

Лингвокреатив на газетной полосе российских и украинских изданий

Ермачкова Ольга

Кафедра русистики, Философский факультет, Университет св. Кирилла и Мефодия в
Трнаве
olga.iermachkova@ucm.sk

Спишьякова Андреа

Кафедра русистики, Философский факультет, Университет св. Кирилла и Мефодия в
Трнаве
andrea.spisiakova@ucm.sk

Ключевые слова: лингвокреатив, газетная полоса, языковая игра, русский язык, украинский язык

Keywords: linguistic creative, newspaper page, language game, Russian language, Ukrainian language

1 Введение

Феномен креативности – пристальный предмет изучения различных гуманитарных наук, которому в последнее время уделяется особенное внимание. Креативность понимают как создание чего-то нового и оригинального, как «комплекс интеллектуальных и личностных особенностей человека, благодаря которым индивид способен самостоятельно видеть проблемы, неординарно их разрешать, находить множество оригинальных идей» (Мороз, 2011, с. 98).

В наше время на просторах языка, в первую очередь медиадискурса, происходит взрыв речетворчества/словотворчества или языковой игры – массового лингвокреатива, который направлен на осмысление реальности и безотлагательную реакцию на эту реальность. Лингвокреатив и связанный с ним комизм ослабляет социально-психологическое напряжение, помогает человечеству осваивать мир, расширять свою интеллектуальную и духовную сферы. Социальная среда, как известно, формирует языковую личность. На данный момент эта среда полностью зависит от медиального контента, формирующего речевые нормы, и тем самым «языковой вкус эпохи» (В.Г. Костомаров). Такая среда не позволяет homo loquens игнорировать языковую игру, предлагаемую реципиенту на каждом шагу в его повседневной жизни: на рекламном билборде, в заголовке статьи, речи политика, анекдоте, разговоре друзей, флирте и т.д. Языковая игра заставляет реагировать, включаться в процесс отгадывания смыслов и игровых кодов.

Основательница лингвокреативного подхода в языке Т.А. Гридина считает, что «вся речевая деятельность, безусловно, есть креативная деятельность, поскольку это деятельность, оформляющая мысль и связанная с развитием когнитивных структур сознания» (Гридина, 2012, с. 45). Раскрывая «сущностную природу языковой игры», Т.А. Гридина понимает ее «как особую форму лингвокреативного мышления, основанного на механизмах одновременной актуализации и переключения, ломки ассоциативных стереотипов восприятия, употребления и порождения вербальных знаков и проявляющего творческую инициативу говорящих в обновлении языкового канона» (Гридина, 2020, с. 75).

В.Б. Базилевич отмечает, что «лингвистическая креативность представляет собой систему знаний о языке, благодаря которой носитель языка создает новые слова, трансформирует уже существующие языковые средства с целью расширения их семантики, привлечения внимания, достижения определенного эффекта» (Базилевич, 2015, с. 21). Ученый утверждает, что только «способные чувствовать игровые творческие возможности языка пользуются своим правом перефразирования, изменения и обыгрывания уже имеющегося языкового и речевого материала. Делается это с целью отказа от стереотипов, привнесения свежести, оригинальности, своей оценки, индивидуальности» (там же, с. 21).

О.К. Ирисханова утверждает, что в процессе лингвокреатива «не только создание нового продукта – текста или слова, которых «никогда не было», но и нетривиальный выбор одного из уже имеющихся и известных говорящему средств конструирования образа объекта» (Ирисханова, 2009, с. 161).

Из вышесказанного следует, что лингвокреатив – это не только создание нового, но и умелая «переработка» старого. Подобное словотворчество представляет собой, по мнению Т.А. Гридиной, «качественно новый уровень вербальной креативности (проявление творческой активности в осознанном моделировании, выборе нестандартного языкового кода)» (Гридина, 2013, с. 10).

Лингвокреатив неразрывно связан с комическим эффектом, который создается с помощью контрастного сталкивания «старого» и «нового», «высокого» и «низкого», «неожиданного» и «предсказуемого» и т.п.

Анализируя определения лингвокреатива, стоит сказать, что все исследователи единогласны в том, что лингвокреатив строится на преднамеренном нарушении языковых норм с определенной целью (*экспрессия, манипуляция, релакс* и т.п.) и призывают не путать ее с речевыми ошибками, ведь «для реализации языковой игры первостепенное значение имеет умение творчески нарушить усвоенные модели стандартного употребления языка» (СЭСРЯ, 2006, с. 657–558).

2 Методология

Целью данной публикации является анализ лингвокреатива – примеров языковой игры в заголовках российского издания «Коммерсантъ» (2022 – 2023 гг.) и украинского издания «Украинская правда» (2021 – 2023 гг.). Методом сплошной выборки были проанализированы заголовки и сделаны соответствующие выводы. В работе использовались следующие методы: лингвистический, сравнительный, структурно-композиционный, текстуальный, а также типологизация. В основу методологии положен лингвокультурологический анализ.

