жить – строка из стихотворения А. Ахматовой.
- 56) Мобильник «во хмелю» (РГ, 05.04.2006, №69)  
Ср. «Заяц во хмелю» – название басни С.В. Михалкова.
- 57) Страшнее птицы зверя нет (РГ, 07.04.2006, №71, 72)  
Ср. Сильнее кошки зверя нет! – цитата из басни И.А. Крылова «Мышь и Крыса».

Из зарубежной поэзии следует отметить произведения У. Шекспира:

- 58) Балл в летнюю ночь (РГ, 13.04.2006, №13, 76)  
Ср. «Сон в летнюю ночь» – название комедии.
- 59) Весь «Мир» кино (Ъ, 26.01.00, 10)  
Ср. Весь мир – театр – цитата из комедии «Как вам это понравится».
- 60) Трубите, герольды! (МК, 09.01.2000, №002)  
Ср. Герольды! Трубите в трубы! – цитата из пьесы «Король Лир».

#### 4.2.3. Библизмы

В ходе нашего исследования мы также выделили ряд заголовков, которые содержат отсылки к библейским текстам – расхожие цитаты из Библии, библейские сюжеты, заповеди, библейские персонажи. В советское время использование библейских текстов в периодической печати не поощрялось, а их использование в большинстве случаев носило негативный оттенок. Следуя из этого, можно предположить, что популярность библизмов в наше время объясняется снятием запретов, повышением роли церкви в российском обществе, а также либерализацией языка газет.

- 61) Христос сказал: «Радуйтесь!» (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))  
Ср. Иисус встретил их и сказал: радуйтесь – цитата из Святого Евангелия от Матфея.
- 62) Между нимбом и землей (Ъ, 12.01.15, 1)  
Ср. Между небом и землей – крылатая фраза из Библии.
- 63) Да будет свет (РГ, 20.04.2015, №83)  
Ср. И сказал Бог: да будет свет. И стал свет. – цитата из Ветхого Завета.
- 64) Глобальное столпотворение (МК, 13.01.2000, №005)  
Ср. Вавилонское столпотворение – крылатое выражение из Библии.
- 65) Башмет и Далила (Ъ, 26.01.00, 10)  
Ср. Самсон и Далила – библейские персонажи.

#### 4.2.4. Сказки и фольклорные тексты

Сказочные и фольклорные мотивы, восходящие к русской народной культуре, также используются авторами газетных статей. Этот культурный фонд занимает большое место в русском образе мышления. Сказочные образы прочно закрепляются в сознании человека с самого раннего детства, еще до того как он научился читать. Поэтому такие цитаты легко узнаваемы и любимы каждым русским человеком.

- 66) Полезные вершки и бесполезные корешки (АиФ, 02.02.00 - №05)  
Ср. «Вершки и корешки» – название русской народной сказки.
- 67) Баба яга выйдет на сказочную тропу (МК, 22.03.2007, №24422)  
Ср. Баба Яга – один из наиболее популярных персонажей русских народных сказок.
- 68) Ладушки у бабушки (МК, 19.03.2007, №24419)  
Ср. Ладушки, ладушки. Где были? - У бабушки! – слова из старинной детской игры-потешки.
- 69) Вышел «зайчик» погулять (РГ, 18.04.2011, №82)  
Ср. Раз, два, три, четыре, пять – вышел зайчик погулять... – детское фольклорное стихотворение.
- 70) Было яичко простое, а станет пасхальное! (КП, 09.04.2015, №39 3, 4)  
Ср. Снесла курочка яичко, да не простое – золотое – цитата из русской народной сказки «Курочка Ряба».

#### 4.3. Кино и телевидение

Кино и телевидение как источник прецедентных текстов в заголовках периодических изданий пользуется практически такой же популярностью, как и литературный фонд. Заголовки с использованием цитат из данной группы сфер-источников составили 190 примеров или 21 % от общего числа материалов.

К этой группе мы относим названия, цитаты, а также имена героев из фильмов, мультфильмов, телевизионных сериалов и телепередач.

##### 4.3.1. Названия кино- и телефильмов и цитаты из них

Обращение к популярным отечественным и зарубежным кино- и телефильмам является распространенным приемом создания газетных заголовков. Е.А. Земская (2004: 506) отмечает, что названия кинофильмов с легкостью переключиваются в названия статей

периодических изданий. Скорее всего, это объясняется широкой популярностью кинопродукции среди большой массы людей разных поколений читателей. Такие прецедентные тексты легко узнаваемы и экспрессивны как в нетрансформированном, так и в измененном виде (Ильясова & Амири 2009: 235). Чаще всего журналисты используют названия фильмов, но встречаются также отсылки как к фразам из фильмов, так и к именам главных героев.

Как показывает собранный нами материал, наиболее частотны апелляции к названиям советских кинофильмов, реже встречаются обращения к современным российским картинам. Приведем несколько примеров:

- 71) Вокзал для одного (Ъ, 14.01.00, 2)  
Ср. «Вокзал для двоих» – название советского фильма.
- 72) Любовь и аисты (РГ, 07.04.2006, №71, 72)  
Ср. «Любовь и голуби» – название советской комедии.
- 73) В городе Сочи уж больно темные ночи (КП, 02.08.2000, №139)  
Ср. «В городе Сочи темные ночи» – название советского фильма.
- 74) Ширли без мырли (МК, 15.01.2000, №007)  
Ср. «Ширли-Мырли» – название российской комедии.
- 75) Утомленные салатом (МК, 12.01.2015, №26713)  
Ср. «Утомленные солнцем» – название российско-французского фильма.

Название многосерийного советского художественного фильма «ТАСС уполномочен заявить...» породило ряд следующих вариаций:

- 76) ФАС уполномочен заявить (АиФ, 07.03.07 - №10 (1375))
- 77) Халифат уполномочен заявить (Ъ, 15.01.15, 4)
- 78) МИД уполномочен заявить (МК, 17.03.2007, №24418)

Часто на страницах газет можно увидеть обращения и к зарубежным фильмам:

- 79) Танцующие в черноте (Ъ, 17.03.07, 43)  
Ср. «Танцующая в темноте» – название музыкального фильма-драмы.
- 80) «50 оттенков...» (АиФ, 18.02.15 - №008)  
Ср. «Пятьдесят оттенков серого» – название американского фильма.
- 81) Пролетарий над гнездом кукушки (РГ, 06.04.2011, №72)  
Ср. «Пролетая над гнездом кукушки» – название американского фильма.
- 82) Любовь и крезы (МК, 15.01.2000, №007)  
Ср. «Любовь и слезы» – название египетской мелодрамы.

Нередко журналисты прибегают к использованию известных фраз из кинофильмов. Многие



из этих фраз уже приобрели статус крылатых выражений. Такой, например, является цитата из кинофильма «Белое солнце пустыни» *Восток – дело тонкое!*, которая иллюстрирует отмеченную С.И. Сметаниной (2002: 112) тенденцию к тиражированию цитат и превращению их в клише:

- 83) «Ростов» дело тонкое (КП, 08.04.2015, №38)
- 84) Отток дело тонкое (Ъ, 06.03.07, 35)
- 85) Вот сток дело тонкое (МК, 22.03.2007, №24422)
- 86) «Восток» дело дорогое (РГ, 14.04.2011, №79)
- 87) Торговля дело тонкое (РГ, 06.04.2015, №71)

Встречаются в заголовках и имена знакомых широкой публике киногероев. Например:

- 88) «Макфа»-облигация (Ъ, 26.01.00, 10)  
Ср. Манька Облигация – героиня советского фильма «Место встречи изменить нельзя».
- 89) Джеймс Бонд учится прыгать (РГ, 07.04.2006, №71, 72)  
Ср. Джеймс Бонд – главный герой серии американских фильмов.

#### **4.3.2. Сериалы и телевизионные передачи.**

В заголовках российской прессы также употребляются прецедентные тексты, имеющие своим источником отечественные и зарубежные телевизионные сериалы. В этой группе активно используются названия мексиканских и бразильских сериалов, которые в свое время возглавляли телевизионные рейтинги популярности. Приведем примеры трансформации названия известного бразильского сериала «Богатые тоже плачут»:

- 90) Депутаты тоже плачут: цены в буфете Госдумы выросли на 25% (МК, 13.01.2015, №26714)
- 91) Богатые тоже... воруют (АиФ, 09.02. 00 - №06)
- 92) Богатые тоже рожают (АиФ, 28.03.07 - №13 (1378))

В заголовках используются и отсылки к телесериалам американского и российского производства, а также к многосерийным фильмам советского времени, которые по сути дела являются сериалами:

- 93) Шовинизм в большом городе (РГ, 12.04.2006, №75)

- Ср. «Секс в большом городе» – популярный американский телесериал.
- 94) Петербургские тайны (Ъ, 15.01.00, 3)  
Ср. «Петербургские тайны» – название российского телевизионного сериала.
- 95) Ставка круче, чем жизнь (Ъ, 22.01.15, 9)  
Ср. «Ставка больше, чем жизнь» – название польского приключенческого сериала, популярного в советское время.

На страницах газет также встречаются названия известных телепередач. Многие из найденных нами примеров апеллируют к передачам, выходящим в эфир в течение многих лет, что и свидетельствует об их популярности среди массового зрителя. Это делает их легко узнаваемыми и понятными читателю.

- 96) Вот такой «Ералаш»! (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))  
Ср. «Ералаш» – детский юмористический киножурнал.
- 97) Спокойной ночи, малыши! (АиФ, 09.02.00 - №06)  
Ср. «Спокойной ночи, малыши» – название детской телепередачи.
- 98) Билет на «Поле чудес» (АиФ, 02.02.00 - №05)  
Ср. «Поле чудес» - телеигра.
- 99) Где, кто и что? (АиФ, 29.03.00 - №13)  
Ср. «Что? Где? Когда?» – название популярной телеигры.
- 100) Танцы со Спиваковым (РГ, 10.04.2006, №73)  
Ср. «Танцы со звездами» – развлекательное телешоу.

### 4.3.3. Мультфильмы

Данная группа представлена названиями и цитатами из мультфильмов. Большинство найденных нами примеров относятся к отечественной мультипликации, но встречаются и отсылки к популярным зарубежным мультфильмам:

- 101) Дом, который построил Билл Гейтс (МК, 02.01.2000, №244)  
Ср. «Дом, который построил Джек» – название советского мультфильма.
- 102) Спокойствие, только спокойствие (Ъ, 21.01.00, 7)  
Ср. Спокойствие, только спокойствие – знаменитая фраза Карлсона из мультфильма «Малыш и Карлсон».
- 103) Кто царь горы (КП, 17.04.2015, №42)  
Ср. «Царь горы» (англ. «King of the Hill») – название американского комедийного мультсериала.
- 104) Юрист спешит на помощь (РГ, 07.04.2006, №71, 72)  
Ср. «Чип и Дейл спешат на помощь» – название американского мультфильма.

#### 4.4. Музыкальные произведения

Согласно нашему анализу, названия и строки из известных песен занимают четвертое место по частоте использования журналистами в газетных заголовках. Найденные нами примеры составляют 11,9 % от общего количества заголовков или 108 заголовков.

Чаще всего в заголовках обыгрываются советские эстрадные, патриотические и авторские песни, хорошо знакомые и старшему, и молодому поколению.

- 105) Туристов много, он один у переправы (РГ, 10.04.2015, №76)  
Ср. Влюбленных много он один у переправы – слова из песни А. Пугачевой «Паромщик».
- 106) Не нужен нам йогурт немецкий (МК, 19.03.2007, №24419)  
Ср. Не нужен мне берег турецкий... – слова из песни «Летят перелетные птицы».
- 107) И Шанцев такой молодой... (АиФ, 23.02.00 - №08)  
Ср. И Ленин такой молодой – строка песни «И вновь продолжается бой» в исполнении И. Кобзона.
- 108) На любовь свое сердце настрою (РГ, 10.04.2006, №73)  
Ср. И друзей созову, на любовь свое сердце настрою – слова из песни Б. Окуджавы «Грузинская песня».
- 109) Чуть помедленнее, что ли, чуть помедленнее! (КП, 09.04.2015, №39 3, 4)  
Ср. Чуть помедленнее, кони, чуть помедленнее!.. – строка из песни В. Высоцкого «Кони привередливые».

Широко представлены заголовки, в создании которых используются строки из песен, знакомых читателям по известным советским кинофильмам и мультфильмам. Приведем несколько примеров:

- 110) Вагончик тронется-«косой» останется? (МК, 14.01.2000, №006)  
Ср. ...вагончик тронется – перрон останется... – слова из песни «На Тихорецкую состав отправится...», которая приобрела широкую известность после выхода на экраны телефильма «Ирония судьбы, или С легким паром!».
- 111) Одна еда, мы за ценой не постоим (МК, 22.01.2015, №26722)  
Ср. Одна на всех, мы за ценой не постоим... – слова из песни Окуджавы, написанной для художественного фильма «Белорусский вокзал».
- 112) Я «голубой», я «голубой»: поговорил бы кто со мной (МК, 22.03.2007, №24422)  
Ср. Я - Водяной, я – Водяной. Поговорил бы кто со мной... – слова из песни, прозвучавшей в мультфильме «Летучий корабль».
- 113) Нам любые дороги дороги (МК, 12.01.2000, №004)  
Ср. Нам любые дороги дороги... – слова из «Песни друзей» из мультфильма «Бременские музыканты».

Кроме вышеназванных музыкальных источников, мы также выделили примеры заголовков с использованием строк и названий современных российских и зарубежных песен, русских народных песен и классических музыкальных произведений.

- 114) Вас не угонят (РГ, 10.04.2015, №76)  
Ср. «Нас не догонят» – название песни современной российской группы Тату.
- 115) Лестница в небо (РГ, 12.04.2006, №75)  
Ср. «Stairway to heaven» – название песни английской рок-группы Led Zeppelin.
- 116) Вдоль по Питерской (РГ, 11.04.2011, №76)  
Ср. «Вдоль по Питерской» – русская народная песня, ставшая всемирно известной в исполнении Ф.М. Шаляпина.
- 117) Что наша жизнь? (РГ, 12.04.2011, №77)  
Ср. Что наша жизнь? Игра! – начало арии Германа из оперы П.И. Чайковского «Пиковая дама».

#### **4.5. Фоновые знания из области культуры, политики и истории**

Прецедентные феномены, связанные с другими видами искусства, историческими ситуациями, политикой, общественно-историческими и культурными событиями и явлениями, встречаются значительно реже. Примеры заголовков, где обыгрываются такие фоновые знания, составили 97 единиц или 10,7 % от общего количества примеров.

