

УДК 81'27

### ГРА З ПРЕЦЕДЕНТНИМИ ФЕНОМЕНАМИ В ЗАГОЛОВКАХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Дєдушкіна Т. О.

*У статті інтернет-комунікація розглядається як нова мовленнєва формація, що змінює прагматику публіцистичного тексту й функції його заголовку, який отримує статус гіперпосилання. Автор досліджує особливості використання мовної гри на прикладах обігрування прецедентних текстів у заголовках-гіперпосиланнях, що дає змогу розглядати їх як самостійні тексти маніпулятивної спрямованості.*

*Ключові слова:* інтернет-комунікація, гіпертекст, гіперпосилання, мовна гра, прецедентний текст.

*В статье интернет-коммуникация рассматривается как новая речевая формація; которая изменяет прагматику публицистического текста и функции его заголовка, который получает статус гиперссылки. Автор исследует особенности использования языковой игры на примерах обыгрывания прецедентных текстов в заголовках-гиперссылках, что дает возможность рассматривать их как самостоятельные тексты манипулятивной направленности.*

*Ключевые слова:* интернет-коммуникация, гипертекст, гиперссылка, языковая игра, прецедентный текст.

*The article characterizes internet communication as a new speech formation, which changes the pragmatics of a text in modern massmedia as well as of its headline. The author studies the peculiarities of using linguistic play, drawing on the intertextual play in headlines-hyperlinks, which enables to regard them as independent texts with a manipulative effect.*

*Key words:* internet communication, hypertext, hyperlink, linguistic play, intertext.

Інтернет-комунікація є складовою нових мовленнєвих формацій, що швидко розвивається. Для неї характерні поліфункціональність, комунікативне різноманіття, мультимедійність, гіпертекстуальність.

Це явище вивчається в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних лінгвістів (О. Галічкина, О. Горошко, О. Дєдова, Л. Компанцева, М. Кронгауз, Н. Мечковська, І. Розіна, М. Рижков, М. Сидорова, Л. Щипіцина та ін.). Основні проблеми, які привертають особливу увагу в цій сфері лінгвістичних досліджень, такі: дискурсивна складова інтернет-комунікації як мовленнєвої формації, типологія мережевих жанрів, мовні / мовленнєві особливості інтернет-комунікації, специфіка мовної гри в інтернет-комунікації тощо.

Існують різні визначення інтернет-комунікації в сучасній лінгвістиці. На наш погляд, найбільш вдалим є визначення І. Розіної, яка розглядає інтернет-комунікацію як використання людьми електронних повідомлень (найчастіше мультимедійних) для формування знань та взаєморозуміння в різноманітних середовищах, контекстах та культурах [10, с. 32].

Найважливіший параметр, який визначає специфічність інтернет-комунікації, – гіпертекстуальність. Гіпертекст – це доволі розпливчата концепція в сучасній лінгвістичній науці, яка разом з тим достатньо часто використовується. В. Руднев дає таке визначення гіпертексту в “Словнику культури ХХ століття” “Гіпертекст – текст, який побудований таким чином, що він перетворюється в систему, ієрархію текстів і одночасно являє собою єдність та численність текстів” [11]. Гіпертекстом називають Інтернет, енциклопедію, словник, довідник, а також будь-який текст, в якому є будь-які посилання (вказування) на інші фрагменти або тексти. Читати такий текст можна по-різному, наприклад, від однієї статті словника до іншої, читати статті підряд, переходити від одного посилання до іншого. В інтернет-комунікації *гіпертекст* можна визначити як “модель організації електронного тексту, яка характеризується специфічною структурованістю та розгалуженою системою

внутрішньотекстових та міжтекстових переходів, що підтримуються програмно; ця система передбачає можливість читацького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць” [1, с. 50].

Текстологічна специфіка гіпертексту, перш за все, зумовлена його композиційною організацією, – *нелінійністю*. Пов'язані з нелінійною організацією такі ознаки гіпертексту, як фрагментарність, незакінченість, зсув меж між власним та чужим словом.

Структурним елементом гіпертексту є *гіперпосилання*. Гіперпосилання знаходиться у фокусі уваги читача, оскільки проглядаючи веб-сторінку, він передусім звертає увагу на посилання. Ця властивість гіперпосилань використовується авторами повідомлень для структуризації змісту як текстового блока окремої сторінки, так і гіпертексту в цілому. Таким чином, гіперпосилання є основоположним елементом веб-сторінки. “Гіперпосилання є найменшою навігаційною одиницею, а система гіперпосилань – найважливішим функціональним елементом апарата орієнтування читача в просторі веб-сайта” [2, с. 65].