Изучение лингвокреатива находится в поле зрения ученых уже не одно десятилетие. Классическими работами по данной теме являются следующие: «Языковая игра» (1983) Е.А. Земской, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой, посвященная описанию структуры языковой игры; «Языковая игра: стереотип и творчество» (1996) Т.А. Гридиной, где языковая игра рассмотрена с семантической точки зрения; «Русский язык в зеркале языковой игры» (1999) В.З. Санникова, иллюстрирующая многоуровневый подход к изучению языковой игры; «Игра на гранях языка» (2006) Б.Ю. Нормана; «Игра как прием текстопорождения» (2010) под редакцией А.П. Сковородникова; «Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы» (2015) С.В. Ильясовой, Л.П. Амири, представляющая арсенал средств, используемых в языковых играх, а также работы Ю.О. Коноваловой, С.И. Сметаниной, В.Г. Костомарова, С.Ж. Нухова, Е.Ф. Болдаревой, А.А. Негрышева, Н.В. Данилевской и др.

Среди украинских ученых теме лингвокреатива, в частности в английском языке, уделяют внимание: Г.В. Крутько «Англомовна реклама у віртуальному просторі», И.Е.

Сниховська «Механізми, засоби та прийоми мовної гри в сучасній англійській мові», М.М. Юрковська «Дискурс англомовної анімаційної комедії», В.В. Зірка «Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі», Л.М. Богуславська «Відтворення мовної гри Л. Керролла в англо-українських перекладах». В 2013 году появилась коллективная монография Т.А. Космеды и О.В. Халиман «Мовна гра в парадигмі інтерпретативної лінгвістики. Граматика оцінки. Граматична іграма (теоретичне осмислення дискурсивної практики)».

В Словакии вопросами лингвокультурологии активно занимается Центр исследования лингвокультурологии и переводоведения Философского факультета Прешовского университета в Прешове (напр., работы Й. Сипко: *Lingvokulturológia našej doby*, *Прецедентные имена в позиции оценочных средств*, *Лингвокультурные коды русского смеха*, *Тексты с повышенной этнокультурной коннотацией* и др.; работы Л. Гузи: *Лингвокультурологический анализ русского исторического нарратива*, *Основы лингвокультурологических описаний и исторических реалий русского языка II* и др.). Коллективом Прешовского центра (Ľubomír Guzi, Jozef Sipko, Nikoleta Mertová, Martin Blaho) был написан учебник *Historizmy ako predmet lingvokultúrnych skúmaní* (2017). В 2020 г. вышли в свет монографии А. Калечиц «Фразеологизмы "в действии"» (УКФ в Нитре) и Л. Гаярского «Аксиологический аспект журналистского текста» (УЦМ в Трнаве).

3 Лингвокреатив в заголовках газеты «Коммерсантъ»

Газета «Коммерсантъ» (К) входит в список изданий, чьи авторы прибегают к языковым играм в заглавиях своих публикаций весьма часто.

Огромный пласт заголовков, которые были собраны методом сплошной выборки, включает **лингвокреативные игры с именами собственными**, например: *Ямало ли кто еще* (К 25.01.22) – об аукционе нефтегазовых месторождений в ямальском заказнике. Заголовок фонетически обыгрывает топоним *Ямал* – полуостров на севере Западной Сибири, а также фразу *А мало ли кто еще*; *Немало-Ненецкий округ* (К 25.04.23) – о жизни в округе (ср. *Ямало-Ненецкий округ*); *Куда единство Дели* (К 02.03.23) – о встрече политиков. В заголовке обыгрывается фонетическое сходство глагола *дели* и топонима *Дели*; *Они в этом не Копенгаген* (К 26.06.23) – о политической некомпетентности. Выражение *Не Копенгаген* вошло в русский язык благодаря юмористам. Изначальный вариант "В этом я не компетентен" был трансформирован "В этом я не Копенгаген".

Максимальная экспрессия наблюдается в заглавии *Казахстон* (К 09.01.22) – о сложной ситуации в Казахстане. Заголовок обыгрывает название государства Казахстан. В заголовке *Домодедовским способом* (К 13.01.22) – об открытии терминала, видим игру с топонимом Домодедово (населенный пункт, аэропорт), а также игровое выражение идиомы «дедовским способом».

Метафорическое обыгрывание слова *брадикардия* (замедление сердечных сокращений) и топонима отмечаем в заголовке *Брадикардия Севастополя* (К 27.01.22) – о благотворительном фонде «Сердце Севастополя».

Приднестровье донбаснями не кормят (К 19.01.22) – об урегулировании конфликта. В заглавии фиксируем окказионализм на основе топонима Донбасс, а также игровую передачу пословицы «Соловья баснями не кормят». Этот же топоним присутствует в заголовке *Война войной, а Донбасс по расписанию* (К 17.02.22) – об украинском кризисе. Заголовок обыгрывает идиому «Война войной, а обед по расписанию».

Семь бед – один Дербент (К 28.06.23) – о поездке президента в Дербент. В заголовке обыгрывается пословица «Семь бед – один ответ» путем замены лексического компонента.

Название столицы Китая подверглось игровой трансформации в заголовке *Олимпиадинские игры* (К 04.02.22) – о встрече лидеров перед олимпиадой (ср. *Олимпиадинские игры*).

Лингвокреативную игру с антропонимом – фамилией американского политика Энтони Блинкина, находим в заголовке *Блинкина клином вышибают* (К 19.01.22) – споры между Москвой и Вашингтоном. В заголовке обыгрывается пословица «Клин клином вышибают».