- 118) Ужин в шапке Мономаха (АиФ, 08.03.00 - №10)  
Ср. Шапка Мономаха – главная регалия русских великих князей и царей, являющаяся символом самодержавия в России.
- 119) Горячие, зимние, свои (Ъ, 15.01.15, 4)  
Ср. Жаркие. Зимние. Твои. – Девиз Олимпиады Сочи-2014.
- 120) Бурлаки для Волги (РГ, 09.04.2015, №74)  
Ср. «Бурлаки на Волге» – название картины И. Репина.
- 121) Половецкие игры (РГ, 18.04.2011, №82)  
Ср. «Половецкие пляски» – название балетного фрагмента из оперы А.П. Бородина «Князь Игорь».

#### **4.6. Лозунги и девизы, выражения эпохи социализма**

Вслед за Е.А. Земской (2004: 561) мы выделяем в отдельную группу заголовки с апелляцией на распространенные выражения эпохи социализма – лозунги, политические плакаты и расхожие выражения.

Как отмечает Е.А. Земская (там же: 535), пародирование, вышучивание лозунгов, призывов, хорошо известных цитат эпохи социализма – одно из самых частых средств выразительности в публицистике 90-х годов. Согласно нашему исследованию, цитирование лозунгов в газетных заголовках начала XXI века встречается уже не так часто. Возможно, это связано с тем, что молодое поколение не достаточно знакомо с текстами подобного рода, а, следовательно, не может адекватно понять подобную игру.

Официальный, идеологически нагруженный текст трансформируется путем вставки в него элементов иных тематических пластов, иной идеологической ориентации и помещенный в чуждый ему контекст, что создает резкий эффект, часто имеющий ироническое звучание (там же).

Заголовки с использованием лозунгов составляют 2,7 % от общего числа материалов или 24 примера. Приведем несколько примеров с использованием выражений прошлого этапа истории:

- 122) Верную жвачку жуετε, товарищи! (КП, 04.08.2000, №141)  
Ср. Верной дорогой идете, товарищи! – Текст плаката, выпущенного к XXII съезду КПСС.
- 123) Мату мат! (РГ, 06.04.2006, №12, 70)  
Ср. Миру – мир! – популярный советский лозунг.
- 124) По просьбам трудящихся (МК, 16.01.2015, №26717)  
Ср. По просьбам трудящихся – риторический оборот, использовавшийся в постановлениях партии и правительства в советской прессе.
- 125) Даешь актеру по театру! (АиФ, 18.04.07 - №16 (1381))  
Ср. Даешь стране угля! – советский лозунг.
- 126) Готов к труду и баскетболу (РГ, 06.04.2015, №71)  
Ср. Готов к труду и обороне! – девиз советского физкультурного комплекса упражнений «Готов к труду и обороне СССР» (ГТО).

#### **4.7. Полипрецедентные заголовки**

Мы хотели бы выделить в отдельную группу так называемые полипрецедентные заголовки, то есть заголовки, которые можно отнести сразу к нескольким источникам. Например, определенные цитаты могут активизировать несколько видов фоновых знаний реципиента. Как пишет Ю.Н. Караулов (1987: 217), полипрецедентность обусловлена тем, что прецедентные тексты перешагивают рамки искусства, где они первоначально возникли и воплощаются в других его видах, становясь тем самым фактом культуры в широком смысле

слова и получая свою интерпретацию у новых поколений. Приведем несколько примеров:

- 127) Работники пера и топора (МК, 05.01.2000, №001)  
 Ср. Работники ножа и топора  
 128) Дружит солнце с ветром (РГ, 20.04.2015, №83)  
 Ср. Дружит с солнцем ветерок

Источниками вышеназванных примеров являются песни из мультипликационных фильмов. Такие заголовки, несомненно, ассоциируются в сознании читателя не только с песней, но и непосредственно с самим мультфильмом. Прочитав заголовок (127), где используется трансформированная строка из песни «Романтики с большой дороги», читатель восстанавливает в своей памяти не только знакомую из детства песню, но и сам мультфильм «Бременские музыканты», где эта песня прозвучала. В примере (128), также происходит отсылка сразу к двум источникам посредством одного прецедентного феномена. Строка из «Песни о дружбе» – *Дружит с солнцем ветерок* – стала широко известна благодаря мультфильму «Четверо с одного двора».

- 129) Дом, который построил Путин (АиФ, 18.04.07 - №16 (1381))

Заголовок (129), безусловно, вызывает в памяти читателя не только известный советский мультфильм «Дом, который построил Джек», но и детское английское стихотворение, ставшее знакомым почти каждому ребенку, благодаря переводу С.Я. Маршака, а также прецедентное имя *Путин*.

- 130) Тридцать три танкиста (АиФ, 28.01.15 - №005)

В данном примере можно выделить три сферы-источника – песня, кинофильм и литературное произведение. Читатель, в зависимости от своего культурного багажа, может ассоциировать заголовок с известной песней о войне «Три танкиста», впервые прозвучавшей в популярном советском фильме «Трактористы», а также с персонажами сказки А.С. Пушкина «Сказка о царе Салтане» – *тридцать три богатыря*.

- 131) Блудная дочь с Петровки, 38 (МК, 21.03.2007, №24421)

Вышеуказанный заголовок можно отнести сразу к четырем сферам-источникам. Это может быть хорошо известный для каждого русского человека адрес *Петровка 38* – раньше здание Московского уголовного розыска, в настоящее время здание Главного управления МВД России. Кроме того, читатель, наверняка, вспомнит популярный советский художественный фильм «Петровка, 38», снятый по одноименному роману Ю. Семенова. Еще одним хорошо узнаваемым прецедентным текстом является словосочетание *блудная дочь*, которое ассоциируется с библейским именем нарицательным *блудный сын*.

#### 4.8. Выводы

Целью четвертой главы нашего исследования являлось определить в общих чертах, к каким фоновым знаниям российского читателя начала XXI века апеллируют журналисты с помощью прецедентных текстов, то есть, что входит в общенациональный фонд культурных знаний. В ходе исследования нами было зафиксировано использование шести основных источников прецедентных текстов, используемых журналистами в заголовках статей периодических изданий. Согласно собранному нами материалу, доминирующими источниками прецедентных текстов в современных газетных заголовках являются (они расположены в порядке частотности их использования): 1) фразеологический фонд русского языка (фразеологические обороты и крылатые фразы, пословицы и поговорки, речевые штампы и расхожие выражения); 2) художественная литература (художественная проза, поэтические произведения, сказки и фольклор, библейские мотивы); 3) названия и цитаты из фильмов, мультфильмов, сериалов и телевизионных передач; 4) название и тексты музыкальных произведений; 5) фоновые знания из области культуры, истории и политики; 6) девизы, лозунги и выражения эпохи социализма.

Основным источником обыгрываемых журналистами прецедентных текстов является отечественная культура и история. Зарубежные источники встречаются значительно реже.

Согласно нашему анализу, фразеологический фонд русского языка лидирует в качестве источника цитирования. Это объясняется, скорее всего, тем, что фразеологизмы, пословицы и поговорки обладают речевой лаконичностью, выразительностью и экспрессивностью, тем самым привлекая читателя броскостью заголовков.

В своей работе Е.А. Земская (2004: 555) отмечает, что газеты начала 90-х гг. тяготеют к

поэзии, и стихотворные строки занимают первое место по частоте использования. Согласно нашему исследованию, в начале XXI века на первое место выходят названия и тексты художественной прозы, а поэтические произведения отходят на второй план.

Чаще всего обыгрываются произведения классической литературы, входящие в школьную программу. Из поэтических произведений наиболее активно цитируются произведения национальных русских поэтов А.С. Пушкина и М.Ю. Лермонтова.

Снятие табу повлекло за собой использование в заголовках современной прессы апелляций к Священному Писанию.

Обращение журналистов к популярным отечественным и зарубежным кинофильмам также является распространенным приемом создания газетных заголовков. При этом явное лидерство принадлежит советским фильмам, особенно популярным и любимым всеми кинокомедиям.

Достаточно активно используется журналистами песенное творчество. Это в первую очередь советские эстрадные, патриотические и авторские песни. Реже обыгрываются строки и названия современных российских и зарубежных песен, русских народных песен и классических музыкальных произведений.

Последними по частоте использования прецедентными текстами являются фоновые знания, а также девизы, лозунги и выражения советской эпохи.

В отдельную группу мы выделили заголовки, которые можно отнести сразу к нескольким источникам, так называемые полипрецедентные тексты. В основном источниками таких заголовков является поп-культура.

Мы повторяем сказанное выше, что данная работа является достаточно субъективной, так как при поиске материала мы опирались только на собственные фоновые знания и интуицию.

В заключение мы представим таблицу, где отображены результаты, полученные нами при анализе заголовков, с точки зрения их принадлежности к сферам-источникам:



Таблица 1

	РГ	Ъ	МК	КП	АИФ	ИТОГ
Фразеологический фонд	83	59	61	27	65	295
Литературный фонд	61	29	30	22	49	191
Кино и Тв	60	36	25	23	46	190
Музыка	27	6	29	26	20	108
Фоновые знания	23	19	29	8	18	97
Лозунги/девизы	5	5	6	2	6	24
<b>Общее количество примеров</b>	<b>259</b>	<b>154</b>	<b>180</b>	<b>108</b>	<b>204</b>	<b>905</b>

Далее мы переходим к следующей главе нашего исследования, где мы рассмотрим какие виды структурных трансформаций используют журналисты для создания газетного заголовка.

## 5. ПРИЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ЦИТАТ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ

Как отмечалось выше, прецедентные тексты фигурируют в заголовках газет как в виде прямых цитат, так и в измененном виде.

Как пишет Е.А. Земская (2004: 554), цитата в позиции заголовка обостряет внимание читателя и активизирует его коммуникативную связь с автором статьи. Перед читателем встает ряд вопросов: откуда цитата и кто ее автор? почему журналист использует ее? как она связана с текстом статьи? Если цитата трансформирована, число вопросов увеличивается: что изменено? как цитата звучит в оригинале? зачем произведено изменение? как связана измененная цитата с текстом статьи?

Все эти вопросы требуют у читателя ответов, что создает своего рода диалог с автором. Участие в таком диалоге составляет особую привлекательность для читателя, заставляя его разгадать загадку, чтобы понять замысел автора, установить связь между цитатой и газетной статьей.

Удачная разгадка порождает чувство удовлетворения и повышает читательский интерес к газете. В любом случае здесь мы имеем дело с языковой игрой, которая составляет

типическую особенность русского языка конца XX и начала XXI вв. (там же: 555.)

Различным преобразованиям могут быть подвергнуты как семантика, так и структура прецедентных текстов. Б.В. Кривенко (1993: 47) выделяет два основных типа таких трансформаций:

1. Смысловую или неаналитическую трансформацию, когда состав прецедентного текста остается неизменным, но в него вносятся либо новые оттенки смысла, либо возникает игра слов в результате совмещения прямого и переносного значений;
2. Аналитическую, в результате которой меняется структурный состав исходной фразы.

Из вышеназванных типов трансформаций прецедентных текстов нас интересует последний, к анализу которого мы и приступим ниже.

Как показывает наше исследование, цитаты чаще всего встречаются в заголовках в измененном виде. Трансформированные цитаты составляют 79,8 % от общего числа материалов. Прямое цитирование соответственно 20,2 %.

Аналитические трансформации делают стандартную речевую форму экспрессивной, повышают выразительность заголовков, наполняют его новыми оттенками смысла, создают интригу, иначе говоря, способствуют созданию языковой игры. Журналисты подвергают широко известные фразы творческой обработке, тем самым создавая новые оригинальные словесные образы, что, бесспорно, создает эффект новизны, привлекает внимание читателей и вызывает интерес к публикации.

Согласно Е.А. Земской (2004: 557), трансформированные цитаты представляют большое разнообразие с точки зрения того, каким изменениям они подвергались. В случаях трансформации цитатного заголовка языковая игра, которая наблюдается и при использовании прямого цитирования, получает дополнительные формальные показатели.

Если в случаях использования прямого цитирования, цитаты являются собственно цитатами, то в случаях различных структурных преобразований прецедентных текстов, мы имеем дело с квазицитатами, т.е. подобиями цитат, в которых присутствует известная доля достоверности, но общий их смысл трансформирован под углом зрения интерпретирующего события журналиста, а не собственно автора высказывания (Клушина 2003: 279).

Аналитические трансформации вносят структурные изменения в исходный текст. Такие трансформации более разнообразны по своим приемам. Журналисты сокращают цитаты, интерпретируют их, расширяют с помощью журналистского комментария, подвергают различным графическим и грамматическим преобразованиям, пересказывают в

соответствии со своим коммуникативным намерением (там же). Новые компоненты, заменяющие исходные элементы цитаты или расширяющие ее, могут вносить новые смыслы, содержать авторскую оценку, иронически переосмысливать текст.

Формальная процедура аналитических трансформаций выглядит следующим образом: известная фраза → операция по преобразованию → новая фраза.

Следует также отметить, что одни заголовки, содержащие трансформированные цитаты, обладают довольно высокой степенью информативности, то есть читатель без труда может догадаться, о чем пойдет речь в статье. Другие заголовки либо довольно отдаленно связаны с текстом статьи, либо вообще с ним не связаны. Например:

- 132) Список Паченцевой (АиФ, 28.03.07 - №13 (1378)).
- 133) Визу получить не поле перейти (АиФ, 16.05.07 - №20 (1385))

Удачным в плане узнаваемости является заголовок (132). Читателю, знакомому с произведением Томаса Кенилли «Список Шиндлера», а также с известной его экранизацией режиссером Стивеном Спилбергом, несомненно, будет понятно, что в статье речь пойдет о спасении людей. Это подтверждается подзаголовком: *Медсестра спасла многих обитателей «стардома», а себя не успела*. Пример (133) представляет собой игровую трансформацию русской пословицы *Жизнь прожить – не поле перейти*. Семантическое значение пословицы сохраняется, но в результате лексической замены *жизнь прожить* → *визу получить* пословица приспособляется к тексту статьи. Нетрудно догадаться, что данный материал рассказывает о трудностях получения виз россиянами.