Дослідники виокремлюють такі функції гіперпосилання: *номінативну* (слугує назвою), *інформативну* (в короткій формі повідомляє про зміст інформації), *регулюючу* (визначає напрям пошуку інформації), *експресивну* (виділяє найбільш значущі інформаційні блоки) тощо.

Гіпертекст та гіперпосилання як його основний структурний елемент відіграють велику роль у формуванні сучасної мовленнєвої свідомості. Як зазначає І. Купер, “гіпертекст як нова текстуальна парадигма може розглядатись як засіб комунікації в суспільстві, яке орієнтоване на множинні, одночасні потоки інформації, які не можуть бути сприйняті та засвоєні суб'єктом. Засвоєння всієї суми знань стає неможливим, більш того, жорстке структурування такого знання стає задачею, яку важко виконати. Знання організується в гіпертекст, у мережу відносно вільних повідомлень, які можуть об'єднуватись та розпадатись у процесі виробництва та споживання знання” [7].

Сучасний простір інтернет-комунікації відкриває широкі можливості для використання різних видів мовної гри. Як зауважує Б. Шарифуллін, “сама специфіка інтернет-комунікації цьому не тільки сприяє, а й провокує її учасників проявляти свої креативні можливості – хто як зможе” [16, с. 207]. Як зазначає цей дослідник, мовна гра в Інтернеті використовується на різних рівнях: у назвах сайтів, самоназиванні користувачів, у “постах” та інших інтернет-текстах.

Особливий інтерес викликає використання мовної гри в заголовках інтернет-видань. У сучасній публіцистиці заголовок виконує особливу функцію: як зазначає Л. Синельникова, заголовок переходить від позиції “над текстом” до позиції “замість тексту”, що дозволяє “відмовитись від традиційного уявлення про заголовок як “формулювання” теми та перейти до його аналізу як “формулювання” бачення, інтерпретації теми, рефлексії з її приводу та ін.” [14, с. 81]. Однак найважливішою функцією заголовка залишається привертання уваги читачів та відвідувачів інтернет-сайтів, що стає особливо актуальним сьогодні, оскільки сучасні люди дуже часто читають тільки заголовки, в кращому випадку – підзаголовки. Особливо привертають увагу так звані “заголовки, що самі за себе говорять” та “заголовки-гачки”, які впливають на емоції читача. Використання мовної гри з її креативністю, емоційністю та здатністю оцінювати в багато разів збільшує привабливість заголовка, а, як наслідок, підвищує зацікавленість у матеріалі, що подається під ним.

Мовна гра реалізується на всіх рівнях мови: фонетичному, словотвірному, морфологічному, лексичному, семантичному. Для інтернет-дискурсу є характерним використання всіх названих вище видів мовної гри, однак за частотністю використання провідне місце посідає гра з прецедентними текстами.

Як зазначають багато дослідників (О. Земська, В. Санников, Л. Синельникова), останнім часом інтертекстуальні посилання стали досить поширеним способом побудови заголовків. О. Земська в монографії “Мова як діяльність” так визначає роль прецедентних текстів у мові газети: “Одним з типових для сучасних газет способів реалізації поетичної функції мови (за Якобсоном) є цитатія та квазіцитатія, тобто включення в текст газети чужого тексту – в незміненому виді (цитатія) та в трансформованому, переінакшеному (квазіцитатія). Такі включені тексти можна назвати прецедентними текстами (ПТТ), оскільки вони добре відомі широкому колу

осіб, мають таку властивість як повторюваність в різних текстах” [4, с. 554]. О. Земська також звертає увагу на те, що цитати та квазіцитати використовуються головним чином у заголовках, тобто в сильній позиції, де вони привертають увагу читача, та виступають своєрідним лакмусом, який характеризує рівень культури як журналіста, так і читача.

Л. Синельникова зауважує, що звертання до чужого слова, використання перетворених цитат і алюзій у заголовку сприяє тому, що “підвищується ступень його ентропії, тобто збільшується відрив слова від предметно-логічного значення та йде його семантична переорієнтація на користь дифузної семантики заголовка, який має специфічну референцію” [14, с. 83].

Найчастіше в заголовках обігруються рядки з відомих пісень, цитати з фільмів, особливо радянських, а також прислів'я, приказки, крилаті вислови та фразеологізми, в яких зазвичай одне-два слова замінюються на слово / слова, важливе / -ві для змісту статті. Розглянемо кілька прикладів таких заголовків, які взяті з українських, російських та американських інтернет-видань.

*Ох, рано крадет охрана* (<http://www.rospress.com>). В цьому заголовку обігрується рядок з відомої пісні радянських часів “Ох, рано встает охрана”. Заміна лише одного слова (“встает” – “крадет”) призводить до того, що повністю змінюється план змісту, що прояснюється у підзаголовку: *“Капитан ФСО раскаялся в похищении сына Евгения Касперского”*.