Языковую игру наблюдаем в заголовке *Россия саперавилась вином* (К 25.04.23) – о грузинском вине. Автор статьи образовал глагольный окказионализм от названия сорта вина *Саперави*.

Пандемия запустила невероятный по продуктивности лингвокреативный процесс, в котором начала появляться **новая ковидная лексика**, старая лексика приобретать новые значения. Тема пандемии обыгрывается в многочисленных заголовках:

- Контаминированное новообразование (корона + кризис) отмечаем в заголовке *Бюджет вышел из коронокризиса* (К 19.01.22) – итоги Минфина.
- Новая глагольная лексика представлена в заголовке *Россия отковиднулась* (К 08.01.23) – о снижении роста ковида. Возможно, что заголовок был создан по модели эвфемизма *откинуться* – умереть.
- Игровой окказионализм, построенный по аналогии со словом *разнообразие* путем контаминации слов *зараза* и *разнообразие* фиксируем в заголовке *Никакого заразнообразия* (К 03.02.22) – о штаммах коронавируса.

На базе ключевого слова эпохи пандемии *штамм* создаются **новообразования от имен существительных**, нередко даже **целые словообразовательные гнезда**. Производное прилагательное наблюдаем в заголовке *Работа в штаммном режиме* (К 24.01.22) – о работе на удаленке. Это же «слово эпохи» обыгрывается в заголовке *Последний штамм – он трудный самый* (К 12.01.22) – о новой вирусной атаке. Данный заголовок создается на базе идиомы *Последний бой – он трудный самый* путем замены одного компонента.

Словообразовательные окказионализмы – ярчайшая черта газетной полосы. Путем наложения создается заголовок *Исповедь калийгарха* (К 13.01.22) – о директоре «Уралхима». В заглавии накладываются слова *калий* и *олигарх*, причем второе слово подверглось усечению. Тот же принцип был использован в заглавии *Что бы это ни двузначило* (К 10.01.22) – о ставках по ипотеке. Окказионализм строится на базе слов *двузначный* и *означало*. Наложением слов *чужестранный* и *странности* был создан заголовок *Разговор о чужестранностях* (К 27.06.23) – о повестке биеннале.

Многочисленную группу составляют **игровые окказионализмы**, созданные по аналогии с существующими словами, в которых отмечается **фонетическое подобие**. Приведем примеры таких заголовков:

- *Неоднокрафтные попытки* (К 21.01.22) – о крафтовых сортах пива в России (ср. *неоднократные*);
- *Небождатели* (К 20.01.22) – программа по подготовке частных пилотов (ср. *небожители*);
- *Пути программы неисповедимы* (К 08.01.23) – план ремонта на РЖД (ср. идиома *Пути Господни неисповедимы*);
- *Переkreщение огня* (К 08.01.23) – о российско-украинском конфликте (ср. *прекращение огня*);
- *Уоченный диагноз* (К 14.01.22) – о телемедицине (ср. *уточненный диагноз*);
- *Сплошное невывезение* (К 23.01.22) – о работе РЖД (ср. *сплошное невезение*);

- *Перед энергокризисом все дровны* (К 21.01.22) – в Германии дорожает древесное топливо (ср. *все равны*);
- *Атомные метанморфозы* (К 07.02.22) – постройка АЭС для Газпрома (ср. *метаморфозы*);
- *Медалоконструкция* (К 02.02.22) – о сборной России на олимпиаде в Пекине (ср. *металлоконструкции*);
- *Сетопредставление* (К 24.01.22) – об открытии ведомственных баз данных (ср. *светопреставление*);
- *В обстановке повышенной трезвонности* (К 31.01.22) – телефонный разговор Байдена и Зеленского (ср. *в обстановке повышенной готовности*);
- *С каждым днем метавселее жить* (К 02.02.22) – о виртуальной реальности (ср. *веселее*);
- *Отчипенцы* (К 21.02.22) – технологические санкции (ср. *отщепенцы*); *«Акадо» спровайдили* (К 10.01.22) – о контроле над компанией (ср. *спровадили*);
- *Суций БАД* (К 27.01.22) – об интернет-торговле (ср. *суций ад*);
- *Граждане массово чипсировались* (К 15.01.22) – о брендах быстрого питания (ср. *чипировались*);
- *Еще поклеце* (К 07.06.23) – про прививки от клещей (ср. *еще похлеце*);
- *На нейтринной территории* (К 12.06.23) – о наградах в Кремле (ср. *на нейтральной территории*);
- *Паучная фантастика* (К 28.02.2023) – о борьбе с несуществующей субкультурой (ср. *научная фантастика*);
- *Коранный номер* (К 03.07.23) – об инциденте в Швеции (ср. идиома *Коронный номер*);
- *Невищеприятные слова* (К 08.06.23) – о бывшем вице-премьере (ср. *нелищеприятные слова*);
- *Полная разноколосица* (К 27.07.23) – о зерновых сделках (ср. *Полная разноголосица*);
- *Сырность развели* (К 01.08.23) – о выпуске продукции (ср. фразеологизм «сырость развели»);
- Расширение исходного словосочетания с целью игрового эффекта отмечаем в заголовке *Зампредусмотрительное решение* (К 14.01.22) – глава ЦБ обновляет команду (ср. *предусмотрительное решение*).