- 134) Бабушки бывают разные (МК, 12.03.2007, №24413)
- 135) Айфон наш насущный... (КП, 16.04.2015, №42 3 4)

Заголовок (134) является примером обыгрывания названия популярной советской песни «Девушки бывают разные». Тема статьи раскрывается только после ее прочтения. В публикации рассказывается о возбуждении уголовного дела против 62-летней жительницы Ярославля. Пример (135) также не обладает достаточной степенью информативности. Здесь автор играет с библейским выражением *хлеб наш насущный*, заменяя его исходный компонент *хлеб* на окказиональный – *айфон*. Прочитав такой заголовок, можно предположить, что в статье речь пойдет о телефонах Apple как о необходимом элементе

нашей жизни, без которого трудно обойтись. Статья же повествует о продаже в России золотых телефонов с религиозной символикой.

Трансформированный заголовок, несомненно, активизирует восприятие читателя. В его сознании уже существует привычный текст в определенной фиксированной форме. После прочтения видоизмененного заголовка, читатель, безусловно, увидит его по-новому. Чем более неожиданно преобразование исходного текста, тем больше интереса оно вызывает у реципиента.

Ниже мы рассмотрим, какие основные типы структурных трансформаций в газетных заголовках мы выделили в ходе нашей работы над материалом.

## **5.1. Лексические трансформации**

Согласно нашему исследованию, лексические трансформации являются самым частотным типом преобразования прецедентных текстов. В этих случаях исходный текст подвергается различным деформациям на лексическом уровне.

Анализ материала позволил выделить следующие основные подгруппы лексических трансформаций прецедентного текста в заголовках: замена, усечение и добавление компонентов, перестановка лексем исходного выражения. Встречаются также случаи одновременного использования нескольких разновидностей приемов лексических трансформаций в одном заголовке. Примеры заголовков с лексическими преобразованиями исходного текста составляют 49,1 % от общего количества выделенных нами примеров.

Рассмотрим более подробно типы таких трансформаций на конкретных примерах.

### **5.1.1. Замена компонентов**

Как показывает наше исследование, лексические трансформации цитатного текста довольно разнообразны. Замена компонентов является наиболее распространенным и многообразным способом преобразования исходных текстов, при котором одно или несколько слов исходной цитаты заменяется иным, ключевым для содержания газетной статьи, тем самым намекая читателю на тему публикации. Такой прием довольно широко используется журналистами в создании газетных заголовков.

Замена компонентов может быть как частичной, когда изменяется только один из элементов прецедентного текста, так и почти полной, когда остается только синтаксическая конструкция и один из компонентов исходной цитаты. Приведем несколько примеров:

- 136) На погодном фронте без перемен (АиФ, 12.01.00 - №01 02)
- 137) Кто стучится в потолок ко мне?! (КП, 13.09.2007, №134 3)
- 138) Бить или не бить (РГ, 05.04.2006, №69)
- 139) Один в банке не доллар (АиФ, 16.05.07 - №20 (1385))

Первые два примера иллюстрируют частичную замену компонента исходного текста. В примере (136) обыгрывается название романа Э.М. Ремарка «На западном фронте без перемен». Заголовок (137) представляет собой трансформированную строку из стихотворения С.Я. Маршака: *Кто стучится в дверь ко мне*. В примерах (138) и (139) все полнозначительные слова заменены другими. Пример (138) иллюстрирует замену лексического состава цитаты из монолога Гамлета. Одновременно данный заголовок получает характер каламбура за счет изменения исходного глагола *быть* на близкий по звучанию глагол *бить*. Пример (139) представляет собой трансформированную пословицу *Один в поле не воин*.

Популярным приемом среди журналистов является паронимическая замена компонентов исходной цитаты. При изменении звуковой формы исходного слова на близкое по звучанию, трансформации могут получить характер каламбурной игры (Земская 2004: 561). Б.В. Кривенко (1993: 48) называет такие модификации фразеологической паронимазией. При этом замененный лексический компонент может быть либо далеким по семантике, либо вовсе не связанным по смыслу с исходным компонентом цитаты. Как правило, замена исходных компонентов на созвучные с ними по форме происходит не случайно, а осмысленно с точки зрения содержания статьи. Приведем несколько примеров такого обыгрывания:

- 140) Театральный карман (КП, 16.04.2015, №42 3 4)
- 141) Классный день календаря (МК, 15.03.2007, №24416)
- 142) Ноль без папочки (АиФ, 25.03.15 - №013)
- 143) Мир. Труд. Майя (МК, 22.03.2007, №24422)

В примере (140) обыгрывается название романа М.А. Булгакова «Театральный роман», где исходный компонент *роман* заменен лексемой *карман*. В статье речь идет о заработках театральных знаменитостей. Заголовок (141) является шуточной трансформацией

фразеологизма *красный день календаря*, который обозначает праздничный день. Автор пишет о юбилее молодежной газеты «МК-Класс». Семантика исходного выражения сохраняется, кроме того, замененный компонент *классный* удачно включает в себя название самой газеты-юбилея. Фразеологизм *ноль без палочки* обыгрывается в примере (142). Исходный элемент *палочки* меняется на созвучный ему – *папочки*. Здесь, как и в предыдущем примере, семантика исходного выражения не изменяется. В статье рассказывается о покупке дорогой квартиры сыном министра обороны Украины. Молодой человек без помощи отца такую сделку совершить бы не смог. Данная трансформация одновременно несет в себе негативное отношение автора к происходящему. Заголовок (143) представляет собой трансформированный советский лозунг «Мир! Труд! Май!». Здесь лексема *Май* заменена компонентом *Майя*. Смысл такой замены раскрывается после прочтения статьи, в которой рассказывается о том, что ленинский мавзолей имеет сходство с постройками, возводимыми индейцами племен майя.

Оригинальная трансформация названия маленькой трагедии А.С. Пушкина «Пир во время чумы» нашла отражение в следующем заголовке:

144) *Pig* во время чумы (РГ, 14.04.2011, №79)

В статье речь идет о борьбе с губительной для свиней африканской чумой. Автор производит замену исходной лексемы *пир* на сходное по звучанию английское слово *pig* (рус. *свинья*), которое и является ключевым для темы статьи.

Как отмечает С.И. Сметанина (2002: 112), в настоящее время игра с прецедентными текстами настолько активно используется прессой, что появилась тенденция к тиражированию цитат и превращению их в клише. Подтверждение этому мы нашли и в проанализированном нами материале, обратив внимание на то, что некоторые цитаты пользуются особой популярностью среди авторов. Одним из таких примеров является пословица *Язык до Киева доведет*, которая часто используется журналистами в заголовках и порождает ряд игровых трансформаций:

- 145) Язык до НАТО доведет (МК, 17.03.2007, №24418)
- 146) Язык до Парижа доведет (РГ, 03.04.2006, №67)
- 147) ПРО до Киева доведет (Ъ, 15.03.07, 41)
- 148) Оппозиция до Страсбурга доведет (МК, 23.03.2007, №24423)
- 149) Русский язык довел до Воронежа (РГ, 06.04.2006, №12, 70)

Исходная поговорка хорошо узнаваема и авторы легко обыгрывают ее, производя трансформацию путем замены объекта в зависимости от контекста, указывая практически любое направление движения, ключевое для темы публикации. В примерах (147) и (148) происходит также замена субъекта. В заголовке (149) замещение комбинируется с добавлением компонента и изменением формы глагола.

Одним из популярных приемов лексической замены компонентов является переосмысление фразеологических оборотов, то есть использование их одновременно в прямом и переносном значениях:

150) Сеть в конце тоннеля (Ъ, 07.03.07, 36)

В заголовке (150) происходит замена одного из компонентов фразеологического оборота *свет в конце тоннеля*. В данной статье речь идет о том, что в московском метро будет построена сеть беспроводного доступа Wi-Fi. Одновременно здесь реализуется в какой-то степени и переносное значение данного фразеологизма. Москва, в конечном итоге, последует примеру других крупных европейских городов, где интернет в метро уже доступен, то есть «свет в конце тоннеля» уже виден.

Встречаются также случаи, когда в результате трансформации переносный смысл исходного выражения полностью утрачивается и устойчивая единица становится свободным словосочетанием, то есть воспринимается в прямом значении. Например:

151) Расставьте точки над «ё»! (МК, 21.03.2007, №24421)

Пример (151) является заголовком статьи, которая рассказывает о борьбе писателя Виктора Чумакова за восстановление буквы «ё» в письменной речи. Трансформированный фразеологизм *расставить точки над «i»* здесь получает конкретное значение. Особую остроту придает заголовку как употребление глагола *расставить* в повелительном наклонении, так и восклицательный знак в конце предложения. Таким образом фразеологизм трансформируется в своего рода призыв. Появляется возможность конкретного буквального понимания данной цитаты.

Замена слов исходного текста может быть такой значительной, что от исходной цитаты остается лишь ритмико-синтаксический каркас. Тем не менее, мы предполагаем, что

многие из таких трансформаций без труда будут узнаны читателем. Приведем несколько примеров:

- 152) Гриппа бояться мяса не есть (РГ, 12.04.2006, №75)
- 153) Увезли машину в ночь (КП, 16.04.2015, №42 3 4)
- 154) Яичко я узнаю по скорлупке (КП, 09.04.2015, №39 3, 4)

Несмотря на почти полное изменение исходной цитаты, читатель без труда распознает в первом примере (152) игровую трансформацию пословицы *Волков бояться – в лес не ходить*. В статье говорится об ограничении ввоза мяса из-за эпидемии птичьего гриппа. В заголовке (153) ритмико-синтаксическая конструкция, как нам кажется, может вызывать ассоциации со строчкой из произведения А.С. Пушкина «Сказка о царе Салтане» *Родила царица в ночь*. Статья повествует о прекращении круглосуточной работы штрафстоянок, что заметно усложнит жизнь автомобилистам. В примере (154) языковая игра строится на основе строчки из известной песни *Я милого узнаю по походке*. Статья посвящена проведенной экспертизе, контролирующей качество яиц.

### 5.1.2. Добавление компонентов

Довольно широко используется журналистами и такая разновидность лексических трансформаций как расширение прецедентного текста за счет добавления в состав исходной цитаты одного или нескольких уточняющих компонентов, на которые падает основная смысловая нагрузка, меняющая или усиливающая общий смысл высказывания, адаптируя его к содержанию текста статьи. Чаще всего таким компонентом становится конкретизирующее определение:

- 155) Двенадцать предвыборных стульев (АиФ, 22.03.00 - №12)
- 156) Валютный запас карман не тянет (МК, 13.01.2000, №005)
- 157) Уколы китайского зонтика (РГ, 13.04.2006, №13, 76)

Такие трансформации вызывают у читателя, с одной стороны, ассоциации с исходным текстом обыгрываемой цитаты, а с другой – дают возможность автору статьи намекнуть на тему публикации и, в некоторых случаях, выразить таким образом свое отношение к предмету изложенного материала. В примере (155) обыгрывается название романа И. Ильфа



и Е. Петрова «Двенадцать стульев». Новый компонент, расширяющий исходное название произведения, намекает на грядущие президентские выборы, в которых принимают участие двенадцать кандидатов. Заголовок (156) представляет собой трансформированную пословицу *Запас карман не тянет*. Автор расширяет ее, добавляя конкретизирующее определение *валютный*. В статье речь идет о падающем курсе рубля и о нехватке валютных средств в государственной казне для исправления ситуации. В заголовке (157) обыгрывается название французского кинофильма «Укол зонтиком». В криминальной комедии орудием убийства является зонт с отравленным наконечником. Автор расширяет название фильма, добавляя в него конкретизирующее определение *китайский*. В статье, в свою очередь, источником отравления являются китайские предприятия, сбрасывающие в приток реки Амур отравляющие природу химические вещества.

Часто журналисты прибегают к добавлению новых элементов к началу или концу исходного выражения, что придает высказыванию новые оттенки смысла и намекает на тему публикации.

158) В городе Сочи темные ночи и самые современные ДОРОГИ (КП, 12.08.2000, №147)

159) Над Россией буря мглою небо кроет. Кроет и кроет... (КП, 01.08.2000, №138)

160) Войска, чье дело – труба (МК, 13.01.2015, №26714)

В примере (158) игра строится на основе названия известного фильма «В городе Сочи темные ночи». Новый компонент, расширяющий исходный текст, тесно перекликается с содержанием статьи, где рассказывается о планах строительства новых дорог в курортном городе для привлечения большего количества туристов. Заголовок (159) ассоциируется со строкой из стихотворения А.С. Пушкина «Зимний вечер» *Буря мглою небо кроет...* Автор добавляет новые элементы, подходящие по смыслу к контексту опубликованного материала, в начало и конец исходной цитаты. Статья рассказывает о том, почему на Россию летом обрушилось так много различных погодных несчастий. В примере (160) обыгрывается фразеологизм *дело – труба*. Можно предположить, что в статье речь пойдет о воинских частях, дела которых обстоят очень плохо. Однако после прочтения материала, в котором речь идет о праздновании дня трубопроводных войск России, переносный смысл фразеологизма утрачивается, и выражение воспринимается в своем прямом значении.

Интересным, на наш взгляд, является заголовок (161), где автор использует англоязычный прецедентный текст, который включает в себя русское слово. Такой заголовок,

несомненно, привлекает внимание читателя своей нестандартностью:

161) In-новый god we trust (МК, 10.01.2000, №002)

Пример (161) демонстрирует расщепление устойчивой конструкции, в данном случае, официального девиза США *In God We Trust*. Расширение здесь происходит за счет вклинивания окказионального компонента в середину исходной фразы. Игра в данном случае получает дополнительный формальный показатель – манипулирование двумя алфавитами, кириллическим и латинским. Е.А. Земская (2004: 520) отмечает, что игра с иноязычностью используется как средство привлечения внимания, создание особой выразительности. Девиз представлен на английском языке, добавочным же элементом является русское слово *новый*. За счет такого вкрапления происходит переосмысление английского слова *god* (рус. *бог*) в созвучное с ним русское *год*, то есть заголовок можно интерпретировать как фразу *Мы верим в новый год!* Статья рассказывает о незаметном для москвичей росте цен. В этом заголовке помимо игры со словом можно увидеть и негативное отношение автора к происходящему. Жители города верят в улучшение жизни в новом году, не замечая того, что вследствие увеличения налога с продаж, цены катастрофически ползут вверх.

### 5.1.3. Усечение компонентов

Другим способом трансформации исходного текста является сокращение компонентного состава цитаты, или усечение. Открытость и незавершенность таких заголовков, несомненно, создает интригу, призывая читателя активизировать свои фоновые знания и восстановить недостающий компонент высказывания. Возникает своего рода диалог читателя с автором статьи. В.Н. Вакуров (1994: 44) также отмечает, что данный прием является тенденцией к экономии языковых средств.

