

**ПРИНЦИП «ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ» КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ
ЖУРНАЛА «ОГОНЕК» 2009–2013 ГГ.)**

© Н. О. Данилова

Варминско-Мазурский университет в Ольштыне

Polska, 10-725 Olsztyn, ul. Kurta Obitza 1.

E-mail: natalia_danilowa@interia.eu

Анализируются заголовки статей и заметок, посвященных Польше и полякам, которые были опубликованы в российском журнале «Огонек» в период с 2009 по 2013 гг. Особое внимание уделено использованию так называемого принципа «языковой игры», который, по мнению автора статьи, не только обращает внимание читателя по отношению к заголовку, но и способствует прочтению материала в полном объеме. Кроме того, наличие игрового элемента в заголовках статей делает их диалогичными и, в определенной степени, выступает как средство активизации межкультурной коммуникации, что играет немаловажную роль в отражении российско-польских отношений в прессе.

Ключевые слова: *заголовки прессы, языковая игра, Россия, Польша, польско-российские взаимоотношения, стереотипы.*

Как известно, многие читатели начинают чтение газет и журналов с просмотра заголовков, поскольку именно они являются визитной карточкой любой статьи. Порой они притягивают и развлекают, а иногда поражают или отталкивают. Хороший заголовок – залог того, что читатель обратит на него внимание, а значит – прочтает статью полностью. Таким образом, он становится участником коммуникативной игры, предложенной автором.

В условиях жесткой конкуренции на информационном рынке, когда ведется острая борьба за читателя, журнал «Огонек», как и другие печатные СМИ, стремится «преподнести» свои материалы в наиболее привлекательной форме. Именно поэтому перед авторами стоит непростая задача – не только хорошо написать статью, но и придумать заголовок, который бы побудил читателя к прочтению всего материала.

В качестве материала исследования для данной публикации послужили заголовки статей о Польше и поляках еженедельника «Огонек», которые были изданы в период с мая 2009 по май 2013 гг. В указанный промежуток времени мы обнаружили пятьдесят пять статей, в которых употребляется слова *Польша, поляк, польский* (и др. однокоренные слова) или которые посвящены известным полякам, событиям в Польше и т.д. Здесь анализируются наиболее интересные, по нашему мнению, примеры.

Как и многие другие исследователи, М. Л. Ковшова [4, с. 421] отмечает, что у заголовка очень сильная позиция, т.е. он выступает в качестве своего рода рекламы для основного текста, а его экспрессивность, яркость, броскость привлекают внимание читателя. По мнению исследовательницы, именно заголовок демонстрирует образ публициста, в том числе образ всего коллектива – редакции, стоящей за стилистикой заголовков издания, уже по заголовку должен узнаваться «почерк» того или иного издания.

Собранные нами заголовки статей о Польше и поляках можно классифицировать с точки зрения их синтаксических и стилистических особенностей на несколько групп. Во-первых, заголовки, в которых присутствует языковая игра; во-вторых, это те, которые построены по

принципу «имя, профессия плюс характеристика персоны»; в-третьих, заголовки-цитаты из интервью. Самым распространенным приемом является языковая игра, например:

- «Россия» им покажет (№2, 25.05.2009).
- Русские захватили Польшу (№48, 06.12.2010).
- Спелись с Польшей (№49, 13.12.2010).
- Ставка больше, чем фильм (№31, 08.08.2011).
- Они шагали за Родину (№18, 10.05.2010).
- Игра на отторжение (№23, 11.06.2012).
- Евро надежно прикрыли с воздуха. Подробности (№23, 11.06.2012).
- Союз неправых сил (№16, 31.08.2009).
- Сами Сусанины (№12, 01.04.2013).

Обратим внимание на первые два примера, которые построены на языковой игре, в частности на многозначность слов. В первом случае обыгрываются значения слов «Россия» и «показать». Несмотря на наличие кавычек, первые коннотации связаны с названием государства, однако, в статье речь идет о телевизионном канале «Россия 1». Кроме того глагол «показать кому-то», согласно толковому словарю [6], помимо своего основного значения, имеет следующее: «8. Проучить кого-нибудь, дать понять, почувствовать кому-нибудь что-нибудь (*разг.*). Я ему покажу! (угроза)».

Таким образом, после знакомства с заголовком возникает ощущение, что Россия кому-то угрожает, однако содержание статьи говорит о том, что вышеупомянутый телеканал продает свою продукцию странам бывшего СССР (в т.ч. Польше), а значит глагол «покажет» употребляется не в переносном, а в прямом значении. Несомненно, благодаря наличию языковой игры в заголовке читатель захочет прочесть статью, чтобы узнать, кому же на самом деле Россия «покажет» и за что.