В данной работе мы будем придерживаться широкого подхода к фразеологии, при котором во фразеологию включают поговорки, крылатые слова и выражения и многие другие устойчивые сочетания (А.Н. Баранов, В.Н. Телия, Д.Э. Розенталь и др.).

Игровое словотворчество на базе лексической трансформации – замене одного компонента в **прецедентных текстах сферы-источника «Фразеология»** или же примеры так называемой национальной прецедентности наблюдаем в заголовках: *Мал тендер, да дорог* (К 09.01.23) – мониторинг госзакупок (ср. поговорка «Мал золотник, да дорог»); *Ни кола, ни дрона* (К 31.07.23) – о росте цен на беспилотники (ср. фразеологизм «Ни кола, ни двора»); *Договор дороже торга* (К 08.06.23) – об активах банкрота (ср. идиома «Договор дороже денег»); *На всякий пожарный импорт* (К 08.06.23) – о запрете зарубежных поставок систем безопасности (ср. фразеологизм «На всякий пожарный случай»); *Врагов на переправе не меняют* (К 24.01.22) – об отношениях Порошенко и Зеленского (ср. поговорка «Коней на переправе не меняют»); *Ничто не вечно под зимой* (К 08.01.23) – цены на газ в Евросоюзе (ср. фразеологизм «Ничто не вечно под луной»); *Исполнителей не судят* (К 13.01.22) – о конкурсе «Золотая маска» (ср. крылатое выражение «Победителей не судят»); *В деньгах, как в шелках* (К 18.01.22)

– о подорожании (ср. идиома «В долгах, как в шелках»); *Свято место частным не бывает* (К 07.06.23) – о законодательстве в сфере религиозного имущества (ср. идиома «Свято место пусто не бывает»); *Велика Африка, а отступать некуда* (К 30.07.23) – о присутствии африканцев на параде (ср. крылатое выражение «Велика Россия, а отступать некуда»); *Где добылся, там и пригодился* (К 03.07.23) – об экспорте нефти в России (ср. пословица «Где родился, там и пригодился»); *Лес рубят – щепки летят* (К 03.02.22) – о расследовании махинации с лесом (ср. поговорка «Лес рубят – щепки летят»); *Держи грант шире* (К 02.08.23) – о выгодных грантах ученым (ср. идиома «Держи карман шире»); *Перс судьбы* (К 19.01.22) – визит президента Ирана в Россию (ср. идиома «перст судьбы»); *Занять и плакать* (К 8.01.23) – о квартирных мошенниках (ср. устойчивое выражение «Обнять и плакать»); *Замеряй и властвуй* (К 03.08.23) – о параметрах для конкурса (ср. латинизм «Разделяй и властвуй»); *Цена мастера боится* (К 05.02.22) – о повышении стоимости услуг (ср. пословица «Дело мастера боится»); *Samsung в поле не воин* (К 24.01.22) – о спорном патенте (ср. пословица «Один в поле не воин»); *Промедление нефти подобно* (К 14.02.22) – о закупках ЕС (ср. крылатое выражение «Промедление смерти подобно»); *«Дружба» «Дружбой», а ветки врознь* (К 27.02.23) – о газопроводе (ср. поговорка «Дружба дружбой, а табачок врознь»); *С малых по нитке* (К 28.02.23) – о хакерских атаках (ср. идиома «С миру по нитке»); *Да и босс с ним* (К 09.01.22) – о фильме «Самый лучший босс» (ср. идиома «Да и бог с ним»); *Не рубли сплеча* (К 29.06.23) – о спекулятивных курсах мировых валют (ср. фразеологизм «Не руби сплеча»); *Почем опиум для водорода* (К 08.02.22) – о заседании совета по науке (ср. крылатое выражение «Почем опиум для народа»); *Вопрос поставлен сербом* (К 04.02.22) – о политическом вопросе на Балканах (ср. идиома «Вопрос поставлен ребром»).

Лексическую трансформацию с заменой двух и более компонентов – создание лингвокультуры по аналогии с существующим прецедентным текстом демонстрируют следующие примеры: *Чип от чипу не легче* (К 30.01.22) – о критике отечественных процессоров (ср. фразеологизм «Час от часу не легче»); *Цифра банки точит* (К 03.08.23) – о влиянии на банки (ср. поговорка «Вода камень точит»); *Под лежащий щебенъ вагон не идет* (К 25.01.22) – о логистических схемах на РЖД (ср. пословица «Под лежащий камень вода не течет»).

Семантическая трансформация представлена в заголовке *Судите, да не судимы будете* (К 14.01.22) – о запрете журналистам посещать судебные заседания (ср. библеизм «Не судите да не судимы будете»).

Усечение части прецедентного текста с заменой компонента отмечаем в заголовках: *Наша юрта с краю* (К 28.02.23) – о нейтралитете стран Центральной Азии (ср. поговорка «Моя хата с краю – я ничего не знаю»); *Зрелость – не радость* (К 13.06.23) – о льготах нефтяным компаниям (ср. поговорка «Старость не радость, молодость не жизнь»).

Перестановку компонентов фиксируем в заголовке *Молчание – серебро, слово – золото* (К 02.08.23) – о переговорах политиков (ср. пословица «Слово – серебро, молчание – золото»).