162) Ловись, рыбка (КП, 06.09.2007, №130)

163) Дорого яичко! (АиФ, 04.04.07 - №14 (1379))

Заголовок (162) отсылает нас к цитате из русской народной сказки «Лиса и волк» – *Ловись, рыбка, большая и маленькая!* В статье речь идет о популярности рыбалки в рыбных хозяйствах, где рыбакам гарантирован богатый улов. В примере (163) сокращается вторая часть пословицы *Дорого яичко ко Христову дню*. Восстановив недостающий компонент,

читатель несомненно поймет, что в статье речь пойдет скорее всего о пасхальных яйцах. После такого усечения заголовок приобретает несколько противоположный смысл, так как лексема *дорого* воспринимается уже в другом своем значении. Кроме того, восклицательный знак в конце предложения повышает экспрессивность заголовка. В статье рассказывается о подорожании пасхальных сувениров, в частности пасхальных яиц.

Довольно часто усечение прецедентного текста сопровождается многоточием, которое намекает на опущение компонентов:

164) От перемены мест слагаемых... (АиФ, 25.03.15 - №013)

В данном примере сокращению подвергается всем известный текст формулы из школьных учебников. Читателю не составляет труда восстановить в памяти усеченный компонент – *сумма не меняется*. В статье говорится о новом названии надбавки для пенсионеров северных регионов. Однако от перемены названия пенсионной надбавки сумма ее не увеличилась. Значение исходного текста сохраняется.

165) ПОрадуемся кубку на своем веку! (РГ, 10.04.2006, №73)

Вышеуказанный заголовок представляет собой строку из популярной песни мушкетеров – *Пора, пора порадуемся на своем веку, Красавице и кубку, счастливому клинку*, которая прозвучала в популярном советском фильме «Д'Артаньян и три мушкетера». Несомненно, песня хорошо знакома читателям и удачно соответствует содержанию статьи. В статье рассказывается о победе сборной России по теннису над командой Франции в кубке Дэвиса. Матч проходил во французской провинции Гасконь, что удачно было использовано автором в выборе заголовка, так как главный герой фильма Д'Артаньян является уроженцем Гаскони. Следует также отметить удачную игру с внутренней формой глагола *ПОрадуемся*, где автор прибегает к графической игре – сочетанию прописных и строчных букв в пределах одной лексемы. В глаголе графически выделяется первый слог, который созвучен с названием города, где проходили соревнования.

#### **5.1.4. Перестановка лексем**

Другой вид лексической трансформации, который, согласно нашему материалу, встречается

довольно редко, связан с перестановкой элементов в пределах одного текста. Данный прием используется для усиления экспрессивности заголовка, смыслового выделения его элементов.

Приведем несколько примеров:

- 166) Дурные ноги голове покоя не дают (АиФ, 02.02.00 - №05)
- 167) Счастье хорошо, а правда лучше (РГ, 11.04.2006, №74)
- 168) Его в окно, а он в дверь (РГ, 04.04.2006, №68)

В заголовке (166) автор производит перестановку лексем в пословице *Дурная голова ногам покоя не дает*. Статья рассказывает о синдроме беспокойных ног, который вызывает расстройство сна. Пример (167) представляет перестановку компонентов в названии комедии А. Островского «Правда хорошо, а счастье лучше». В указанном заголовке инверсия необходима для реализации основной мысли статьи. Счастье, в данном случае, по мнению автора, это госрегулирование экономики и национализация, которые приносят лишь краткосрочные дивиденды. Правдой же является то, что такое затянувшееся счастье развратило государство. В заголовке (168) обыгрывается пословица *Его в дверь, а он в окно*. В статье речь идет о новой системе «одного окна», при которой предпринимателям предлагают услуги многих ведомств в одном месте. Однако представители малого бизнеса по-прежнему предпочитают личные визиты для решения своих вопросов, образно говоря, продолжая стучаться в двери ведомств.

## 5.2. Грамматическая трансформация

Грамматическая трансформация предполагает различные морфологические и синтаксические преобразования прецедентных текстов: изменение формы числа, лица или рода существительных, глагольного наклонения, временных форм глагола, замену части речи одного из составляющих исходной цитаты, применение или удаление префиксов, преобразование утвердительных форм в отрицательные и наоборот, изменение знака препинания в конце высказывания и т.д. Число заголовков, подверженных различным грамматическим преобразованиям, составляют 11,3 % от общего числа выделенных нами примеров.

Рассмотрим приемы грамматических трансформаций на примерах, выделенных в ходе нашей работы над материалом.

Довольно часто журналисты прибегают к добавлению, изменению или усечению префиксов, как это показывают следующие примеры.

- 169) Необыкновенный фашизм (Ъ, 13.03.07, 39)
- 170) Двадцать лет спустя (Ъ, 23.01.15, 10)
- 171) Праздник послушания (МК, 14.03.2007, №24415)

В заголовке (169) автор обыгрывает название документального фильма М. Ромма «Обыкновенный фашизм» путем прибавления отрицательного префикса к качественному прилагательному, вследствие чего выражение становится антонимическим по значению. В статье рассказывается о новой театральной постановке, посвященной альтернативной истории XX века. Вторая мировая война, в толковании создателей спектакля, не заканчивается в 1945 году, и фашизм принимает новые необычные формы, что и отражается в заголовке. Пример (170) является заголовком к рецензии на фильм «Тупой еще тупее 2», который был снят через двадцать лет после выхода на экраны первого фильма. Автор обыгрывает название романа А. Дюма «Двадцать лет спустя». К исходному элементу, деепричастию *спустя*, автор добавляет приставку *при-*. Замена компонента на шутовское и близкое по семантике *приспустя*, выражает низкую авторскую оценку качеству фильма, что и подтверждается в самой статье. В заголовке (171) обыгрывается название повести-сказки С. Михалкова «Праздник непослушания», где в одном из исходных компонентов происходит усечение отрицательного префикса. В статье речь идет о том, что власти города будут поощрять рыночных «послушных» торговцев, которые готовы получать официальные разрешения на торговлю.

Часто игровая трансформация выражается изменением рода или числа одного из элементов исходного высказывания:

- 172) Когда спящие пробуждаются (Ъ, 14.01.00, 2)
- 173) Уж послал, так послал! (МК, 12.03.2007, №24413)

В заголовке (172) происходит грамматическая трансформация названия романа Г. Уэллса «Когда спящий проснется». Замена единственного числа на множественное раскрывается в статье, которая повествует о том как «пробуждаются» зрители спектакля «Спящая красавица». Это «пробуждение» происходит благодаря великолепному выступлению артиста балета Мануэля Легри. В заголовке (173) автор использует известную цитату *Уж послала*,

*так послала!* из популярного мультфильма «Падал прошлогодний снег». Здесь происходит замена категории рода исходных элементов. Используя данный прецедентный текст, автор передает иронию и выражает негативное отношение к происходящему: в статье речь идет о том, как президент Путин в послании Федеральному собранию указал линию развития страны на три года вперед, тем самым фактически лишив своего преемника вариантов, грубо выражаясь, «послал» следующего президента.

Грамматическая трансформация может осуществляться также за счет изменения временной формы глагола.

174) Из «Искры» возгорелось пламя (АиФ, 12.01.00 - №01 02)

Автор использует в заголовке (174) известную строку из стихотворения А. Одоевского «Струн вещей пламенные звуки» *Из искры возгорится пламя*, которая впоследствии стала эпиграфом к ленинской подпольной газете «Искра». В заглавии автор приводит глагол исходного выражения в прошедшем времени. Кроме того, грамматическая трансформация здесь совмещена с графической – существительное *искра* пишется с прописной буквы и заключается в кавычки, благодаря чему становится ясным, что речь в статье пойдет, скорее всего, именно об одноименной газете. Это подтверждается содержанием статьи, в которой рассказывается о пожаре в здании, где когда-то располагалось издательство вышеназванной газеты. Игра происходит за счет актуализации буквального значения данного выражения.

Довольно характерны для заголовков современной прессы морфологические игры с именем собственным:

175) Крепкий Орешников (КП, 08.09.2007, №131)

176) Швондеры возвращаются (РГ, 11.04.2011, №76)

В заголовке (175) исходный элемент названия серии американских фильмов «Крепкий орешек» о непобедимом полицейском, имя нарицательное *орешек*, переходит в сходное с ним по основе имя собственное *Орешников*. Такая игровая замена оправдывает себя: в статье речь идет о сержанте московской милиции Максиме Орешникове, задержавшим преступников в стиле кинофильмов «Крепкий орешек». В примере (176) используется игровая трансформация, которая заключается в использовании имени собственного *Швондер* в форме множественного числа, что помогает трансформировать данный образ на группу лиц, является выразителем определенного понятия. В публикации рассказывается о праве жильцов

вновь создавать домовые комитеты. Здесь несомненно можно почувствовать определенную степень иронии автора и негативного отношения к данному нововведению, так как имя Швондер уже несет в себе презрительную коннотацию.

Другой тип трансформации, который мы выделили в ходе нашего анализа, связан с преобразованием утвердительных форм в отрицательные и наоборот.

- 177) Перо не тянется к бумаге (РГ, 04.04.2011, №70)
- 178) Русь-тройка не несется (РГ, 11.04.2006, №74)
- 179) Такой хоккей нам нужен (РГ, 18.04.2011, №82)

В заголовке (177) автор играет со строкой из стихотворения А.С. Пушкина *И пальцы просят к перу, перо к бумаге*. Статья повествует о компьютеризации английских школ, в результате чего бумага и авторучки становятся ненужными. Теперь уже компьютеры приходят на смену перу и бумаге. Кроме того, в данном примере синтаксическая трансформация совмещается с усечением компонентов исходного текста. В примере (178) нетрудно догадаться, что заголовок строится на основе цитаты из произведения Н.В. Гоголя «Мертвые души» *Не так ли и ты, Русь, что бойкая, необгонимая тройка, несешься?* Автор видоизменяет поговорку, меняя утвердительную форму в отрицательную. В статье речь идет о новой постановке одноименного спектакля. В отличие от оригинала, Русь в спектакле не птица-тройка, несущаяся неведомо куда, а тройца ленивых кобыл, стоящих в хлеву, что и отразил автор в своем игровом заголовке. Знаменитая фраза спортивного комментатора Н. Озерова *Такой хоккей нам не нужен* преобразуется автором в утвердительную конструкцию в заголовке (179). Это тесно перекликается с темой статьи о финале детского хоккейного турнира «Золотая шайба», который играет важную роль в развитии детского спорта в России.

В особый прием игровых преобразований цитатного фонда следует выделить синтаксическую трансформацию, которая связана с изменением интонации исходного высказывания, например, в результате замены точки на вопросительный или восклицательный знак.

- 180) Здесь будет город-сад? (МК, 15.03.2007, №24416)
- 181) Океан не все стерпит? (АиФ, 04.03.15 - №010)
- 182) Плюем в колодец! (МК, 23.03.2007, №24423)

В примере (180) трансформация строки из стихотворения В.В. Маяковского *Через четыре*

*года здесь будет город-сад!* выражается заменой восклицательного знака на вопросительный. В статье говорится о двух возможных вариантах будущего развития Москвы. Оформив заголовок в виде вопроса, автор непосредственно обращается к читателю и просит его выбрать один из предложенных вариантов: либо город станет «садом», либо столкнется с большими проблемами. Крылатое выражение латинского происхождения *Бумага все стерпим* (лат. *Epistola non erubescit*) трансформируется в вопросительный заголовок (181). Кроме того, здесь происходит лексическая замена компонента: *бумага* → *океан* и преобразование утвердительной формы в отрицательную. Используя вопросительный заголовок, автор предлагает читателю найти ответ на вопрос, обратившись к тексту статьи. Прочитав данную публикацию, ответ ясен – океан больше не может справляться с огромным количеством мусора, который кочует от одного континента к другому и собирается в огромные плавучие острова. В построении заголовка (182) автор использует пословицу *Не плюй в колодец, пригодится воды напиться*. Пословица подвергается синтаксической трансформации путем замены точки на восклицательный знак и преобразования отрицательной формы в утвердительную. Кроме того, в данном заголовке синтаксическая трансформация совмещена с усечением компонентов. В статье повествуется о загрязнении населением практически всех водных объектов, иначе говоря, мы сами «плюем» в тот колодец, откуда пьем. Восклицательный знак и утвердительная форма заголовка придают ему резкий экспрессивный оттенок с долей негативного отношения автора к происходящему.

### 5.3. Комплексные трансформации

Приемы аналитических трансформаций могут комбинироваться, то есть в одном заголовке автор может использовать сразу несколько способов творческого преобразования исходного текста, например, замену компонента и усечение части высказывания. Кроме того, например, преобразование лексического состава прецедентного текста во многих случаях влечет за собой определенные изменения на грамматическом уровне.

Чаще всего, согласно собранному материалу, авторы прибегают к комбинированию видов лексических трансформаций. Практически все случаи зафиксированных нами примеров комплексных лексических трансформаций включают в себя замещение. Приведем некоторые примеры таких игровых преобразований:



- 183) Пять живых Ильичей на сундук мертвеца (Ъ, 22.01.00, 8)  
 184) Площадь Красная видна ИЗ «ЧЕЧЕНСКОГО» ОКНА! (КП, 10.08.2000, №145)  
 185) Пенсия: накопить нельзя заработать (АиФ, 11.02.15 - №007)

Заголовок (183) содержит в себе трансформированную строку пиратской песни из русского перевода романа Р.Л. Стивенсона «Остров сокровищ». Здесь происходит замена исходного компонента *пятнадцать человек* на *пять Ильичей*, расширенное конкретизирующим определением *живых*. Статья является ироническим репортажем о том как коммунисты отмечали 76-ю годовщину со дня смерти Ленина. Автор описывает пять двойников Ленина, развлекающих вяло проходящую церемонию. Строка из стихотворения С. Михалкова *А из нашего окна // Площадь Красная видна* породила заголовок (184). Здесь совмещаются приемы лексической замены и перестановки лексем. Кроме того, автор заключает в кавычки элемент *чеченского*, тем самым выделяя его. Статья повествует о том, что в одном из номеров гостиницы «Россия» был обнаружен склад оружия. Из окна этого номера хорошо просматривается Красная площадь. Автор называет окно номера «чеченским», потому что в гостинице долгое время промышляли чеченские бандиты. Интересным является вариант обыгрывания распространенного крылатого выражения *Казнить нельзя помиловать*, основанного на неопределенности расстановки знаков препинания. В заголовке (185) происходит полная замена всех лексических компонентов. Здесь важную роль играет синтаксическая структура высказывания, именно такое построение заголовка вызывает у читателя ассоциацию с исходным выражением. Помимо лексической замены, автор расширяет заголовок с помощью поясняющего компонента *пенсия*. Точный смысл такого заголовка невозможно понять из-за отсутствия запятой. Он полностью раскрывается только после прочтения статьи, в которой рассказывается о бедственном положении российских пенсионеров, у которых нет возможности ни накопить, ни заработать.

