

Т.А. ГРИДИНА, Н.И. КОНОВАЛОВА  
(Уральский государственный педагогический университет,  
г. Екатеринбург, Россия)

УДК 81'27  
ББК Ш100.3

## «КУДА ИДЁМ? БОЛЬШОЙ ВОПРОС ...»: ПРАГМАТИКА КРЕАТИВА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

**Аннотация.** В статье анализируется прагматика оценочных импликатур в современном языке газеты. Выделяются стратегии и приемы воздействия на адресата с использованием лингвокреативной техники языковой игры.

**Ключевые слова:** лингвокреативная деятельность, медийный дискурс, прагматика языкового воздействия, языковая игра

Современный медийный, в частности, газетный дискурс насыщен (часто даже перенасыщен) креативом<sup>1</sup>, в том смысле, что информация транслируется с использованием нестандартного языкового кода, привлекающего внимание адресата и требующего дешифровки содержащихся в тексте оценочных импликатур. В особенности это касается политических фактов, аргументация которых часто обращена не столько к логической, сколько к эмоционально-оценочной сфере читателя. Прагматика лингвистического креатива в медийном дискурсе, следовательно, обусловлена использованием таких средств воздействия (убеждения), которые формируют у члена социума определенный взгляд на освещаемое событие, факт. В основе креативных механизмов лежит обновление формы речи, привлекающей внимание не только своей нестандартностью, но и апелляцией к «сообразительности» собеседника, способного оценить явные и скрытые за фразой смыслы.

Рассмотрим наиболее типичные «лингвистические аргументы», используемые в предъявлении политической информации

---

<sup>1</sup> См. серию коллективных монографий под ред. проф. Т.А. Гридиной: *Лингвистика креатива-1.* – Екатеринбург, 2009; *Лингвистика креатива-2.* – Екатеринбург, 2012.

на газетной полосе. Материал для анализа извлечен из одного номера газеты «Аргументы и факты» [АИФ № 16 (1693) 17–23 апреля 2013].

Основными формами газетного креатива выступают:

1. Обыгрывание символики прецедентных феноменов. При этом в число приемов явной и имплицитной аргументации входит активное соединение вербального и невербального кодов передачи информации (использование креолизованных текстов).

Так, политический подтекст содержит в себе следующий обыгрываемый фотоколлаж: сюжет картины И. Репина «Бурлаки на Волге» разворачивается на фоне Москва-реки и Кремля.



Бурлаки, однако, «тянут бечевой» не барку, как в художественном оригинале, а некую красную платформу в виде вопросительного знака. Этот видеоряд сопровождается надписью: *Куда идём? Большой вопрос...* (ср. всплывающую аллюзию на ключевую фразу из поэмы Н.В. Гоголя «Мертвые души»: «Русь, куда ж несешься ты? Дай ответ. – Не дает ответа», а также ассоциации с символическими названиями романов «Камо грядеши» Г. Сенкевича, «Что делать?» Н.Г. Чернышевского, «Кто виноват?» А.И. Герцена; вторая часть вербальной реплики *большой вопрос*, помимо собственно значения сомнительности, аллюзивно отсылает к тексту песенки-загадки Винни-Пуха: *Куда идем мы с Пятачком – большой-большой секрет...*). Считы-

вание этих импликатур заставляет читателя задуматься над извечным вопросом об историческом пути и перспективах развития России (в свете намека на неблагоприятное современное социально-экономическое и политическое положение).

Особая роль отводится прецедентному заголовку, который не только маркирует тему статьи, но и задает некоторый ракурс восприятия того, о чем сообщается. Ср., например, «**Закон о трех буквах**» (эвфемистический перифраз, объединяющий высказывания политиков и других общественных деятелей по поводу запрета мата в СМИ). В основе такого употребления – легко считаваемая импликатура «*послать на три буквы*», что обыгрывается в приведенных, также эвфемистических, репликах по поводу данного прецедента. Ср.: А. Волин, замминистра связи и массовых коммуникаций. «*Список матерных слов никто составлять не будет. Потому что слова, которые нельзя употреблять (в СМИ. – Ред.), каждый из нас знает с восьми лет*». Здесь же журналистский комментарий к сказанному: *Так и запишем в законе: «Запретить слова, которые каждый знает с восьми лет. Кстати, как его правильно называть – закон о трех буквах или закон об одной матери?»* (С. Репов, А. Фуфырин) [Думается, что и имена написавших этот текст журналистов – псевдонимы, аллегорично мотивированные просторечной фразеологией *чесать репу* – «с напряжением думать о чем-либо», и экспрессивным глаголом *фуфыриться* «злиться, сердиться, дуться, горячиться, привередничать» – см. В. Даль, М. Фасмер. Этот креативный ономастический код отражает явно ироническое отношение к описываемому факту]. См. также прецедентные заголовки, придающие проблемный «пафос» освещаемому событию. Например: «**Всех под одну гребенку?**» – статья о борьбе с взяточничеством; «**Для правды опять не время?**» – статья М. Веллера по поводу написания единого учебника истории. Ироническая подоплека этих риторических вопросов очевидна. Или: «**Украл, спрятал, свалил? Кого проверят на честность и что ждет нарушителей закона**» (статья о введении декларации о доходах государственных чиновников). Лежащий в основе игровой трансформации прототип – известная фраза Ю. Цезаря «*Пришел. Увидел. Победил*». Сопряжение

трансформы и прототипа задает импликатуру «*Quod licet Iovi non licet bovi*» (Что дозволено Цезарю, не дозволено быку). Вопрос о том, все ли равны перед законом, составляет движущую пружину вовлечения читателя в дискуссию.