*Лучше малый ракетный корабль в строю, чем эсминец в проекте* (<http://vpk.name/news>). У статті під цим заголовком, який становить собою трансформацію прислів'я “Лучше синица в руке, чем журавль в небе”, йдеться про переваги та недоліки малих ракетних кораблів, які залишаються найчисленнішим класом кораблів у російському флоті, та про їх можливу заміну багатофункціональними кораблями.

Ще один приклад гри з прецедентним текстом – заголовок статті про проблеми у виробництві російської стрілецької зброї *“Калашом” не заманишь* (<http://vpk.name>), який побудований на приказці “Калашом не заманишь”, що має значення “не заманиш жодним способом”. “Калаш” – назва в простій мові відомого автомата Калашникова, виробництво якого, так само як і виробництво інших видів стрілецької зброї в Росії, тепер у стані занепаду. Це пов'язано, між іншим, з тим, що багато країн, які раніше експортували автомат Калашникова, втратили до нього інтерес, оскільки з'явилися інші, більш сучасні види зброї, на розробку якої в Росії ще нещодавно не було коштів. У заголовку можна також простежити алюзію на іншу приказку “тертый калач”, що означає “досвідчена людина”, а саме це можна сказати в переносному значенні і про автомат Калашникова, який протягом кількох десятиліть знаходився на озброєнні радянської та російської армії, а також армій багатьох інших держав.

*Москва словам не верит* (<http://vpk.name/news>) – стаття про міжнародну конференцію “Ядерна зброя та безпека в XXI столітті”, яка відбулася в Москві. Цей заголовок також побудований на грі з прецедентним текстом: обігрується прислів'я “Москва слезам не верит”, що має значення “чийсь сльози, тужіння не викликають співчуття”. Цікавою є історія виникнення цього прислів'я – в період піднесення Московського князівства та централізації Російської держави, які відбувалися переважно за рахунок жорстких поборів з інших міст та князівств. У народі зростало незадоволення такими поборами, виникали суперечки про розмір сплати, про те, хто має нести військову повинність тощо. Щоб вирішити ці суперечки, в Москву з різних міст прямували чолобитники, які із сльозами просили царя розсудити правих та винних. Таких прохачів дуже жорстоко карали, щоб залякати незадоволених. Часто жорсткі покарання проводив сам московський цар, який бачив у скаргах чолобитників акт народного незадоволення політикою централізації. Це породило багато прислів'їв про жорстокість, здирицтво та несправедливість московських правителів, їх чиновників та про бідність простих людей. Найпопулярнішим з них виявилось прислів'я “Москва слезам не верит” (<http://www.poskart.ru>).

Сучасну варіацію “Москва словам не верит” можна трактувати як “Москва (російський уряд) вірить не словам, а справам та вчинкам” (просліджується алюзія на приказку “не словом, а делом”). Таким чином, заголовок досить точно передає основну думку, яка проходить через всю статтю та озвучується у виступі на

конференції Дмитра Рогозіна: “В тому, що стосується системи ПРО та її ненаціленості – як нас намагаються запевнити – проти Росії, ми словам не віримо. Горбачов – вірив, а ми – ні. Нам потрібні гарантії, краще – на папері, про те, що система ПРО, яка створюється в Європі, спрямована на ракети малої та середньої дальності. Поки що заявлені дані цієї системи такі, що її можливості можуть дозволити збивати російські важкі ракети” (<http://vpk.name/news>).

*A Spy's Motivation: For Love of Another Country* (<http://www.nytimes.com>). В основі заголовка – фразеологізм “for love of the game” (через любов до мистецтва, тобто безкорисливо, без зиску), в якому останнє слово замінюється словосполученням “another country” (інша, чужа країна). Таким чином, у заголовку статті в сконцентрованій формі представлена її проблематика – основні мотиви, якими керуються американці, погоджуючись працювати на розвідувальну службу іноземних держав.

*Вибори – за будь-якої “фінансової” погоди* (<http://www.golos.com.ua>). Цей заголовок побудований на обігруванні прислів'я “матч відбудеться за будь-якої погоди”, що означає “щось відбудеться, незважаючи на всі негаразди”. Слово “матч” замінюється на “вибори” і додається слово “фінансової”, таким чином із заголовка стає зрозумілим, що в статті йтиметься про вибори (а саме – вибори до Івано-Франківської обласної ради 27 січня 2013 р.), які пройшли незважаючи на всі фінансові негаразди.