Использование иностранного суффикса *-инг* в экспрессивных целях наблюдаем в заголовке *Все тайное стаёт майнинг* (К 08.02.22) – о регулировании криптовалюты в РФ. В заголовке также обыгрывается идиома *Все тайное становится явным*.

Лингвокреатив с **прецедентными текстами сферы-источника «Песенный фонд»** на базе лексической трансформации одного компонента находим в заголовках: *Смело, товарищи, в квоту* (К 02.02.22) – о росте добычи нефти (ср. революционная песня «Смело, товарищи, в ногу!»); *Хотят ли русские байды* (К 21.01.22) – о визите Лаврова в США (ср. популярная советская песня «Хотят ли русские войны»); *Летят перелетные деньги* (К 24.01.22) – субсидии для перелетов на Дальний Восток (ср. патриотическая

песня «Летят перелетные птицы»); *Связанные одной сетью* (К 30.06.23) – о перспективах связи в России (ср. песня «Связанные одной цепью»); *А-а в Африке «Вагнер» вот такой ширины* (К 30.06.23) – о ЧВК «Вагнер» (ср. строка из песни Красной Шапочки «А-а в Африке реки вот такой ширины»).

Несколько компонентов в исходном прецедентном тексте были заменены в заголовке *Постой, мусорок, не шуришите колеса* (К 09.01.23) – о нарушителях, выбрасывающих мусор из транспорта (ср. «Постой, паровоз, не стучите, колеса» – песня из кинофильма «Операция "Ы"»).

Лексико-семантические трансформации отмечаем в заголовках: *Пора, братцы, пора* (К 21.02.22) – о параолимпийцах (ср. строка «Пришла пора, братцы» из песни «Брат за брата»); *Ой, мороз дорос* (К 08.01.23) – о внезапных холодах (ср. народная песня «Ой, мороз, мороз»); *Нужен нам сервер турецкий* (К 02.08.23) – о провайдерах (ср. строка из песни «Не нужен нам берег турецкий»).

Прецедентные тексты сферы-источника «Литература» обыгрываются в заглавиях с заменой одного лексического компонента: *По ком звонят санкции* (К 07.02.22) – санкции на смартфоны для РФ (ср. название романа Хемингуэя «По ком звонит колокол»); *Тиха украинская тема* (К 16.02.22) – о неупоминании Украины на встрече президентов (ср. «Тиха украинская ночь» – цитата из поэмы «Полтава» А.С. Пушкина); *А завтра была вина* (К 21.02.22) – об обвинении Москвы и Киева (ср. повесть «Завтра была война» Б. Васильева); *Какой УК не любит быстрой езды* (К 10.01.22) – о законе для нарушителей ПДД; *Какой страховщик не любит быстрой езды* (К 08.06.23) – о роли страхования (ср. «Какой русский не любит быстрой езды» – цитата из произведения Н.В. Гоголя «Мертвые души»); *А судьбы кто?* (К 27.06.23) – об ответе президента на вопросы (ср. «А судьи кто?» – фраза, восходящая к произведению «Горе от ума» А.С. Грибоедова); *Рыцарь черно-белого образа* (К 11.01.22) – выставка А. Дюрера в Эрмитаже (ср. «Рыцарь печального образа» – Дон-Кихот); *Там па с Бабою-Ягой* (К 27.06.23) – одноактных балеты в музтеатре Станиславского (ср. «Там ступа с Бабою-Ягой» – фраза из части «У лукоморья дуб зеленый» (отрывок из поэмы «Руслан и Людмила» А.С. Пушкина)).

Замену компонента и перестановку слов иллюстрирует заголовок *Утром реформа – вечером деньги* (К 26.01.22) – законопроект о местном самоуправлении (ср. «Утром деньги, вечером стулья» – популярная фраза из романа «Двенадцать стульев»).

Семантическая трансформация представлена в заголовках: *А ВОЗ и ныне не здесь* (К 24.01.22) – об инспекции ВОЗ российской вакцины (ср. *А воз и ныне там* – строка из басни «Лебедь, щука и рак» И.А. Крылова). Заголовок обыгрывает аббревиатуру ВОЗ – всемирная организация здравоохранения.

Одной из особенностей русского языка является наличие словообразовательных суффиксов субъективной оценки. Так, используя суффикс *-ище-*, автор стилистически окрасил заголовок *Красавица и французище* (К 09.02.22) – о взаимоотношениях Украины и Франции. В заголовке фиксируем аллюзию на сказку «Красавица и чудовище» Шарля Перро.

Прецедентные тексты сферы-источника «Кинематограф» обыгрываются в заголовке *Эка дрон гусар летучих* (К 07.06.23) – о производителях беспилотников (ср. «Эскадрон гусар летучих» – советский художественный фильм).

Замену компонентов отмечаем в заголовке *Батарей просят свинца* (К 20.01.22) – о дефиците металла (ср. фильм «Батальоны просят огня»). Этот же прецедентный текст, но уже семантически трансформированный находим в заголовке *Регионы не просят огня* (К 10.01.22) – о местных выборах.

Немногочисленными являются обыгрывания **прецедентных текстов сферы-источника «Изобразительное искусство»**. Так, например, аллюзию на название

картины И.Е. Репина «Бурлаки на Волге» находим в заголовке *Зерновики на Волге* (К 31.07.23) – о терминалах на реке.