2. Обыгрывание семантической двуплановости фразы и эффекта обманутого ожидания (ассоциативной провокации [Гридина 1996]): ср., например, анонсы к публикуемым в номере статьям на первой странице «АИФ»: *ЧТО? ... нас застрахует от врачебных ошибок* (намек на то, что медицинская страховка – еще не гарантия реальной помощи); *ПОЧЕМУ? ... наши власти страдают недержанием ... обещаний* (ср. *недержание* в значении, синонимичном медицинскому термину «энурез», что создает импликатуру «раздавать обещания, будучи не в состоянии удержаться от желания понравиться электорату, не задумываясь об ответственности за свои слова»); *ГДЕ? ... учат Родину любить* (обыгрывание прямого и эвфемистического смысла выражения, используемого как угроза в адрес того, кто не подчиняется уставу – из армейского жаргона); *ГДЕ? ... Россия хранит свою кубышку на черный день* (контаминация прямого и переносного смысла устойчивых выражений «*отложить /деньги/ на черный день*» и «*хранить деньги в кубышке*»); *КАК?... экономические показатели страны влияют на количество олимпийских медалей* (выражение, содержащее импликатуру о переходе количества в качество: в данном случае это намек на состояние экономики, не способствующее развитию спорта в нашей стране); *КАК? ... высокой культуре не упасть ниже плинтуса* (антонимическая актуализация переносного и прямого значений устойчивых выражений; ср. *опустить ниже плинтуса* – о предельно уничижительной оценке чего-либо или кого-либо; намек на профанирование высоких культурных (в том числе образовательных) ценностей в современном российском социуме и т.п.

3. Словотворческие инновации, маркирующие актуальные события социально-политической жизни и часто имеющие первичную авторскую паспортизацию: будучи приведенными как прямая цитация из речи авторитетного лица, такие прецеденты получают приоритетное право на закрепление в языке. Так, в своем интервью о строительстве нового космодрома под Благо-

вещенском, на берегу Тихого океана, В.В. Путин употребил неологизм *приводняться* со следующей ссылкой: «Здесь есть железная дорога, достаточно много свободного места, что удобно и с точки зрения приземления будущих космонавтов. Правда, как говорят специалисты (выделено нами. – Т.Г., Н.К.), наши космонавты здесь будут иногда не приземляться, а приводняться – в океане». Отмеченный факт подчеркивает известную всем склонность президента к образной и нестрогой официальной манере речи, что характерно в целом для «языкового вкуса эпохи» (В.Г. Костомаров). Словотворчество, являясь яркой чертой современного языка газеты, эксплуатирует как традиционные для публицистического стиля, так и новые модели экспрессивной номинации [см.: Гридина, Коновалова: 2007]. Ср., например, *Майамщина* (от *Майами* с использованием суффикса – *щин/а*) по аналогии с *Брянщина*, *Смоленщина*. Однако в отличие от приведенных традиционных топонимов неологизм содержит оценочную коннотацию, наведенную ситуативным контекстом. Речь идет о намерении В. Пехтина, экс-депутата Госдумы, принять предложение председателя правления «Рус-Гидро» перейти на работу в эту компанию. На слова депутата: «Там я не буду ограничен по территориальному признаку», – журналист реагирует иронической вопросительной репликой: «То есть вскоре следует ожидать появление российских ГЭС на Майамщине?» (импликатурой является намек на Майами как излюбленное политиками место отдыха, куда и отправится «работать» раскрепощенный депутат). К топонимическим инновациям можно отнести и название *Лондонград*. Ср. заметку «Сколько наших в Лондонграде живет?», в которой обсуждаются причины наличия в британской столице более 300–400 тысяч россиян, в том числе тех, кто ищет в ней политического убежища (при этом упоминаются имена таких «сверхбогачей» и олигархов, как Абрамович, Батурина, Дерипаска, Закаев и др.). Экспрессия топонима определяется, с одной стороны, его структурой, включающей топоформант *-град*, обладающий национально-специфичной «славянской» коннотацией (и здесь есть намек на то, что Лондонград стал «главным зарубежным пристанищем для россиян»); с другой стороны, в самом названии

заметки считается аллюзия на рефрен русской народной сказки «Теремок» (*Кто-кто в теремочке живет?*). Применительно к проблемам жизни современного Лондона с его огромным многонациональным населением и привлекательностью для эмигрантов эта аллюзия вызывает мысль об излишней «толерантности» британских властей (ведь, как известно, сказочный теремок не выдержал напора желающих поселиться в нем «гостей» и развалился).