Довольно выразительны заголовки, в которых происходит сокращение исходного текста и одновременно меняется один из его компонентов. Примеры таких комбинаций наиболее частотны в проанализированных нами заголовках.

- 186) Не так страшен «барс» (РГ, 20.04.2015, №83)  
 187) Алина ягодка опять (АиФ, 07.03.07 - №10 (1375))  
 188) К Западу передом, к России ... (АиФ, 14.03.07 - №11 (1376))

В статье под заголовком (186) рассказывается о финальной серии розыгрыша кубка Гагарина между командами СКА и Ак Барс. Несмотря на то что «барсы» являются одной из самых

сильных команд, они не так страшны и непобедимы, как их «малютят». Более слабая команда СКА выигрывает в серии. Исходная поговорка *Не так страшен черт, как его малютят* сохраняет свое значение. Заголовок (187) без труда будет расшифрован русским читателем, несмотря на усечение и замену компонента в поговорке *В 45 баба ягодка опять*. Заголовок вводит в заблуждение, так как читатель может предположить, что в статье речь пойдет о некой Алине, которой исполнилось 45 лет. Статья же посвящена победе 24-х летней гимнастки Алины Кабаевой над более молодыми соперницами. Используя такой заголовок, автор, скорее всего, хотел сказать, что спортсменка, несмотря на свой зрелый для художественной гимнастики возраст, остается «ягодкой» по сравнению с молодыми спортсменками. Цитата из русских народных сказок *Избушка, избушка, повернись ко мне передом, к лесу – задом*, обыгрываемая в заголовке (188), приобретает резкое ироническое звучание. Речь идет о заявлении президента Беларуси А. Лукашенко, согласно которому страна хочет ориентироваться в своем развитии на Германию или Швецию, а ориентация на Россию была ошибкой – к России следует теперь, так сказать, «повернуться задом».

Часто встречаются в заголовках примеры совмещения нескольких грамматических трансформаций, которые обычно сочетаются с лексическими преобразованиями.

- 189) Взятки – гадки? (АиФ, 09.05.07 - №19 (1384))
- 190) Но первыми-то были мы! (АиФ, 11.03.15 - №011)
- 191) Почва и судьба дышали под осетрину (Ъ, 22.01.00, 8)

В примере (189) происходит каламбурное преобразование фразеологического оборота *взятки гладки*. Автор производит замену исходного элемента *гладки* на созвучный ему *гадки*. Кроме того, происходит мена интонации: заголовок оформлен в виде вопроса. В результате такой трансформации исходного фразеологизма, его первоначальное значение полностью утрачивается. Речь в статье идет о неэффективности борьбы с коррупцией. Задавая в заголовке вопрос, автор приглашает читателя к совместному поиску ответа, а также намекает на проблемный характер статьи. В заголовке (190) обыгрывается название кинофильма «Они были первыми». Лексическая трансформация здесь сочетается с синтаксической, в частности, повествовательное предложение заменяется восклицательным. Такое преобразование придает заголовку интонацию разговорной речи и выражает повышенную эмоциональность. Статья повествует о дизайне японских автомобилей, которые подозрительно напоминают модель российского автомобиля марки ВАЗ. Строка из стихотворения Б. Пастернака *И дышат почва*

*и судьба* обыгрывается в заголовке (191) к пронизанной иронией статье о банкете в честь вручения литературных премий в московском ресторане «Серебряный век». Ирония автора подчеркивается совмещением «высокого» и «низкого», строки из стихотворения поэта серебряного века и лексемой *осетрина*, что создает определенный диссонансный эффект, акцентируя внимание читателя. Помимо изменения порядка слов и лексического расширения исходной цитаты, происходит изменение временной формы предиката.

Довольно оригинально обыгрывается название популярного американского фильма «Один дома» в следующем заголовке:

192) Жена навсегда оставила Калкина. Одного. И дома (КП, 09.08.2000, №144)

Помимо лексической инверсии, автор одновременно прибегает к парцелляции. Такая трансформация усиливает выразительность заголовка, эмоциональность высказывания, а также придает заголовку интонации разговорной речи, создавая значительный экспрессивный эффект. Читатель восстанавливает расчлененную структуру предложения, связывая между собой смыслы, заложенные во всех трех отрезках. Заголовок также обладает высокой степенью информативности. Даже не обращаясь к статье, без труда можно догадаться, что речь здесь пойдет об исполнителе главной роли в фильме «Один дома» М. Калкине, которого оставила жена.

#### **5.4. Графические трансформации**

Не менее интересной представляется нам языковая игра, которая осуществляется с помощью различных графических средств. Чаще всего, такими средствами являются кавычки, в которые заключается вся цитата или же отдельные ее элементы. Как пишет С.И. Сметанина (2002: 205), суть графической игры состоит в выделении того слова, слов или отдельной части слова, на которую должно быть обращено внимание читателя как на активный элемент, связанный с публикацией и формирующий оригинальный смысл. Графическая игра в большинстве случаев комбинируется с другими видами структурных трансформаций, что создает дополнительные смыслы. Заголовки, в которых журналисты используют графическую игру, составляют 7,5 % от общего числа трансформированных заголовков.

Как отмечает И.В. Серикова (2005: 252), кавычки выполняют экспрессивную

функцию, актуализируют коннотативное значение языковых единиц, привлекают читателя к новым смыслам и воздействуют тем самым на адресата.

- 193) «Медведь» ослу не товарищ (КП, 04.08.2000, №141)
- 194) «Мужчина и женщина» без хеппи-энда (Ъ, 21.01.00, 7)
- 195) Три «богатыря» Украины (АиФ, 11.04.07 - №15 (1380))

В заголовке (193) замена компонентов исходной пословицы *Гусь свинье не товарищ*, сопровождается заключением в кавычки лексемы *медведь*, что означает переход имени нарицательного в имя собственное. Статья повествует о сотрудничестве российской партии «Единство», символом которой является медведь, что отражается в заголовке, и американской республиканской партии, главные конкуренты которой – демократы – в качестве символа используют осла. В примере (194) заключенный в кавычки элемент, так же как и расширяющий его компонент – *без хеппи-энда*, ясно дает понять, что в статье речь пойдет о кинематографии. Это подтверждается после прочтения публикации о номинациях на кинематографическую премию «Сезар». В статье также упоминается известный французский фильм «Порнографические связи», который в свое время называли «Мужчина и женщина» 90-х годов, только с грустным концом. Игра также получает особую выразительность за счет написания иноязычного слова русскими буквами, а также употребления его в склоняемой форме. В заголовке (195) автор использует собирательное название главных героев русских былин – Ильи Муромца, Добрыни Никитича и Алеши Поповича. Образ богатырей вызывает в сознании русского читателя положительные коннотации. Автор заключает компонент *богатыри* в кавычки, тем самым намекая, что речь пойдет не о положительном образе. В статье рассказывается о борьбе за власть между тремя политическими лидерами Украины, к которым автор высказывает явно пренебрежительное отношение.

Графическая игра в заголовках также может осуществляться и с помощью других графических средств, привлекающих внимание читателей. Рассмотрим некоторые из них на конкретных примерах:

- 196) Соб@ка бывает кусачей (МК, 22.03.2007, №24422)
- 197) Вот та-а-акой толщины (Ъ, 21.01.00, 7)
- 198) Шоу маст гоу вон (МК, 22.03.2007, №24422)
- 199) XXX-Files (КП, 04.08.2000, №141)

В заголовке (196) используется строка из песни «Огромный собачий секрет» *Собака бывает кусачей только от жизни собачьей*. Узуальный компонент *собака* трансформируется посредством замены буквы *a* на символ @, который тоже называется «собака» и используется в сетевых сервисах. Использование данного графического символа, вклинившегося в лексему вместо обычного кириллического написания, полностью меняет значение слова. Употребление символа @ в данном заголовке можно объяснить интенцией автора намекнуть на тему публикации, что и подтверждается в тексте статьи, которая посвящена Всемирной паутине, а именно аферам и махинациям в интернете. Кроме того, элемент @ напоминает своим графическим написанием букву *a*, что совсем не затрудняет прочтение слова, а, напротив, усиливает в данном случае языковую игру. Рецензия на молодежный фильм «Американский пирог» получает заголовок (197). Здесь графическая игра совмещается с лексической заменой. Игра реализуется с помощью графического выделения, которое выражает звуковой план речи, подражая определенной манере произношения. В данном случае имитируется строка из детской песни «Каравай» *Вот такой вышины!* В примере (198) графическая игра реализуется за счет написания английской фразы посредством кириллицы. В данном случае обыгрывается название известной песни британской группы «Queen» «Show must go on». Е.А. Земская (2004: 520) отмечает, что такой вид игры как написание иноязычных слов русскими буквами, привлекает особое внимание читателя, интригует его. Игра усиливается в результате замены английского слова *on* на созвучное с ним русское наречие *вон*. В статье рассказывается об известном российском шоумене, который покинул популярный телевизионный проект. Пример (199) восходит к названию популярного американского телесериала «Секретные материалы» (англ. «X-Files»). Здесь графическая игра реализуется в использовании латиницы. Дополнительным показателем игры становится добавление компонента к оригинальному названию сериала, в данном случае двух букв *X*, в результате чего образуется символ, обозначающий порнографическую продукцию, – *XXX*. Такая игра становится понятной после прочтения статьи, речь в которой идет о возможном включении эротических сцен в вышеназванный сериал.

### 5.5. Контаминация

В отдельный тип лексической трансформации мы хотели бы выделить контаминацию, то есть соединение в одном заголовке двух или нескольких прецедентных текстов. Как показывает

собранный нами материал, такое видоизменение структуры является довольно редким видом трансформации цитат. Нам удалось выделить всего несколько примеров данного способа преобразований.

- 200) Осторожно - сейчас вылетит ЗЛАЯ МАРТЫШКА! (КП, 12.08.2000, №147)  
 201) Хлестаков и Лир в одном флаконе (РГ, 07.04.2006, №71, 72)

Заголовок (200) соединяет в себе два расхожих выражения: *осторожно – злая собака и внимание, сейчас вылетит птичка*. Первое из этих сочетаний используется как предупреждение о том, что на определенной территории находится охранная собака, которая может быть опасной. Второе обычно используется фотографами при съемке детей. Автор оригинально и, на наш взгляд, очень удачно соединил в одном заголовке оба выражения, что перекликается с темой публикации, в которой повествуется о том, как животные, используемые фотографами в качестве «реквизита», нападают на клиентов, то есть являются опасными. В примере (201) автор объединяет прецедентные имена героев известных литературных произведений *Хлестаков* и *Лир* с фразеологическим оборотом *в одном флаконе*, которое указывает на определенные явления, представленные в комплексе. В статье рассказывается о талантливом актере, великолепно справляющимся с разноплановыми ролями.

## 5.6. Выводы

В пятой главе нашего исследования мы сделали попытку определить, к каким средствам прибегают журналисты, используя в заголовках прецедентные тексты. Наш анализ показал, что в современной российской прессе цитаты встречаются чаще в трансформированном виде. Найденные нами примеры квазичитатных заголовков составляют 79,8% от общего числа материалов. Прямое цитирование используется журналистами заметно реже. Заголовки с использованием прямых цитат соответственно составили 20,2% от общего количества выделенных нами примеров.

На основании проведенного нами анализа было выделено пять типов игровых трансформаций. Наиболее частотным способом трансформации прецедентного текста являются лексические трансформации, из которых чаще всего в заголовках представлены примеры с использованием замены одного или нескольких элементов исходной цитаты. Среди лексических трансформаций было также выделено использование приема добавления

к исходному тексту уточняющих компонентов, сокращение компонентного состава, а также перестановка элементов в пределах одного предложения.

Следующим по частотности использования приемом является введение цитат в заголовки с использованием различных грамматических преобразований. Такие преобразования осуществляются на синтаксическом и морфологическом уровнях.

Графические трансформации также часто встречаются в заголовках периодической печати. Здесь следует отметить игру с использованием кавычек, символов, написания иноязычных слов русскими буквами, использование латиницы в построении заголовков.

Мы также выделили несколько примеров контаминационного использования прецедентных текстов, то есть совмещения нескольких устойчивых выражений в одном заголовке.

В отдельную группу мы выделили примеры комплексных трансформаций прецедентных текстов. Нередко в одном заголовке автор прибегает к использованию сразу нескольких способов творческого преобразования исходного текста, например, замену компонента и усечение части высказывания. Анализ показал, что практически все случаи зафиксированных нами примеров комплексных трансформаций включают в себя лексические преобразования исходных текстов.

Ниже представлена таблица, где отображены результаты, полученные нами при анализе заголовков, с точки зрения их структурных трансформаций:

Таблица 2

	РГ	Ъ	МК	КП	ЛИФ	ИТОГ
Лексическая трансформация	112	77	94	54	107	444
Грамматическая трансформация	35	15	13	10	29	102
Графическая трансформация	16	11	11	11	19	68
Контаминация	1	0	0	2	0	3
Комплексные трансформации	33	24	15	12	21	105
Прямое цитирование	61	31	47	20	24	183
<b>Общее количество примеров</b>	<b>258</b>	<b>158</b>	<b>180</b>	<b>109</b>	<b>200</b>	<b>905</b>

## 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе мы рассмотрели особенности игрового употребления прецедентных текстов в заголовках современной российской прессы. Нами были определены две основные цели исследования: выявить сферы-источники проанализированных цитатных заголовков, а также определить способы их структурных трансформаций. Для достижения указанных целей мы проанализировали 905 примеров газетных заголовков, где встречается прием цитирования. Для сбора материала была использована база данных Интегрум.

Анализ материала показал, что цитаты довольно широко используются журналистами современной российской прессы в создании игровых заголовков. Цитатные вкрапления делают заголовок ярким, броским, выразительным, привлекают внимание читателя, побуждают его к прочтению статьи.