Второй заголовок при его буквальном восприятии также указывает на агрессию («захват») со стороны России по отношению к Польше. На самом же деле в статье говорится о том, что российские мотивы стали очень активно использоваться в польской рекламе и пользуются огромной популярностью среди аудитории. Стоит также отметить, что поскольку Россия по отношению к Польше в разные исторические эпохи вела захватническую политику, то это сильно влияет на неоднозначное восприятие заголовка.

Заголовок *Спелись с Польшей* также характеризуется наличием в нем игрового элемента. Согласно толковому словарю [6], глагол *спеться* имеет следующие значения: «1. Достичь согласованности в совместном пении. *Хор спелся.* 2. *перен.*, с кем. Достичь полного согласия в чем-нибудь. (*разг., неодобр.*)».

Заметка посвящена выступлению молодежного театра, в котором были использованы новые тексты, положенные на мотивы старых польских танго, поэтому здесь мы имеем дело с первым значением глагола. Однако наличие второго значения, а также факт того, что используются именно польские танго, способствуют неоднозначному восприятию заголовка, но самое главное – он обращает на себя внимание.

Следующий ряд заголовков характеризуется наличием в них прецедентных текстов, которые достаточно часто вводятся журналистами как в первозданном, так и в трансформированном виде. Стоит отметить, что термин *прецедентный текст* был введен в научный обиход Ю. Н. Карауловым [4, с. 216]. По его словам: «прецедентные тексты можно было бы называть хрестоматийными в том смысле, что если даже они не входят в программу общеобра-

зовательной школы... то всё равно все говорящие так или иначе знают о них, – прочитав ли их сами или понаслышке».

Прецедентный текст в заголовке статьи способствует активизации коммуникативных отношений читателя с автором. Часто подсознательно он вынужден ответить на ряд вопросов: откуда взята цитата и кто автор? Как она связана с текстом статьи? Если цитата выступает в трансформированном виде, то что именно изменено и с какой целью? Как было в оригинале? Удачная разгадка порождает чувство удовлетворения и повышает читательский интерес к статье и к изданию.

Нам встретилось несколько примеров подобного рода заголовков в анализируемом материале: *Ставка больше, чем фильм* (здесь и далее курсив наш. – Н. Д.), *Они шагали за Родину*, *Союз неправых сил*, *Мяч раздора*, *Сами Сусанины*.

Как видно уже при первом прочтении, в качестве прецедентных текстов используются разнообразные источники: название сериала «Ставка больше, чем жизнь», название романа М. Шолохова «Они сражались за Родину», название партии «Союз правых сил», крылатое выражение *яблоко раздора*, а также разговорное выражение: *сами с усами* и прецедентное имя *Иван Сусанин*.

Статья *Ставка больше, чем фильм* посвящена известному польскому многосерийному фильму «Ставка больше, чем жизнь» режиссера А. Коница, а также его судьбе в России. Выражение «больше чем фильм» подчеркивает не только его популярность, но и особую значимость для телезрителей многих стран.

Фоторепортаж *Они шагали за Родину* представляет иностранных участников парада Победы на Красной площади, среди которых были и поляки. В заголовке материала используется в трансформированном виде название романа М. Шолохова «Они сражались за Родину». Автором подчеркнуто, что само событие является историческим, напоминает о том, что вклад в победу над фашизмом был общий.

Заголовок статьи на тему Второй мировой войны *Союз неправых сил* также ассоциируется с прецедентным текстом, а именно – с названием российской политической партии «Союз правых сил». Однако в тексте публикации читаем: «пакт Молотова-Риббентропа рассматривается многими восточноевропейскими историками как полноценный советско-германский союз». Можно сделать вывод о том, что приставка *не-* в данном случае придает слову *правый* значение «неправильный, несправедливый» союз СССР и Германии по отношению к Польше.

В заголовке материала, касающегося чемпионата ЕВРО-2012 в Польше и Украине, *Мяч раздора* использовано мифологическое выражение *яблоко раздора*. Согласно мифу, надпись на яблоке «прекраснейшей» привела к ссоре богинь, а также косвенно к Троянской войне. В статье описаны проблемы, связанные с проведением чемпионата: начиная с высоких цен на гостиницы и заканчивая поведением фанатов. Несмотря на то, что подчеркивалось невмешательство политики в спорт, эмоции были настолько острыми, что беспорядки и скандалы вполне можно сравнить если не с войной, то, по крайней мере, с крупной ссорой между Россией и Польшей.