Трансформация в прецедентных текстах заключается в замене компонента исходного текста новым, который акцентирует внимание на содержание и формирует определенную, чаще всего оценочную, роль этого содержания. Авторы намеренно используют знакомые адресату цитаты, чтобы актуализировать в их сознании нужный образ, ситуацию, реакцию, эмоцию и т.п. Такие трансформы находятся в заглавиях оценочного типа и обычно «расшифровываются» уже в самом тексте.

Особняком на газетной полосе стоят **фонетические игры** с аббревиатурами, например: *И только это и НАТО* (К 28.06.23) – о саммите альянса. Данный заголовок построен по модели *И только это и надо*, которая для носителя является устоявшейся; *НАТО быть внимательней* (К 08.06.23) – об альянсе (ср. *Надо быть внимательнее*). Вышеуказанные заголовки обыгрывают фонетическое сходство модального слова *надо* и аббревиатуры *НАТО* (североатлантический альянс).

Аббревиатура НИИ (Научно-исследовательский институт) нашла отражение в заголовке *НИИ не дать не взять* (К 23.01.22) – о банкротстве поставщика софта для минобороны.

Аббревиатура ИИ (искусственный интеллект) представлена в заголовке *По городам ИИ весям* (К 02.02.22) – о закупках в регионах систем искусственного интеллекта.

Аббревиатуры в медиальном заголовке – эффективный и нестандартный способ завладеть читательским вниманием. При этом важно, чтобы читатель был знаком с данной аббревиатурой, иначе такая языковая игра вызовет лишь недоумение.

Оригинальны фонетические игры с иностранным словом «айти»: *Дешевых больших не айти* (К 03.02.22) – о зарплатах IT-специалистов; *Разрешите за айти посмотреть* (К 08.06.23) – о возможных проверках в сфере IT.

Фонетическое обыгрывание наблюдаем в заголовках: *Шаг вперед – два шага назад* (К 17.11.22) – о родственниках Назарбаева (ср. *Шаг вперед – два шага назад*); *Атом и речь ведем* (К 19.01.22) – цены на новые АЭС (ср. *О том и речь ведем*).

Иностранные слова фонетически схожие на русские нередко приводят к игровым рифмам типа: *У Орано нет урана* (К 31.07.23) – о проблемах французской компании; *AUKUS получил укус* (К 03.08.23) – о режиме нераспространения.

О графических окказионализмах, образованных по модели определенных слов на основе фонетического сходства, можем говорить в случае следующего заголовка с обыгрыванием аббревиатуры *СИЗО* (следственный изолятор): *СИЗОнное неравенство* (К 05.03.23) – о нормах тюремной жилплощади (ср. *сезонное*).

Контаминация является не менее частотной разновидностью графической игры, которая заключается в совмещении элементов кириллической и латинской графики. Е. А. Земская отмечает, что «все более распространяющийся вид игры с иноязычностью – манипулирование двумя алфавитами, кириллическим и латинским, используется как средство привлечения внимания, создание особой выразительности» (Земская 2004, с. 520). Графическую контаминацию наблюдаем в следующем заголовке: *Поправки на Qрснективу* (К 16.01.22) – законопроект о сертификатах здоровья.

4 Лингвокреатив в заголовках газеты «Украинская правда» (УП)

Языковая игра лишь частично представлена в украинских изданиях. Чаще всего раздел «Блоги» интернет-издания «Украинская правда» располагает лингвокреативным материалом.

Словообразательные игры представлены в заглавиях достаточно часто. Контаминацию имен собственных отмечаем в заголовке *Портнопутін чи*

путінопортнов? (УП 12.02.23) – про политические интриги. Игровой окказионализм, в котором прослеживается фонетическое сходство, фиксируем в заголовке *Бідоруси – це гриби* (УП 14.04.23) – про белорусский народ (ср. укр. *білоруси*).

Лингвокреатив на базе суффиксов -из- и -ациј(я) представлен в заголовках: *Де/сатанизация* (УП 27.10.22) – статья на политическую тему. Заголовок строится с помощью графического приема – слешинга (/), что обеспечивает двойное прочтение;

Кінець фінляндизації (УП 26.06.22) – про Финляндию и ее отношения с другими странами. Заголовок – пример игрового окказионализма, построенного по образцу *американизация* и т.п.

Кохана! Це (део)лігархіЗЕція – зовсім не те, що ти подумала! (УП 30.09.21) – про борьбу с олигархами. В заголовке отмечаем графическое выделение или графический контраст ЗЕ – нестандартное использование прописных и строчных букв с целью выразительности, намеренной двусмысленности. В данном случае намек на партию президента В. Зеленского.

Розахметизація системи (УП 02.12.21) – о взаимоотношениях В. Зеленского и Р. Ахметова. Заголовок строится по аналогии со словом *Розгерметизація* (укр.) / *Разгерметизация* (рус.).

Злочевський і примітивізація правосуддя (УП 03.08.23) – о том, как политик избежал правосудия.

Корпоратизація монстрів (УП 15.03.23) – о том, что В. Зеленский меняет оборонительные планы.

Декolonізації не уникнути (УП 18.07.23) – о замене советских книг в библиотеках.