Выявление источников прецедентных текстов, как пишет Е.А. Земская (2004: 555), представляет особый интерес, так как они характеризуют и менталитет автора, и его уровень, а также психологию и коммуникативную компетенцию читателя. Кроме того, это демонстрирует некоторые общие элементы фоновых знаний, преобладающих в обществе на данный момент. В ходе нашей работы над материалом исследования мы выделили шесть основных сфер-источников цитирования в газетных заголовках. Доминирующими источниками являются фразеологический фонд русского языка, художественная литература, кино- и телепродукция. Музыкальные произведения и фоновые знания из области культуры, истории и политики также достаточно частотны в создании заголовков. Лозунги и выражения эпохи социализма, по нашим подсчетам, используются в заголовках реже всего. Для заголовков российской прессы также характерен элемент полипрецедентности, который заключается в использовании двух или нескольких источников в одном заголовке. Такие заголовки позволяют активизировать сразу несколько областей фоновых знаний реципиента путем разгадывания предложенной автором загадки. В основном, источниками таких заголовков является массовая культура.

Исследовательский материал показал, что в заголовках современных изданий используются прецедентные тексты разных поколений. Интересно отметить, что довольно часто авторы апеллируют к культурному фонду советского периода, например, к названиям и текстам из любимых кинофильмов и песен. Это объясняется тем, что вышеназванные источники не теряют своей популярности и часто транслируются по телевидению и радио, за счет чего они хорошо знакомы и новому поколению читателей. Следует также отметить, что



многие фразы из советских кинокомедий за счет своей повторяемости стали крылатыми и известны самой широкой аудитории, даже среди таких людей, которые не обязательно знают, о каком именно фильме идет речь.

При создании заголовков, авторы современных изданий апеллируют в первую очередь к отечественной культуре, так как она более знакома массовому читателю. Количество зарубежных источников встречается значительно реже. Такое превосходство, вероятно, можно объяснить тем, что многие десятилетия страна была обособлена и доступ к иностранной массовой культуре был достаточно ограничен. Кроме того, общий уровень знания иностранных языков в стране был невысоким. Возможно, тенденция к использованию иностранных источников, в дальнейшем будет расти.

Цитаты могут вводиться в заголовок как в прямом, так и в трансформированном виде. Исследователи языковой игры в области СМИ и рекламы С.В. Ильясова и Л.П. Амири (2009: 226) отмечают, что уже само включение прецедентного феномена в текст можно рассматривать как языковую игру со свойственной ей экспрессивностью и оценочностью. Экспрессивный эффект значительно усиливается в результате разного рода преобразований, которые происходят в прецедентных феноменах по воле автора. Наш анализ показал, что трансформированные цитаты встречаются в газетных заголовках гораздо чаще, чем прямое цитирование.

В данной работе мы остановились на исследовании именно аналитических трансформаций прецедентных текстов, в результате которых меняется структурный состав исходной фразы. Как показывает наш материал, аналитические трансформации довольно широко и разнообразно представлены в заголовках российской прессы. Мы выделили пять основных способов преобразований, которые используют журналисты для создания игровых заголовков. Среди них явное лидерство принадлежит лексическим трансформациям, которые представляют широкое поле для игровых модификаций прецедентных текстов. Основными способами лексических трансформаций являются субституция, усечение, добавление и инверсия. Кроме того, широко используются различные грамматические и графические преобразования исходного текста. Контаминация, то есть использование нескольких цитат в одном заголовке, встречается, по нашим данным, очень редко. Мы также выделили достаточно большое количество примеров, совмещающих в себе сразу несколько приемов вышеуказанных модификаций исходного текста. Это вызвало у нас определенную сложность в классификации данных заголовков, в итоге мы пришли к решению выделить такой тип

модификаций в отдельную категорию комплексных трансформаций.

Как отмечает в своей работе С.И. Сметанина (2002: 112), в настоящее время игра с прецедентными текстами настолько активно используется прессой, что появилась тенденция к тиражированию цитат и превращению их в клише. Многочисленные подтверждения этому мы нашли и в проанализированном нами материале.

Различные структурные преобразования делают заголовок экспрессивным, заставляют читателя улыбнуться, вносят в исходные цитаты новые смыслы, содержат оценку автора к описываемому событию, иронически переосмысливают текст. Творческие способности журналиста, его языковое чутье и эрудиция играют первостепенную роль в создании заголовка, который не только привлекателен и необычен, но и отображает в определенной мере содержание материала, а также создает удачную языковую игру.

По словам Е.А. Земской (2004: 563), цитатные вкрапления в газетные заголовки рассчитаны на читателей разных уровней образования и культуры, прежде всего на эрудированных читателей с высшим образованием. Мы полностью согласны с этим утверждением, так как выделенные нами примеры, в большинстве своем, требуют определенного уровня фоновых знаний для их адекватного восприятия и понимания.

На основании проведенного анализа, с уверенностью можно утверждать, что языковая игра с прецедентными текстами довольно активно используется журналистами для создания ярких интригующих заголовков, которые зачастую являются ключом к пониманию статьи. Установка автора на языковую игру активизирует фоновые знания читателя, позволяя ему включиться в диалог с автором, тем самым повышая интерес к прочтению статьи.

В заключение еще раз подчеркнем, что данное исследование в силу своей ограниченности носит достаточно условный характер. Работа не отображает во всей полноте авторские игры с цитатным материалом в заголовках российской прессы, мы лишь выделили основные моменты.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Исследовательская литература

- АННЕНКОВА 2005: Анненкова, И.В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления). *Язык современной публицистики*. Сост. Г.Я. Солганник. М.: Флинта: Наука.
- АРУТЮНОВА 1987: Арутюнова, Н.Д. Аномалии и язык. *Вопросы языкознания*. 1987, 5, 3-19.
- БАСОВСКАЯ 2003: Басовская, Е.Н. Обезглавливание через озаглавливание. *Русская речь*. 2003, 4, 56-62.
- БУЛЫГИНА & ШМЕЛЕВ 1997: Булыгина, Т.В., Шмелев, А.Д. *Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики)*. М.: Школа «Языки русской культуры».
- ВАКУРОВ 1994: Вакуров, В.Н. Речевое мастерство журналиста: Творческое преобразование фразеологии в современной публицистике. *Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика*. 1994, 3, 31-45.
- ВИТГЕНШТЕЙН 1985: Витгенштейн, Л. Философские исследования. *Новое в зарубежной лингвистике*. 1985, вып. XVI.
- ГАСПАРОВ 1996: Гаспаров, В.М. *Язык, память, образ: лингвистика языкового существования*. М.: Новое литературное обозрение.
- ГРИДИНА 1996: Гридина, Т.А. *Языковая игра: стереотип и творчество*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т.
- ГУДКОВ 1999: Гудков, Д.Б. *Прецедентное имя и проблемы прецедентности*. М.: Изд-во МГУ.
- ДАНИЛЕВСКАЯ 2003: Данилевская, Н.В. *Языковая игра. Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Под. ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003.
- ЗЕМСКАЯ 1996: Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет. *Поэтика. Стилистика. Язык и культура: памяти Татьяны Григорьевны Винокур*. Отв. ред. Н.Н. Розанова. М.: Наука.
- ЗЕМСКАЯ 2004: Земская, Е.А. *Язык как деятельность: морфема, слово, речь*. М.: Языки славянской культуры.
- ЗЕМСКАЯ И ДР. 1981: *Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис*. Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Наука.
- ЗЕМСКАЯ И ДР. 1983: *Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест*. Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Наука.
- ИЛЬЯСОВА 2002: Ильясова, С.В. *Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ*. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та.
- ИЛЬЯСОВА & АМИРИ 2009: Ильясова, С.В., Амири, Л.П. *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ*. М.: Флинта: Наука.
- КАРАУЛОВ 1987: Караулов, Ю.Н. *Русский язык и языковая личность*. М.: Наука.
- КЛУШИНА 2003: Клушина, Н.И. Общие особенности публицистического стиля. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие*. М.: Изд-во МГУ.
- КОСТОМАРОВ & ЛЕОНТЬЕВ 1966: Костомаров, В.Г., Леонтьев, А.А. Некоторые теоретические вопросы культуры речи. *Вопросы языкознания*. 1966, 5, 3-15.
- КОСТОМАРОВ 1971: Костомаров, В.Г. *Русский язык на газетной полосе*. М.: Изд-во Московского ун-та.
- КОСТОМАРОВ 1999: Костомаров, В.Г. *Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой*

- практикой масс-медиа.* СПб. : Златоуст.
- КОЗИЦКАЯ 2001: Козицкая, Е.А. *Цитатное слово в газетном заголовке.* Тверь: Тверской гос. ун-т.
- КРИВЕНКО 1993: Кривенко, Б.В. Фразеология и газетная речь. *Русская речь.* 1993, 3, 44-49.
- КРЫСИН 2005: Крысин, Л.П. Литературная норма и речевая практика газет. *Язык современной публицистики.* Сост. Г.Я. Солганник. М.: Флинта: Наука.
- ЛИСОЧЕНКО & ЛИСОЧЕНКО 2000: Лисоченко, Л.В., Лисоченко, О.В. *Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации).* ([http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko\\_jaee.htm](http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko_jaee.htm))
- ЛИХАЧЕВ И ДР 1984: Лихачев, Д.С., Панченко, А.М., Поньрко, Н.В. *Смех в Древней Руси.* М.: Наука.
- ЛОТМАН 1992: Лотман, Ю.М. *Избранные статьи, Т. 1.* Таллинн: Александра.
- НОРМАН 1987: Норман, Б.Ю. *Язык: знакомый незнакомец.* Минск: Вышэйшая школа.
- НОРМАН 2011: Норман, Б.Ю. *Игра на гранях языка.* М.: Флинта.
- САННИКОВ 1999: Санников, В.З. *Русский язык в зеркале языковой игры.* М.: Языки русской культуры.
- СЕРИКОВА 2005: Серикова, И.В. Паралингвистические средства как способ актуализации фразеологических единиц в публицистическом дискурсе (на материале газетных текстов начала XXI века). *Славянская фразеология в ареальном, историческом и этнокультурном аспектах. Материалы IV Международной научной конференции.* Гомель: УО «ГГУ им. Ф. Скорины».
- СМЕТАНИНА 2002: Сметанина, С.И. *Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке в стиле журналистики конца XX века).* СПб: Изд-во Михайлова В.А.
- СОЛГАННИК 2004: Солганник, Г.Я. *Стилистика публицистической речи. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2.* М.: Изд-во МГУ.
- СУПРУН 1995: Супрун, А.Е. *Текстовые реминисценции как языковое явление. Вопросы языкознания.* 1995, 6, 17-29.
- ФИЛОСОФ 2005: Философ, В.Н. Фразеологические новообразования в языке современной газеты. *Славянская фразеология в ареальном, историческом и этнокультурном аспектах. Материалы IV Международной научной конференции.* Гомель: УО «ГГУ им. Ф. Скорины».
- ХЕЙЗИНГА 1992: Хейзинга, Й. *Homo ludens. В тени завтрашнего дня.* М.: Прогресс. (Оригинал: J. Huizinga. Homo Ludens. In de schaduwen van morgen.)
- ШАХОВСКИЙ 2008: Шаховский, В.И. *Лингвистическая теория эмоций.* М.: Гнозис.

## Словари

- БЭС = *Большой энциклопедический словарь.* Изд. 2-е перераб. и доп. Гл. ред. А.М. Прохоров. М.: Большая Российская энциклопедия, 1997.
- СЭС = *Стилистический энциклопедический словарь русского языка.* Под. ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА С ЦИТАТАМИ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТ

Jazykovaja igra s citatami v zagolovkah sovremennyh gazet  
(Sitaateilla leikittely venäläisten sanomalehtien otsikoissa)

Tatjana Honkanen  
Pääaineen tutkielma  
Helsingin yliopisto  
Venäjän kieli ja kirjallisuus  
Kevät 2016

## SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	3
2. KIELILEIKIN MÄÄRITELMÄ	4
3. SITAATEILLA LEIKITTELY	4
4. SITAATTIEN LUOKITTELU LÄHTEIDEN MUKAAN	5
5. SITAATTIEN ANALYYTTISET TRANSFORMAATIOT	6
6. JOHTOPÄÄTÖKSET	9
LÄHDELUETTELO	11

## 1. JOHDANTO

Venäjällä on kolmen viime vuosikymmenen aikana tapahtunut suuria taloudellisia, poliittisia ja yhteiskunnallisia muutoksia, jotka ovat heijastuneet myös kieleen. E.A. Zemskajan (2004: 532) mukaan nykyvenäjän silmiinpistäviä piirteitä ovat vapaus, mahdollisuus ilmaista omia ajatuksia ja tunteita sekä kielellä leikittely.

Suurimmat kielenmuutokset näkyvät mediateksteissä. Jos 70-luvun alkupuolella V.G. Kostomarov (1971: 89) kirjoitti, että mediakielessä näkyy kaksi tasavertaista pääpiirrettä, ekspressiivisyys ja pyrkimys kielen standardisointiin, niin 90-luvulla ekspressiivisyys on noussut selvästi hallitsevaksi piirteeksi.

90-luvun loppupuolella kielileikistä on tullut yleinen ilmiö mediateksteissä. Nykypäivänä melkein jokaisessa lehtiartikkelissa toimittajat pyrkivät luovaan kielenkäyttöön.

Kielileikki on hyvin monipuolinen ilmiö ja siinä käytetyt keinot ovat hyvin erilaisia. Sitaateilla leikittely on yksi suosituimmista kielileikin keinoista nykylehtien teksteissä. Kirjoittajat käyttävät sitaatteja sekä varsinaisessa leipätekstissä että artikkelien otsikoissa. Tässä työssä tutkitaan sitaateilla leikittelyä nimenomaan otsikoissa, koska otsikoilla on erittäin suuri merkitys sekä lukijan huomion kiinnittämisen että jutun luettavuuden kannalta.

Työn tarkoituksena on tutkia kieliaineistosta löytyneitä sitaatteja ja luokitella ne lähteiden perusteella sekä määritellä ja kuvata niissä ilmestyvät muodolliset transformaatiot.

Työn alussa määritellään kielileikin käsite, sen ominaispiirteet ja funktiot. Lisäksi tarkastellaan sitaateilla leikittelyä nykysanomalehtien otsikoissa. Empiirisessä osassa selvitetään, mistä alkuperäislähteistä sitaatteja käytetään eniten ja miten kirjoittajat muotoilevat niitä luovasti uudelleen.