Особого внимания заслуживает заголовок «Сами Сусанины», поскольку является компиляцией прецедентного текста и прецедентного имени. Необходимо отметить, что термин *прецедентное имя* используется в лингвокультурологическом словаре «Русское культурное пространство» [1, с. 17] и имеет следующее значение: «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом (например, Печорин, Теркин) или с прецедентной ситуацией (Иван Сусанин, Стаханов)».

Выражение «сами с усами» имеет значение «разг., экспрес. Нисколько не хуже, не глупее других» [5]. Публикация посвящена Сусанинскому району и поселку Сусанино, а в частности – тому, что местные предприниматели используют легенду, связанную с именем Ивана Сусанина, в качестве своего рода развлечения для туристов. Гиды отводят их к болоту по так называемой «сусанинской тропе»:

Все это придумали местные предприниматели, но и они признают: в костромских условиях попытка заработать на туристах – это тоже своего рода подвиг. Что-то вроде блуждания по "лежневке", шаг влево – шаг вправо, и все – привет, помощи ждать неоткуда.

Приведенная цитата помогает раскрыть смысл языковой игры в заголовке: жители данных населенных пунктов сами как Иван Сусанин совершают некий подвиг, притягивая туристов в свои края.

Следующие заголовки отличает использование военной терминологии (к ним в какой-то степени также можно отнести проанализированный выше заголовок *Русские захватили Польшу*): *Игра на отторжение, Евро надежно прикрыли с воздуха. Подробности*

Можно предположить, что первоисточником в первом случае послужило выражение «огонь/стрельба на поражение» (англ. shoot to kill). Словарная статья [7] дает следующую информацию: «shoot to kill – 1) Общая лексика: стрелять наверняка. 2) Военный термин: вести огонь на поражение».

Языковая игра основана на фонетическом сходстве ключевых слов *поражение-отторжение*. В данном случае имеется в виду удаление друг от друга русского и польского народов, к которому привели массовые беспорядки во время и после матча на ЕВРО-2012 между командами двух стран.

Во втором заголовке используется выражение *прикрыть с воздуха*, которое также относится к военной терминологии и означает «обеспечить воздушную защиту». Из статьи узнаем, что во время чемпионата в Варшаве полиция патрулировала город на вертолетах. Поскольку обе статьи посвящены ЕВРО-2012, то выбор авторов не удивляет. Мероприятия такого масштаба всегда вызывают много эмоций, которые зачастую сродни военным: агрессия, злость, ненависть и т.п.

Итак, поскольку первая группа является наиболее интересной благодаря наличию в заголовках игрового момента, необходимо также отметить, что в них также отражено отношение редакции к польско-российским отношениям. Можно выделить следующий ряд ключевых слов: *захватили, покажет, отторжение, раздор, неправые силы*. Безусловно, данная лексика показывает не только сложность польско-российских взаимоотношений, но и присутствие в них вражды.

В постоянной рубрике журнала «Герои» чаще всего появляются короткие заметки. Синтаксической особенностью заголовков является то, что в них используется имя, профессия или должность и характеристика персонажа, о котором пойдет речь в тексте. Приведем несколько примеров:

- Ян Мрозовски, чемпион мира по судоку (№18, 10.05.2010).
- Анджей Вайда, польский кинорежиссер Ненагражденный (№23, 14.06.2010).
- Ежи Гофман, польский кинорежиссер (№45, 14.11.2011).
- Даниэль Ольбрыхский, актер. Принципиальный (№33, 20.08.2012).
- Кшиштоф Барановский, мореплаватель. Неугомонный (№45, 12.11.2012).
- Бронислав Коморовский, и. о. главы Республики Польша. Претендент (№25, 28.06.2010).

– Войцех Ярузельский, бывший президент Польши. Обвиняемый (№31, 08.08.2011).

Также характерной особенностью журнала является использование цитаты из интервью в качестве заголовка. Интервью с поляками также не стали исключением:

– «Не знаю, есть ли у нас свобода воли» (интервью с Р. Поланским) (№48, 05.12.2011).

– «Моя Анечка всех любила» (Анна Герман) – 30летие со дня смерти (интервью со Збигневом Тухольским) (№34, 27.08.2012).

– «Могу спеть по-русски» (интервью с Д. Ольбрыхским) (№41, 15.10.2012).

– «Начинать реформы надо с политических перемен» (интервью с Л. Бальцеровичем) (№35, 05.09.2011).