Не менее заметны на газетной полосе украинского издания **графические игры**. Голофразис (неузуальное написание словосочетания или предложения без пробелов – *Їхтамнети/ их там нет* – рус.) представлен в заголовке *«Їхтамнети» з ДБР* (УП 20.07.22) – о работе Государственного бюро расследований (ДБР – укр.)

Графический прием экскламации (!) отмечаем в заголовке *Зе!Сейшли* (УП 18.01.22) – расследование об отпуске президента.

Заключение частей слова в скобки (парентезис) замечаем в заголовке *Військова (не)таємниця: що відомо про витік секретних документів США* (УП 12.04.23) – про секретную документацию. Парентезис позволяет прочесть заголовок двояко.

Графическое заимствование является достаточно частотным приемом в публицистическом дискурсе. Данный прием заключается в представлении иноязычного слова без перевода и графической адаптации, например, в следующем заголовке *"Big brother is" Офісу президента* (УП 15.02.23) – про обогащение родственника политика (ср. Большой брат из Офиса президента).

Передача иностранных слов и предложений посредством родного языка находит применение в газетных текстах уже не одно десятилетие. Данный прием фиксируем в заглавии *"Сенк'ю, містер Блінкен"* (УП 20.01.22) – о том, как бывший президент избежал уголовной ответственности (ср. Спасибо, мистер Блинкен).

Контаминация является не менее частотной разновидностью графической игры, которая заключается в совмещении элементов кириллической и латинской графики. Примерами служат следующие заголовки: *Зал зла* (УП 19.05.23) – про акцию; *McDonalds продовжує фінансувати розійський нацизм* (УП 27.03.22) – про рестораны быстрого питания.

Прецедентность, являясь растиражированным лингвокреативным приемом, оказывается востребованной в украинских заголовках. Самую многочисленную группу составляют заголовки с **прецедентными текстами сферы-источника «Фразеология»**.

Приведем следующие примеры:

Коні на переправі. Чому під час війни змінюють керівництво Укроборонпрому (УП 26.06.23) – об изменениях в оборонной отрасли. Заголовок представляет собой семантическую трансформацию пословицы *Коней на переправі не міняють*;

Замену одного лексического компонента иллюстрирует заголовок *Скупий платить тричі* (УП 23.06.23) – про потери западных компаний (ср. пословица *Скупий платить двічі*);

І вашим, і нашим (УП 14.07.23) – про арест российских активов (ср. фразеологизм *І вашим, і нашим*).

Усеченные прецедентные тексты представлены в заголовках:

Око за око (УП 17.06.23) – про вопрос мести (ср. библеизм *Перелом – за перелом, око – за око, зуб – за зуб*);

Мовчання – золото (УП 02.03.22) – о молчании украинских политиков (ср. пословица *Слово – срібло, мовчання – золото*);

ДПТ ім. Трухіна. Чим далі в ліс... (УП 09.02.22) – про аргументы политика (ср. пословица *Чим далі в ліс, тим більше дров*).

Семантическую трансформацию отмечаем в заголовке *Ніж у спину?* (УП 27.04.23) – про проблемы агроэкспорта.

Прецедентные тексты заметны также в заголовках:

Троянький кінь репарацій рф (УП 02.02.23) – про военные репарации (ср. фразеологизм *троянский конь*);

"Іспанський сором" російських еліт (УП 14.06.23) – про недвижимость россиян в Испании (ср. фразеологизм *испанский стыд*);

Трюдо йде ва-банк (УП 28.07.23) – как повлияют изменения в Канаде на Украину (ср. фразеологизм *ва-банк*).

Интересен пример заголовка, который был создан по модели существующей пословицы: *На НАТО сподівайся, а зброю не опускай* (УП 10.07.23) – про поддержку альянса (ср. пословица *На Бога сподівайся, а сам не плошай*);

Менее продуктивной является группа заголовков **с прецедентными текстами сферы-источника «Литература», «Песенный фонд», «Кинематограф»**.

Аллюзию на строки из стихотворения Т.Г. Шевченко «І виріс я на чужині...» отмечаем в заголовке *Німі на маріхуаницину ідуть і діточок своїх ведуть* (УП 21.07.23) – про легализацию медицинского каннабиса. В заголовке происходит замена исходного компонента *паницина* окказиональным словом *маріхуаницина* (ср. *Німі на паницину ідуть і діточок своїх ведуть*).

Отсылку на строку из песни «Пісня про рушник» на стихи А. Малышко отмечаем в заголовке *Рідна мати війна* (УП 24.06.23) – на военную тему (ср. *Рідна мати моя*).

С точки зрения прецедентности можно рассматривать заголовок *Якщо завтра дефолт* (УП 25.05.23) – о возможном дефолте и его последствиях (ср. фильм «Якщо завтра буде війна» – украинский фильм).

Лингвокреативные игры с именами собственными на газетной полосе украинского издания представлены единичными заголовками: *Илон без маски* (УП 01.10.22) – статья про Илона Маска.