Työn tutkimusmateriaali on kerätty Integrum-tietokannassa olevista viidestä laajalevikkisestä lehdestä *Argumenty i Fakty*, *Moskovskij komsomolec*, *Komsomol'skaja pravda*, *Kommersant* ja *Rossijskaja gazeta*. Haku on rajattu siten, että jokaisesta edellä mainitusta lehdestä on poimittu 11 numeroa vuosilta 2000, 2007 ja 2015. Poikkeuksena on *Rossijskaja gazeta*, koska Integrumissa kyseisen julkaisun arkistointi alkaa vuodesta 2005, joten tutkimusta varten valittiin 11 numeroa vuosilta 2006, 2011 ja 2015. Tällä tavoin rajattu haku antoi tuloksena 905 otsikkoa, joissa kirjoittajat leikittelevät sitaateilla.

## 2. KIELILEIKIN MÄÄRITELMÄ

Kielileikkiä on tutkittu hyvin laajasti venäläisessä kielitieteessä. Tutkijoiden esittämissä määritelmässä on joitakin eroavaisuuksia.

Tässä tutkielmassa kielileikki määritellään seuraavalla tavalla: kielileikki on puhujan tai kirjoittajan luovaa kielenkäyttöä, jossa on tarkoituksellisesti käytetty virheellistä, normaalista poikkeavaa tai outoa ilmausta. Kielileikkiä on mahdotonta toteuttaa ilman vastaanottajaa, joka hyväksyy pelin «säännöt» ja jolla on tarvittavat taustatiedot, joiden perusteella hän pystyy oivaltamaan puhujan tai kirjoittajan tarkoitukset.

Kielellä leikkittely on nykymediateksteissä hyvin yleinen ilmiö. Toimittajat leikkivät sanoilla ja sanojen kanssa, rikkovat kieliopillisia normeja ja sananmuodostussääntöjä ja yhdistävät sanoja ja ilmauksia uusilla ja yllättävillä tavoilla.

Kielileikki on monifunktionen ilmiö. Tutkijoiden mukaan kielileikillä on kolme keskeistä funktiota: ensinnäkin sen tärkeimpiä tehtäviä on koomisen vaikutelman luominen, toiseksi se on keino tuottaa luovalla tavalla uudissanoja ja kolmanneksi se on ekspressiivisyyden osoitin, koska leikin tehtävänä on korostaa itse kieltä. Lisäksi on syytä mainita myös arvottava funktio, koska asioiden arvottaminen on nykypäivänä yksi keskeisistä mediatekstien ominaisuuksista ja leikin avulla kirjoittaja välittää usein oman näkökulmansa tekstin aiheeseen. Kaikki mainitut funktiot ovat tavalla tai toisella sidottuja toisiinsa. Niiden lisäksi kielileikillä on muitakin tehtäviä.

## 3. SITAATEILLA LEIKITTELY

Sitaateilla leikkittely sanomalehtien otsikoissa on yksi yleisimmistä ilmiöistä nykymediassa. Tässä tutkielmassa sitaatti käsitetään hyvin laajasti, toisin sanoen sillä tarkoitetaan katkelmia tai viitteitä teksteistä, joihin kuuluvat esimerkiksi kaunokirjallisuuden teokset, elokuvarepliikit, sananlaskut, lentävät lauseet, musiikkiteosten sanat jne.

E.A. Zemskajan (2004: 554) mukaan toimittajat leikittelevät sitaateilla herättääkseen lukijan mielenkiinnon, mikä aktivoi kommunikatiivisen suhteen lukijan ja kirjoittajan välille. Lukijassa herää useita kysymyksiä: Mistä sitaatti on? Miksi toimittaja käyttää sitä? Miten se liittyy itse tekstiin? Jos sitaattia on muokattu, niin kysymysten määrä kasvaa: Mikä kohta on muutettu? Mikä on alkuperäinen ilmaisu? Miksi sitaattia on muutettu? Kaikki nämä kysymykset vaativat lukijalta vastauksia, mikä tavallaan muodostaa kirjoittajan ja lukijan välisen vuoropuhelun. Siihen



osallistuminen kiinnostaa lukijaa, joka joutuu ratkaisemaan tehtävän oivaltaakseen tekstiin kätkeyn tarkoituksen. Tunnistettu sitaatti lisää kieltämättä kiinnostusta lehteä kohtaan ja luo tyytyväisyyden tunnetta.

#### 4. SITAATTIEN LUOKITTELU LÄHTEIDEN MUKAAN

Sitaattien alkuperäislähteiden tutkiminen on kiinnostavaa, koska sen kautta tulee esiin sekä kirjoittajan ajatusmaailma ja sivistystaso että lukijan kyky ymmärtää sitaatti ja kirjoittajan kommunikatiiviset päämäärät. Jotta kirjoittaja saavuttaisi haluamansa vaikutelman, lukijan täytyy tuntea alkuperäisteksti, muuten kommunikaatio epäonnistuu. (Zemskaja, 2004: 555.)

Yksi tämän tutkielman päämääristä oli selvittää, millaisiin nykylukijan oletettuihin taustatietoihin kirjoittajat nojautuvat käyttäessään sitaatteja ja mitä koko lukijakunnalle ja kansalle yhteistä tietoja niihin sisältyy. Otsikoiden analyysissa jouduin rajoittumaan omien taustatietojeni tuntemukseen, joten tältä osin tuloksia voi luonnehtia subjektiivisiksi. Analyysin perusteella esiin nousi kuusi sitaattien päälähdettä: 1) fraseologia (mm. fraseologiset ilmaukset, lentävät lauseet, sananlaskut ja kiinteät ilmaisut); 2) kaunokirjallisuus (proosa, runous, sadut, folkloristiikka ja raamatulliset ilmaukset); 3) elokuvat, tv-ohjelmat, ja piirretyt; 4) musiikkiteokset; 5) kulttuurinen, historiallinen ja yhteiskunnallinen tietämys; 6) iskulauseet, motot ja neuvostoajan ilmaukset.

Analyysin tulokset osoittavat, että fraseologiset ilmaukset ovat selvästi suosituimpia lähteitä, sillä idiomaattisen kielenkäytön avulla pystyy ilmaisemaan vaikeatkin asiat ytimekkäästi ja hauskaasti yhtä aikaa. Lisäksi niiden avulla on helppo kiinnittää lukijan huomio ja houkutella tätä tekstin lukemiseen, esim.:

- 1) За длинным долларом (Kommersant, 15.01.2015, 4)  
**Гнаться за длинным рублем<sup>1</sup>**

E.A. Zemskajan (2004: 555) mukaan runojen lainaaminen oli mediatekstien kirjoittajien suosiossa 90-luvun lopussa. Aineistoni osoittaa, että 2000-luvun alussa runous on jäänyt toiseksi ja proosa tullut sen tilalle. Kaikista eniten toimittajat käyttivät otsikoiden materiaalina kaunokirjallisuuden klassikoita, jotka kuuluvat koulujen opetussuunnitelmaan, esim.:

- 2) Волна и мир (Kommersant, 06.03.2007, 35)

---

<sup>1</sup>Esimerkeissä alkuperäinen ilmaus on lihavoitu.

«Война и мир» – L. Tolstoin romaanin nimi

Viittaukset suosittuihin kotimaisiin ja ulkomaisiin elokuvaan ovat myös yleisiä otsikoissa. Niiden joukossa ehdoton johtoasema on neuvostoajan elokuvilla, erityisesti monille tutuilla ja rakkailla komedioilla, esim.:

- 3) Любовь и аисты (Rossijskaja gazeta, 07.04.2006, №71, 72)  
«Любовь и голуби» – neuvostokomedian nimi

Myös musiikkiteoksia käytetään paljon mediatekstien otsikoissa. Toimittajat käyttävät ensisijaisesti neuvostoajan laulujen nimiä ja sanoja, harvemmin näkee lainauksia ulkomaalaisista ja nykyajan kotimaisista musiikkiteoksista. Esim.:

- 4) Не нужен нам йогурт немецкий (Moskovskij Komsomolec, 19.03.2007, №24419)  
Не нужен мне берег турецкий... – sitaatti neuvostolaulusta

Vähemmän suosittujen sitaattien joukkoon kuuluvat jaettu kulttuurinen, historiallinen ja yhteiskunnallinen tietämys sekä iskulauseet, motot ja neuvostoajan ilmaukset:

- 5) Мату мат! (Rossijskaja gazeta, 06.04.2006, №12, 70)  
Миру — мир! – iskulause

Omaksi ryhmäkseen laatimassani luokittelussa on erotettu niin sanotut monilähteiset otsikot, joissa esiintyy kaksi tai useampi lähde yhtä aikaa. Populaarikulttuuri on näiden otsikoiden joukossa selvästi suosituin lähde:

- 6) Тридцать три танкиста (Argumenty i Fakty, 28.01.2015 - №005)

Yllä mainitussa esimerkissä on peräti kolme lähettä – laulu, elokuva ja kirjallinen teos. Lukija voi tunnistaa otsikosta joko tunnetun laulun nimen *Tri tankista*, joka on peräisin elokuvasta *Traktoristy*. Sen lisäksi otsikosta voi tunnistaa A.S. Puškinin sadun hahmot *tridcat' tri bogatyrja*.

## 5. SITAATTIEN ANALYYTTISET TRANSFORMAATIOIOT

Toimittajat leikittelevät sitaateilla sanomalehtien otsikoissa hyvin aktiivisesti. Sitaatteja transformoidaan joko semanttisesti tai muodollisesti. B.V. Krivenko (1993: 47) jakaa sitaattien

transformaatiot kahteen pääryhmään:

1. Semanttiset eli ei-analyttiset transformaatiot, joissa sitaatti jää alkuperäiseen muotoon, mutta siihen joko liittyy uusia merkitysvivahteita tai transformaation avulla syntyy sanaleikki, joka toteutuu kirjaimellisen ja vertauskuvallisen merkityksen yhdistymisen seurauksena;
2. Muodollinen eli analyttinen transformatio, jonka seurauksena sitaatin alkuperäinen muoto muuttuu.

Tässä tutkimuksessa keskityin ainoastaan sitaattien analyttisiin transformaatioihin nykymediatekstien otsikoissa. Aineiston analyysi osoittaa, että sitaattien muodollisia transformaatioita esiintyy nykylehtien otsikoissa paljon useammin kuin alkuperäisessä muodossa olevia sitaatteja. Niiden osuus tutkielman aineistosta on 79,8 % ja alkuperäisten vastaavasti 20,2 %.

Sitaateilla leikkittely analyttisten transformaatioiden avulla toteutetaan erilaisilla keinoilla. Toimittajat lisäävät tai jättävät pois sanoja alkuperäisestä tekstistä, tekevät erilaisia kieliopillisia muutoksia, korostavat sitaattien elementtejä graafisin keinoin ja muotoilevat niitä uudelleen oman kommunikatiivisen päämääränsä mukaisesti. Lyhyesti sanoen sitaattien muodollinen muutos tapahtuu seuraavasti: alkuperäinen sitaatti → muodollinen muutos → uusi ilmaus.

Tutkielmassa selvitettiin, minkä tyyppisiä muodollisia muutoksia esiintyy nykylehtien otsikoissa. Tätä varten aineiston otsikot jaoteltiin viiteen ryhmään.

Leksikaaliset transformaatiot eli otsikot, joissa muutokset on tehty leksikaalisella tasolla, ovat kaikkein yleisimpiä. Niiden osuus on 49,1 % aineiston esimerkeistä. Tähän ryhmään kuuluu neljä eri transformaatiokeinoa: alkuperäisen sitaatin sanojen korvaaminen toisilla sanoilla, sanojen lisääminen, sanojen poisjättäminen ja lekseemien järjestyksen vaihto.

Yleisin keino transformoida sitaatteja on sanojen korvaaminen. Kyseisessä transformaatiotyyppissä alkuperäisen tekstin yksi tai useampi sana korvataan uudella elementillä, joka useasti liittyy jollain tavoin artikkelin aiheeseen. Sanojen korvaaminen voi olla osittaista tai melkein täydellistä, jolloin jäljelle jää vain alkuperäisen ilmauksen rytmisen rakenne. Seuraavassa esimerkissä Remarquen romaanin nimen sana *zapadnom* on korvattu uudella sanalla *pogodnom*, joka liittyy artikkelin aiheeseen – sääennusteeseen:

7) На погодном фронте без перемен (Argumenty i Fakty, 12.01.2000 - №01 02)

Usein alkuperäissitaattiin lisätään uusia elementtejä, jotka vahvistavat ilmaisun merkitystä tai muuttavat sitä jonkin verran. Seuraavassa esimerkissä sanontaan *Zapas karman ne tjanet* on lisätty

sana *valjutnyj*, jolla on tässä tapauksessa vain tarkentava tehtävä:

8) Валютный запас карман не тянет (Moskovskij komsomolec, 13.01.2000, №005)

Sanojen poisjättäminen kuuluu myös leksikaalisen transformaation keinoihin. Vaillinainen otsikko luo arvoituksen, joka pakottaa lukijan muistelemaan alkuperäistä ilmaisua sitaatin täydentämiseksi. Kyseinen transformaatio luo tavallaan kirjoittajan ja lukijan välisen vuoropuhelun ja joissakin tapauksissa se toimii myös keinona säästää otsikolle varattua tilaa. Seuraavassa esimerkissä leikitellään tunnetulla säännöllä, jonka loppuosa *summa ne izmenjaetsja* on jätetty pois otsikosta.