Стоит отметить, что заголовки последних двух групп характерны для всех статей подобного рода, это особенность издания «Огонек», своего рода «почерк». В данном случае трудно говорить о выражении отношения к Польше и полякам, однако можно отметить то, что уже сам факт наличия заметок в постоянной рубрике, а также интервью с известными поляками говорит о том, что тема для издания является важной. Делая общий вывод, нельзя не согласиться с Е. А. Земской [2, с. 158] в том, что: «характернейшая черта современного дискурса вообще... широкое и даже широчайшее использование различного рода цитат и клише... Что же служит ее источником? Используются самые различные виды текстов».

Одним из самых популярных методов языковой игры является интертекстуальность, поэтому неудивительно, что авторы публикаций журнала «Огонек» также активно используют различные цитаты в заголовках статей о Польше и поляках. Выбор тех или иных источников прецедентных текстов зачастую обусловлен отношением как автора, так и редакции к описываемой в статье проблематике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брилева И. С. Вольская Н. П. *Русское культурное пространство. Лингвокультурологический словарь*. М., 2004.
2. Земская Е. А. Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет // *Поэтика. Стилистика. Язык и культура: Памяти Т. О. Винокур*. М., 1996. С. 157–168.
3. Караулов Ю. Н. *Русский язык и языковая личность*. М., 2003.
4. Ковшова М. Л. Прецедентный текст в современном газетном заголовке как интеллектуальное развлечение // *Логический анализ языка. Концептуальные поля игры* / Под. ред. Н. Д. Арутюнова. М.: Индрик, РАН, Ин-т языкознания, 2006. С. 421–428.
5. Словарь крылатых слов и выражений. URL: http://slovarionline.ru/slovar_krylatyih_slov_i_vyirajeniy/
6. *Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений* / Под ред. С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1999.
7. Универсальный словарь. URL: http://universal_ru_de.academic.ru/

Поступила в редакцию 12.08.2013 г.

**“LANGUAGE GAME” PRINCIPLE AS A MEAN FOR
ACTIVATION OF CROSSCULTURAL COMMUNICATION
(ON THE BASIS OF “OGONYOK” MAGAZINE 2009–2013)**

© N. O. Danilova

*University of Warmia and Mazury
1 Kurta Obitza Street, 10-725, Olsztyn, Poland.
E-mail: natalia_danilowa@interia.eu*

In this paper the titles of the articles and notes devoted to Poland and Poles that were published in Russian journal “Ogonek” from 2009 to 2013 are analyzed. Special attention is paid to the so-called principle of “language game” that according to the author’s opinion assists with reading the material entirely in addition to intensifying one’s attention to the title. Moreover, according to the investigation performed, the presence of a game element in the titles makes them conversational that means activation of the cross-cultural communication and plays important role in the reflection of Poland–Russia relations in the press.

Keywords: *the titles of articles, language game, Russia, Poland, Polish-Russian relations, stereotypes.*

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at edit@libartrus.com if you need translation of the article.

Please, cite the article: Danilova N. O. “Language Game” Principle as a Mean for Activation of Crosscultural Communication (On the Basis of “Ogonyok” Magazine 2009–2013) // *Liberal Arts in Russia*. 2013. Vol. 2. No. 4. Pp. 375–380.

REFERENCES

1. Brileva I. S. Vol'skaya N. P. *Russkoe kul'turnoe prostranstvo. Lingvokul'turologicheskii slovar' [Russian Cultural Space. Linguocultural Dictionary]*. Moscow: 2004.
2. Zemskaya E. A. *Poetika. Stilistika. Yazyk i kul'tura: Pamyati T. O. Vinokur*. Moscow: 1996. Pp. 157–168.
3. Karaulov Yu. N. *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost' [Russian Language and Linguistic Personality]*. Moscow: 2003.
4. Kovshova M. L. *Logicheskii analiz yazyka. Kontseptual'nye polya igry* Ed. N. D. Arutyunova. Moscow: Indrik, RAN, In-t yazykoznaniiya, 2006. Pp. 421–428.
5. *Slovar' krylatykh slov i vyrazhenii*. URL: http://slovarionline.ru/slovar_krylatykh_slov_i_vyirajeniy/
6. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka: 80000 slov i frazeologicheskikh vyrazhenii [Explanatory Dictionary of the Russian Language: 80000 Words and Phraseological Units]*. Ed. S. I. Ozhegova, N. Yu. Shvedovoi. Moscow: Azbukovnik, 1999.
7. *Universal'nyi slovar'*. URL: http://universal_ru_de.academic.ru/

Received 12.08.2013.