5 Выводы

Феномен лингвокреатива является трендом современных славянских языков, он рассматривается как одна из наиболее актуальных проблем современной лингвистики, в частности медиального дискурса, где он максимально востребован. Эстетика постмодернизма с ее тяготением к иронии и юмору сделали лингвокреатив эффективным и действенным способом как оценки происходящего, так и выражением авторского «Я». Лингвокреатив, будучи умышленным нарушением нормы, затрагивает практически все

уровни языка (графический, морфологический, лексический, лексико-семантический, синтаксический, стилистический), проявляясь в виде удачливого каламбура, меткой метафоры, игрового окказионализма, трансформации прецедентного текста, графического выделения и др. Лингвокреатив на газетной полосе иллюстрирует шкалу иронии, начиная юмором и заканчивая сарказмом. Реализоваться лингвокреатив и, следственно, замысел автора может лишь в том случае, если реципиент способен «подобрать ключ к игре».

Лингвокреатив – отличительная черта медиадискурса большинства славянских языков наших дней. Наше исследование проводилось на базе одного российского и одного украинского издания похожей тематической направленности. В первую очередь стоит заметить, что лингвокреативных заголовков в газете «Коммерсантъ» было выявлено в четыре раза больше, чем в издании «Украинская правда» (136 российских, 32 украинских).

Наиболее востребованной с точки зрения лингвокреатива в заголовках анализируемых изданий (российского и украинского) оказывается апелляция к прецедентным текстам, причем в обоих языках преобладает сфера-источник «Фразеология» (рос. 28%, укр. 35% от общего количества собранных единиц), за которой следует «Литература», «Песенный фонд», «Кинематограф», «Изобразительное искусство». Пословицы, поговорки и фразеологизмы носят назидательный характер, поэтому именно они способны полностью реализовать первостепенные для медиадискурса воздействующую и манипулятивную функции. Читателя привлечет любимое изречение, ассоциирующееся с мудростью, опытом народа, чем-то близким, родным и знакомым.

Особенностью российского медиадискурса можно считать создание игровых окказионализмов, фонетически близких исходному контексту, чаще всего с помощью паронимии и паронимазии (23%).

На украинской газетной полосе было отмечено преобладание графического лингвокреатива (22%).

В обоих исследуемых изданиях были отмечены словообразовательные заголовки, а также примеры лингвокреатива на базе имен собственных, что свидетельствует об антропоцентризме в современной лингвистике.

Заметим, что классифицировать некоторые примеры вызывает определенную трудность, так как нередко авторы прибегают к использованию нескольких приемов для создания игрового заголовка (например, фонетический+словообразовательный, графический+словообразовательный и др.). Использование нескольких приемов, на наш взгляд, удваивает экспрессивный эффект игры.

Лингвокреатив украшает язык, устраняет серьезность, борется с обыденностью, доставляет эстетическое удовольствие.

Актуальность изучения лингвокреатива подтверждает большое количество материала и намечает широкие перспективы для дальнейших исследований.

Литература:

- GAJARSKÝ, L. (2020): *Axiological aspect of journalistic texts: (on the material of Russian and Slovak news reports)*. Belgorod: NIU "BelGU".
- GUZI, L. – SIPKO, J. – MERTOŤÁ, N. et al. (2017): *Historizmy ako predmet lingvokultúrnych skúmaní*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity.
- SIPKO, J. (2017): *Lingvokulturológia našej doby*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity.
- БАЗИЛЕВИЧ, В. Б. (2015): Языковая игра как форма проявления лингвистической креативности. In: *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 8/50, с. 20–22.

- ГРИДИНА, Т. А. (1996): *Языковая игра: стереотип и творчество*. Екатеринбург: УГПУ.
- ГРИДИНА, Т. А. (2012): *Языковая игра в художественном тексте*. Екатеринбург: УГПУ.
- ГРИДИНА, Т. А. (2020): Речежанровый потенциал языковой игры в художественной литературе для детей. In: *Филологический класс*, 25/1, с. 73–85.
- ЗЕМСКАЯ, Е. А. (2004): Активные процессы в русском языке на рубеже XX-XXI вв. In: Е. А. Земская: *Язык как деятельность: морфема. Слово. Речь*. Москва: Языки славянской культуры, с. 513–565.
- ИРИСХАНОВА, О. К. (2009): Понятие креативности и его роли в метаязыке лингвистических описаний. In: *Когнитивные исследования языка. Исследование познавательных процессов в языке*, 5, с. 158–171.
- КАЛЕЧИЦ, А. И. (2020): *Фразеологизмы «в действии»: семантико-прагматический аспект*. Минск: Коллоград.
- КОЖИНА, М. Н., (ed.) (2006): *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Москва: Флинта; Наука.
- МОРОЗ, В. В. (2011): *Развитие креативности студентов*. Оренбург: ОГУ.

Summary

Linguistic creativity in Russian and Ukrainian newspapers

We live in a postmodern time, a time when innovative solutions and approaches are needed to create something new. One of the solutions is the use of a linguo-creative - a means of expressing. This article attempts to analyze the linguo-creative headlines of the Russian edition of *Kommersant* and the Ukrainian edition of *Ukrayinska Pravda*. The following methods were used in the work: linguistic, comparative, structural-compositional, textual, as well as typology. The methodology is based on linguoculturological analysis. The paper analyzes and classifies examples of linguo-creative, as well as ways to create them (word-building techniques, graphic innovations, appeal to precedent texts of various source areas "Phraseology", "Literature", "Song Fund", "Cinematography", "Fine Arts"). The article considers phonetic occasionalisms, games with proper names. At the end, relevant conclusions are drawn and prospects for further research are outlined.