Среди актуальных экспресsem газетного дискурса можно отметить образованные способом сложения типа *почтомат, деньгопровод*. Ср. название заметки «*Бандероль из почтомата*» (о новых устройствах для автоматической выдачи почтовых отправлений), статью В. Гудковой «*Деньгопровод*» с подзаголовком «*Кто “сливает” себе бюджетные миллионы?*» (по поводу обсуждения на парламентских слушаниях законопроекта о Росфинагентстве, которому планируется передать накопленные нефтяные деньги). В этом контексте *деньгопровод* «синонимизируется» со своим прототипом *нефтепровод*, акцентируя оценочную импликацию «нефть – источник доходов не только для государства, но и средство обогащения конкретных лиц в ущерб народному благосостоянию». По словам Оксаны Дмитриевой, д.ф.н., профессора, первого зампреда Комитета Госдумы по бюджету и налогам, «*это очередная схема для увода народных средств*».

Интересен окказионализм, представленный в названии заметки «*Ударники каптруда*»: о сосуществовании советских символов с приметамы рыночной эпохи, возвращении советских реалий в нашу сегодняшнюю жизнь. Легко узнаваемый прототип *ударник (герой) соцтруда* создает эффект восприятия смысла новообразования по принципу ассоциативного наложения [Гридина 1996], совмещая традиционно разнонаправленные идеологические векторы оценки реалий социализма и капитализма.

Из экспрессивных глагольных новообразований разговорного стиля назовем представленное в газетной публицистике слово *кошмарить*. Ср. статью с названием: «*Борьба за землю. Зачем кошмарить фермера?*». Глагол в статье имеет значение «создавать кошмарные, невыносимые условия для развития

фермерских хозяйств», хотя этим его оценочный потенциал не ограничивается. Данное новообразование, мотивированное существительным *кошмар*, имеет широкое значение «применение агрессивных мер устрашения кого-либо, запрета (в том числе законодательного порядка) с целью подавления, пресечения не поощряемой кем-либо инициативы».

4. Использование метафорического кода как способа актуализации оценочных импликатур. Приведем лишь одну иллюстрацию из материалов рассматриваемой нами газеты «АИФ»: **«Мы все равно встанем!»** – название статьи поэта А. Дементьева об актуальности советского лозунга «Все на защиту искусства» в наше время. Стертая метафора *встать на защиту* (кого-л. или чего-л.) в тексте этой газетной публикации получает эмоциональное подкрепление: *«Я бы даже шире сформулировал: все на защиту культуры! На защиту в прямом смысле слова (выделено нами. – Т.Г., Н.К.). Посмотрите, сколько из бюджета выделяется денег на нее. Это позор для России!»*. Прямые императивы (призыв к тому, чтобы возродить культуру) подкрепляются далее метафорическими номинациями иронической тональности: **«Общество туземцев»** (о поколении, переставшем любить свою родину, утратившем чувство патриотизма). Но наиболее полно обыгрывание метафорического смысла заглавия статьи разворачивается в рассуждениях автора по поводу символов, в которых предстает сущность России сознанию современной молодежи. В одном из конкурсов по выбору такого символа победил образ Ваньки-Встаньки: *«мол, нас не завалишь!»*. Читатель задает автору статьи вопрос: *«Как, по-вашему, мы пока еще Ванька-Встанька или центр тяжести у страны сместился и неваляшка все-таки завалится?»* (заметим, что этот вопрос метафорически развивает затронутую в статье тему профанизации культурных ценностей). Ответный комментарий А. Дементьева актуализирует положительный оценочный смысл данной метафорической аналогии – оптимистический взгляд на будущее культурное возрождение России: **«Конечно, Ванька-Встанька! Я верю, что мы все равно встанем»**.

Даже этот краткий обзор креативных практик современного языка газеты убеждает в том, что традиционное для публици-

стического стиля выражение открытой оценки (лозунговость, императивность) уступает место стратегиям оценочного имплицирования с применением стратегий языковой игры. При этом на первый план часто выступает манипулятивная прагматика игры, связанная не только с формированием общественного мнения, но и с активным вовлечением читателя в публицистический диалог.

### ЛИТЕРАТУРА

*Гридина Т.А.* Языковая игра в жанре политприкола // Политическая лингвистика. 2011. № 4(38). С. 47–51.

*Гридина Т.А.* Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

*Гридина Т.А., Коновалова Н.И.* Современный русский язык. Словообразование: теория, алгоритмы анализа, тренинг. – М.: Флинта: Наука, 2007.

*Лингвистика креатива-1:* Коллективная монография / под ред. проф. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург, 2009.

*Лингвистика креатива-2:* Коллективная монография / под ред. проф. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург, 2012.

© Гридина Т.А., Коновалова Н.И., 2013