*Послизнувся, упав – позбувся посади* (<http://www.golos.com.ua>). В основі цього заголовка – крилатий вислів з відомого фільму радянських часів “Діамантова рука”: “Послизнувся, упав, отямився – гіпс”, у якому змінюється друга частина – “позбувся посади”, що одразу ж зміщує акценти і вказує на те, що в статті йтиметься про покарання посадовців. І дійсно, із статті дізнаємось про те, що голова Київміськдержадміністрації Олександр Попов передав до Кабміну подання на звільнення голів Голосіївської, Святошинської та Подільської райдержадміністрацій, які не впоралися з наслідками негоди в Києві наприкінці січня 2013 р.

Отже, гра з прецедентними текстами в заголовках набагато збільшує привабливість останніх для читача, який нібито втягується в гру, запропоновану автором статті – розгадати, що зашифровано у заголовку. Використання мовної гри в заголовках-гіперпосиланнях є як фактором привертання уваги відвідувачів інтернет-сайтів, так і засобом створення міні-тексту, який практично не потребує основного тексту.

Аналіз наведених вище прикладів дозволяє дійти висновку, що мовна гра, зокрема обігрування прецедентних текстів, доволі часто використовується в сучасній інтернет-комунікації, зокрема в заголовках багатьох інтернет-видань, оскільки вона дає змогу реалізувати одну з найважливіших функцій заголовка в сучасних ЗМІ – привернути увагу читача, заінтригувати та зацікавити його в ознайомленні з матеріалом статті або репортажу, що подається під цим заголовком. З усіх видів мовної гри найчастіше в заголовках інтернет-видань використовуються словотвірна гра та гра з прецедентними текстами, що, очевидно, пов'язано з тим, що саме ці види мовної гри найбільш адекватно сприймаються адресатом – відвідувачами сайтів та читачами інтернет-видань. Вони з готовністю втягуються в запропоновану автором “гру” пошуку завуальованого в заголовку смислу.

Крім того, використання мовної гри підвищує ступінь інформативності заголовка, який стає своєрідним “текстом в тексті”. Як зазначалося вище, сучасний заголовок виходить з імперативу “заголовок – тема”, та стає рематичним. “Рематичність сучасних заголовків перегруповує типи текстової інформації: фактуальна інформація, більшою частиною, переходить в текст, концептуальна та підтекстова зосереджується в заголовку” [14, с. 83]. Такі заголовки набувають функції тексту, часто підмінюючи собою першоджерело, та виконують важливу для інтернет-комунікації функцію подання інформації в максимально стислому вигляді.

#### Література

1. Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете / О. В. Дедова. – М. : МАКС Пресс, 2008. – 284 с.
2. Дьякова Е. Ю. Особенности гипертекстовой организации веб-сайта британского университета / Е. Ю. Дьякова // Гипертекст как объект лингвистического исследования :

материалы II Международной научно-практической конференции / отв. ред. С. А. Стройков. – Самара : ПГСГА, 2011. – С. 64–72.

3. Земская Е. А. Русская разговорная речь / Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М. : Наука, 1983. – 277 с.

4. Земская Е. А. Язык как деятельность : Морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 688 с.

5. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.

6. Компанцева Л. Ф. Языковая игра как механизм формирования компьютерного сленга / Л. Ф. Компанцева // Социолингвистика : XXI век. – Луганск : Знание, 2002. – С. 202–211.

7. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М., 2003. – 840 с.

8. Купер И. Р. Гипертекст [Электронный ресурс] / И. Р. Купер. – Режим доступа: <http://www.nir.ru>. – Назва з екрана.

9. Лисоченко Л. В. Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации) [Электронный ресурс] / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко // Эстетика и поэтика языкового творчества : межвузовский сборник научных трудов. – Таганрог : Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2000. – С. 128–140. – Режим доступа: <http://teneta.rinet.ru/rus>. – Назва з екрана.

10. Розина И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация : теория и практика / И. Н. Розина. – М. : Логос, 2005. – 460 с.

11. Руднев В. Гипертекст [Электронный ресурс] / В. Руднев // Словарь культуры XX века. – Режим доступа: <http://lib.ru/culture/rudnew/slowar.txt>. – Назва з екрана.

12. Рыжков М. С. Людемы интернет-дискурса / М. С. Рыжков // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2009. – № 6 (2). – С. 338–345. – (Серия “Лингвистика”).

13. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.

14. Синельникова Л. Н. Языковые изменения конца XX века / Л. Н. Синельникова // Социолингвистика : XXI век. – Луганск : Знание, 2002. – С. 62–97.

15. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 696 с.

16. Шарифуллин Б. Я. Языковая игра в интернет-коммуникации / Б. Я. Шарифуллин // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : кол. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : Наука, 2012. – С. 203–219.