9) От перемены мест слагаемых... (Argumenty i Fakty, 25.03.2015 - №013)

Paljon harvinaisempiin keinoihin kuuluu alkuperäistekstin lekseemien järjestyksen vaihtaminen. Kyseistä transformaatiota käytetään otsikon elementtien korostukseen ja ekspressiivisyyden vahvistamisen keinona. Seuraavassa esimerkissä Ostrovskin komedian *Pravda horošo, a sčast'e lučše* nimessä olevat sanat *pravda* ja *sčast'e* ovat vaihtaneet paikkaa:

10) Счастье хорошо, а правда лучше (Rossijskaja gazeta, 11.04.2006, №74)

Kieliopillisiin transformaatioihin kuuluvat morfologiset ja syntaktiset muutokset. Niitä voivat olla esimerkiksi substantiivien luvun tai suvun muutokset, prefiksien lisääminen tai poisjätö, myönteisen lauseen muuttaminen kielteiseksi, välimerkkien muuttaminen lauseen lopussa jne. Seuraavassa esimerkissä leikitellään elokuvan nimellä *Krepkij orešek*, jossa kirjoittaja muuttaa yleisnimi *orešek* erisnimeksi *Orešnikov*:

11) Крепкий Орешников (Komsomol'skaja pravda, 08.09.2007, №131)

Graafisessa transformaatioissa käytetään yleensä lainausmerkkejä, symboleja, latinalaisia kirjaimia tai kirjoitetaan vieraskieliset sanat kyrillisillä aakkosilla. Graafisen kielileikin tarkoituksena on sen sanan korostaminen, johon halutaan kiinnittää lukijan huomio. Seuraavassa esimerkissä leikitellään runoelman sankarien yhteisnimellä *tri bogatyrja*. Kirjoittaja merkitsee sanan *bogatyrja* lainausmerkeillä, minkä tuloksena positiiviset hahmot menettävät sankariviittansa. Lainausmerkkien avulla kirjoittaja myös ilmaisee omaa kriittistä suhtautumistaan artikkelin henkilöihin:

12) Три «богатыря» Украины (Argumenty i Fakty, 11.04.2007 - №15 (1380))

Kontaminaatiolla tarkoitetaan useampien sitaattien esiintymistä yhdessä otsikossa. Aineiston perusteella tämän tyyppinen transformaatio on harvinaisin, esimerkkejä löytyi vain muutama kappale. Seuraavassa otsikossa kirjoittaja leikittelee yhdistämällä kaksi kiinteä ilmaisua *ostorožno – zlaja sobaka* ja *vnimanie, sejčas vyletit ptička*:

13) Осторожно - сейчас вылетит ЗЛАЯ МАРТЫШКА! (Komsomol'skaja pravda, 12.08.2000, №147)

Eriytyypiset analyttiset transformaatiot voivat esiintyä yhdessä otsikossa, esimerkiksi sanojen poisjättäminen ja sanan korvaaminen. Lisäksi leksikaalinen transformaatio johtaa usein tiettyihin kieliopillisiin muutoksiin. Seuraavassa esimerkissä, jossa transformaation lähtökohtana on lentävä lause *Kaznit' nel'zja pomilovat'*, on kaikki sanat korvattu toisilla (lukuun ottamatta modaalisanaa *nel'zja*) ja lisätty uusi sana, joka tarkentaa lauseen merkitystä viittaamalla artikkelin aiheeseen:

14) Пенсия: накопить нельзя заработать (Argumenty i Fakty, 11.02.2015 - №007)

## 6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä työssä tutkin sitaateilla leikittelyn erikoispiirteitä 2000-luvun sanomalehtien otsikoissa. Työllä oli seuraavat tavoitteet: selvittää, mitkä ovat ne sitaattien pääasialliset lähteet, joita toimittajat hyödyntävät käyttäessään sitaatteja otsikoissaan, ja luokitella sitaatit niissä ilmenevien transformaatioiden perusteella. Työn aineiston muodostivat Integrum-tietokannasta poimitut 905 lehtiotsikkoa.

Keräämäni aineisto osoittaa, että toimittajat käyttävät sitaatteja hyvin laajasti nykyajan lehtiotsikoissa. Värikkäiden otsikoiden avulla toimittajat herättävät lukijan mielenkiinnon ja houkuttelevat selvittämään, mistä artikkelissa puhutaan. Leikittely otsikoilla aktivoi lukijan yleistiedot ja kokemusmaailman ja luo yhteyden kirjoittajaan. Lukija tuntee tavallaan osallistuvansa keskusteluun.

Tutkimani aineiston mukaan nykylehkien otsikoissa käytetään eri aikakausien sitaatteja. On kiinnostava, että toimittajat käyttävät hyvin usein neuvostoajan tekstejä, jotka ovat edelleenkin

suosittuja ja joita nuorempikin sukupolvi tunnistaa ilmeisesti helposti.

Analyysin pohjalta voi todeta, että otsikoissa esiintyvien sitaattien päälähteinä ovat keskivertolukijalle hyvin tutut venäläinen kulttuuri, historia ja yhteiskunta. Vieraskieliset lähteet ovat vähemmän suosittuja otsikoinnissa. Niiden harvinaisempi käyttö selittyy mahdollisesti sillä, että Venäjä on ollut kauan eristyksissä muusta maailmasta ja vieraiden kielten osaaminen on ollut verrattain alhaisella tasolla. Oletettavasti tämä tilanne muuttuu jo lähitulevaisuudessa.

E.A. Zemskajan (2004: 563) mukaan sitaateilla leikittely otsikoissa kiinnostaa erilaisilla taustatiedoilla varustettuja lukijoita, mutta ennen kaikkea kuitenkin koulutettuja ihmisiä. Tutkimukseni tulokset tukevat E.A. Zemskajan näkemystä, koska suurin osa aineiston esimerkeistä vaatii lukijoilta tiettyä sivistystasoa, jonka ansiosta voi ymmärtää kirjoittajan ajatuksen.

Toimittajat käyttävät sitaatteja sekä alkuperäisessä että transformoidussa muodossa. Aineiston analyysi osoittaa, että transformoidut sitaatit esiintyvät sanomalehdissä paljon useammin kuin alkuperäiset. Tutkimuksessa sitaatit jaettiin transformaatiotyypin mukaan viiteen ryhmään. Tutkitun aineiston perusteella kaikista suosituin keino leikitellä sitaateilla on niiden transformaatiot leksikaalisella tasolla, eli sanojen korvaaminen, sanojen poisjättö, sanojen lisääminen ja lekseemien järjestyksen vaihtaminen. Sen lisäksi transformaatiokeinoihin kuuluvat alkuperäistekstiin tehdyt erilaiset kieliopilliset ja graafiset muutokset. Oman ryhmänsä muodostavat lukuisat esimerkit, joissa eri transformaatiokeinot esiintyvät samassa otsikossa.

Alkuperäissitaatin erilaiset muutokset vahvistavat otsikon ekspressiivisyyttä, luovat koomisen vaikutelman ja tuovat esiin uusia merkityksiä. Lisäksi ne kertovat toimittajan suhtautumisesta tekstin aiheeseen. Toimittajan luova ajattelu, kielen ja kulttuurin tuntemus sekä sivistystaso ovat tärkeimpiä tekijöitä värikkäiden ja omintakeisten otsikoiden laadinnassa. Onnistunut otsikko on avain tekstin aiheeseen ja samalla se voi luoda ainutlaatuisen kiehtovan kielileikin.

## LÄHDELUETTELO

- ANNENKOVA 2005: Annenkova, I.V. Jazyk sovremennyh SMI kak sistema interpretacii v kontekste russkoj kul'tury (popytka ritoričeskogo osmyslenija). *Jazyk sovremennoj publicistiki*. Sost. G.Ja. Solgannik. M.: Flinta: Nauka.
- ARUTJUNOVA 1987: Arutjunova, N.D. Anomalii i jazyk. *Voprosy jazykoznanija*. 1987, 5, 3-19.
- BASOVSKAJA 2003: Basovskaja, E.N. Obezglavlivanje čerez ozaglavlivanie. *Russkaja reč'*. 2003, 4, 56-62.
- BULYGNA & ŠMELEŤV 1997: Bulygina, T.V., Šmelëv, A.D. *Jazykovaja konceptualizacija mira (na materiale russkoj grammatiki)*. M.: Škola "Jazyki russkoj kul'tury".
- VAKUROV 1994: Vakurov, V.N. Rečevoe masterstvo žurnalista: Tvorčeskoe preobrazovanie frazeologii v sovremennoj publicistike. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10, Žurnalistika*. 1994, 3, 31-45.
- VITGENŠTEIN 1985: Vitgenštein, L. Filosofskie issledovanija. *Novoe v zarubežnoj lingvistike*. 1985, vyp. XVI.
- GASPAROV 1996: Gasparov, V.M. *Jazyk, pamjat', obraz: lingvistika jazykovogo suščestvovanija*. M.: Novoe literaturnoe obozrenie.
- GRIDINA 1996: Gridina, T.A. *Jazykovaja igra: stereotip i tvorčestvo*. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t.
- GUDKOV 1999: Gudkov, D.B. *Precedentnoe imja i problemy precedentnosti*. M.: Izd-vo MGU.
- DANILEVSKAJA 2003: Danilevskaja, N.V. Jazykovaja igra. *Stilističeskij ènciklopedičeskij slovar' russkogo jazyka*. Pod red. M.N. Kožinoj. M.: Flinta: Nauka, 2003.
- ZEMSKAJA 1996: Citacija i vidy eë transformacii v zagolovkah sovremennyh gazet. *Poètika. Stilistika. Jazyk i kul'tura: pamjati Tat'jany Grigor'evny Vinokur*. Otv. red. N.N. Rozanova. M.: Nauka.
- ZEMSKAJA 2004: Zemskaja, E.A. *Jazyk kak dejatel'nost': morfema, slovo, reč'*. M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
- ZEMSKAJA I DR. 1981: *Russkaja razgovornaja reč'*. Obščie voprosy. *Slovoobrazovanie. Sintaksis*. Otv. red. E.A. Zemskaja. M.: Nauka.
- ZEMSKAJA I DR. 1983: *Russkaja razgovornaja reč'*. *Fonetika. Morfologija. Leksika. Žest*. Otv. red. E.A. Zemskaja. M.: Nauka.
- IL'ASOVA 2002: Il'jasova, S.V. *Slovoobrazovatel'naja igra kak fenomen jazyka sovremennyh SMI*. Rostov-na-Donu: Izd-vo Rostovskogo un-ta.
- IL'ASOVA & AMIRI 2009: Il'jasova, S.V., Amiri, L.P. *Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI*. M.: Flinta: Nauka.
- KARAULOV 1987: Karaulov, Ju.N. *Russkij jazyk i jazykovaja ličnost'*. M.: Nauka.
- KLUŠINA 2003: Klušina, N.I. Obščie osobennosti publicističeskogo stilja. *Jazyk SMI kak ob'ekt meždisciplinarnogo issledovanija: Učebnoje posobie*. M.: Izd-vo MGU.
- KOSTOMAROV & LEONT'EV 1966: Kostomarov, V.G., Leont'ev, A.A. Nekotorye teoretičeskije voprosy kul'tury reči. *Voprosy jazykoznanija*. 1966, 5, 3-15.
- KOSTOMAROV 1971: Kostomarov, V.G. *Russkij jazyk na gazetnoj polose*. M.: Izd-vo Moskovskogo un-ta.
- KOSTOMAROV 1999: Kostomarov, V.G. *Jazykovej vkus èpohi: iz nabljudenij nad rečevoj praktikoj mass-media*. SPb.: Zlatoust.
- KOZICKAJA 2001: Kozickaja, E.A. *Citatnoe slovo v gazetnom zagolovke*. Tver': Tverskoj gos. un-t.

- KRIVENKO 1993: Krivenko, B.V. Frazeologija i gazetnaja reč'. *Russkaja reč'*. 1993, 3, 44-49.
- KRYSIN 2005: Krysin, L.P. Literaturnaja norma i rečevaja praktika gazet. *Jazyk sovremennoj publicistiki*. Sost. G.Ja. Solgannik. M.: Flinta: Nauka.
- LISOČENKO & LISOČENKO 2000: Lisočenko, L.V., Lisočenko, O.V. *Jazykovaja igra na gazetnoj polose (v svete metalingvistiki i teorii komunikacii)*. ([http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko\\_jaee.htm](http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko_jaee.htm))
- LIHAČEV I DR. 1984: Lihačev, D.S., Pančenko, A.M., Ponyrko, N.V. *Smeh v Drevnej Rusi*. M.: Nauka.
- LOTMAN 1992: Lotman, Ju.M. *Izbrannye stat'i. T. 1. Tallinn: Aleksandra*.
- NORMAN 1987: Norman, B.Ju. *Jazyk znakovyj neznakomec*. Minsk: Vyšejšaja škola.
- NORMAN 2011: Norman, B.Ju. *Igra na granjah jazyka*. M.: Flinta.
- SANNIKOV 1999: Sannikov, V.Z. *Russkij jazyk v zerkale jazykovoj igry*. M.: Jazyki russoj kul'tury.
- SERIKOVA 2005: Serikova, I.V. Paralingvističeskie sredstva kak sposob aktualizacii frazeologičeskikh edinic v publicističeskom diskurse (na materiale gazetnyh tekstov načala XXI veka). *Slavjanskaja frazeologija v areal'nom, istoričeskom i ètnokul'turnom aspektah. Materialy IV Meždunarodnoj naučnoj konferencii*. Gomel': UO "GGU im. F. Skoriny".
- SMETANINA 2002: Smetanina, S.I. *Media-tekst v sisteme kul'tury (dinamičeskie processy v jazyke v stile žurnalistiki konca XX veka)*. SPb: Izd-vo Mihajlova V.A.
- SOLGANNIK 2004: Solgannik, G.Ja. Stilistika publicističeskoj reči. *Jazyk SMI kak ob'ekt meždisciplinarnogo issledovanija. Čast' 2*. M.: Izd-vo MGU.
- SUPRUN 1995: Suprun, A.E. Tekstovye reminiscencii kak jazykovoe javlenie. *Voprosy jazykoznanija*. 1995, 6, 17-29.
- FILOSOFOV 2005: Filosofov, V.N. Frazeologičeskie novoobrazovanija v jazyke sovremennoj gazety. *Slavjanskaja frazeologija v areal'nom, istoričeskom i ètnokul'turnom aspektah. Materialy IV Meždunarodnoj naučnoj konferencii*. Gomel': UO "GGU im. F. Skoriny".
- HEJZINGA 1992: Hejzinga, J. *Homo ludens. V teni zavtrašnego dnja*. M.: Progress. (Original: J. Huizinga. *Homo Ludens. In de schaduwen van morgen*.)
- ŠAHOVSKIJ 2008: Šahovskij, V.I. *Lingvističeskaja teorija èmocij*. M.: Gnozis.

### Sanakirjat

- BÈS = *Bol'soj ènciklopedičeskij slovar'*. Izd. 2-e pererab. i dop. Gl. red. A.M. Prohorov. M.: Bolšaja Rossijskaja ènciklopedija, 1997.
- SÈS = *Stilističeskij ènciklopedičeskij slovar' russkogo jazyka*. Pod. red. M.N. Kožinoj. M.: Flinta: Nauka, 2003.