

Л. М. ЦОНЕВА

(*Великотырновский университет Святых Кирилла и Мефодия,  
г. Велико-Тырново, Болгария*)

## **ИГРА С КЛЮЧЕВЫМИ ИМЕНАМИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

**Аннотация.** В работе рассматриваются некоторые особенности игры с ключевыми именами – именами людей, в первую очередь – политических субъектов, находящихся в центре общественного внимания. Анализируются некоторые формы языковой игры, активные в современных российских СМИ.

**Ключевые слова:** ключевые имена, языковая игра, окказиональные слова, графическая игра

Важный аспект современных лингвистических исследований – изучение слов, называющих самые актуальные для современного общества понятия и находящиеся благодаря этому в фокусе общественного внимания. Определяя такие актуальные слова как ключевые слова, отметим, что это «...такие единицы, которые в определенный отрезок времени приобретают важное значение, отображая общественно значимые понятия, и благодаря своей актуальной семантике становятся сигналами социального времени, источником информации о политической, экономической и культурной жизни общества» [Михайлова, Михайлова 2015: 252]. Так, в разные отрезки времени к ключевым словам относили *перестройка, ваучер, кризис, Крым* и т. д.

Важное место среди ключевых слов занимают собственные имена людей (антропонимы), которые можно определить как ключевые имена [Цонева 2007]. Ключевые имена, как и ключевые слова вообще, «создают своеобразный портрет эпохи, способствуя удовлетворению потребности публицистической речи в выражении социальной оценки явлений и понятий общественной жизни»; их активность тесно связана с социальными переменами, они выполняют «роль ключа для целой группы связанных с ними идей и представлений» [Федотова 2015: 39].

Ключевые имена и прежде всего имена политиков, как и ключевые слова в целом, актуальны для общества в рамках определенного, иногда довольно короткого периода (например, в ситуации выборов, в ситуации экономического кризиса и т. д.). В связи с этим приходится отметить и тот факт, что сама «жизнь» политиков в памяти людей нередко бывает очень короткой. Даже высокочастотные онимы, как подчеркивает В. И. Супрун, забываются, уходят в состав историзмов: «Забылись фамилии Гусака, Хоннекера, Кадара, Живкова, Ярузельского и других лидеров восточноевропейских стран последних лет социализма, как и постепенно уходят в прошлое антропонимы Валенса, Гавел и другие, казалось бы, навечно вписавшие себя в историю как могильщиков социалистического строя» [Супрун 2006: 92].

К основным признакам ключевых слов относятся частотность, текстовое пространство, грамматический потенциал, сочетаемость, онимическое употребление, дефиниции, языковая рефлексия, языковая игра [Шмелева 1993, 2009; Цонева 2007, 2017]. Естественно, не все названные признаки актуальны и для ключевых имен, что обусловлено особенностями антропонимов как класса существительных.

Обратим внимание на одну из самых интересных характеристик ключевых имен, как и ключевых слов вообще – участие в **языковой игре**.

Игра с именами, или **ономастическая** игра, по мнению Т. А. Гридиной, – особая разновидность игры, которая основана «... на актуализации ассоциативного потенциала имени собственного, что достигается при помощи различных приемов его (имени) трансформации и контекстуальной/референтной актуализации. При этом языковая игра активно эксплуатирует именно социокультурный шлейф, который составляет коннотат соответствующего онима» [Гридина 2011: 219].

В медиатексте, который является источником наших наблюдений, ономастическая игра занимает важное место в кругу средств для образно-экспрессивного моделирования содержания.

Важно отметить, что в медиадискурсе очень активно «эксплуатируется» экстралингвистический потенциал собственных

имен, аккумулирующих существенную по объему неязыковую информацию об объекте и его среде, которая при определенных условиях функционирования становится элементом их контекстуального языкового значения [Ратникова 2003: 11].

В то же время “направление” игрового использования имен, т. е. их участие в определенных формах игры, определяется в немалой степени их лингвистическим потенциалом (к которому относятся фонетический облик, структура, лексическая мотивированность, как и сложный комплекс вербальных ассоциаций, нередко разный у разных людей). Например, фамилии некоторых политиков (А. Лебеда, Ю. Чайки и др.) вполне естественно включаются в каламбуры с омонимами-апеллятивами.

Но даже в тех случаях, когда лингвистические особенности выходят на передний план из-за потенциально заложенных в имени условий для игры, в играх с ключевыми именами, при известности референта, можно заметить хотя бы “отголоски” их экстралингвистического потенциала.

Основные формы языковой игры, которые активно «эксплуатируют» антропонимы, в том числе ключевые имена, – графическая игра, окказиональные слова, прецедентные тексты, фразеологические игры, каламбур.

Обратим внимание на одну из этих форм – **графическую игру**, под которой чаще всего понимают выделение слов или их фрагментов различными шрифтами, а также использование в рамках одного слова различных алфавитов и параграфемных средств – символов, знаков, цифр и т. д.

Приведем пример графического гибрида, созданного на базе слова *фейсбук*, в котором выделяется аббревиатура *ФСБ*: *ФСБук* (Нов. газета 23.09.2016); он является заглавием текста о предложениях со стороны ФСБ создать систему расшифровки всего трафика российского интернета.

Отметим, что для обозначения графической игры используются и другие термины (*графический каламбур*, *графиксация*, *графодеривация*, *графическое словообразование*, *графическая гибридизация*), а для единиц, полученных в результате такой игры – термины *графодериваты*, *графические гибриды*, *неологизмы-написания*, *графоны*, *визуальные*

неологизмы, графические окказионализмы и т. д. [Самыличева 2010: 191]. Ср. также термины, данные Т. Алексиевой: *графодериваты, графические гибриды, гибридные слова, полиграфиксаты, визуальные неологизмы, монстры, кентавры, новообразования «кентавроводобного» или поликодового типа, слова-матрешки* и т. д. [Алексиева 2015: 306].

Графическая игра – важная характеристика печатных СМИ последних лет, в которой особенно ярко проявляется креативность языковой личности, стремление к нетрадиционному, необычному.

Активизацию этих средств сегодня можно объяснить не только их экспрессивностью, но и другими причинами – практически неограниченными возможностями современных типографских и компьютерных технологий, конкуренцией электронных СМИ и прежде всего телевидения, где языковые и неязыковые средства экспрессивного моделирования содержания свободно сочетаются и т. д. [Цонева 2000: 151].

С развитием типографской техники в XX веке связывает новые «вольности» (сочетание латинских и русских букв, крупного шрифта и мелкого) и В. З. Санников, хотя «фокусы с оформлением» (фигурные стихи, расчленение словоформы), по его мнению, характерны и для XIX в. [Санников 2005: 16].

Справедливым можно считать сказанное Т. В. Поповой о том, что распространение графических игр связано, кроме всего, с особенностями адресата современных СМИ – это «клиповое мышление, требующее краткости, лаконичности, максимальной экспрессивности и визуализации текста» [Попова 2012: 208].

В ономастической игре, разумеется, востребованы далеко не все разновидности графической игры.

Многочисленны, по нашим наблюдениям, примеры с капитализацией – выделением слов или частей слов иным цветом, шрифтом или размером букв.

Важным здесь оказывается и лингвистический облик антропонимов – например, довольно «удобными» для включения в капитализацию оказываются короткие фамилии *Буш* и *Трамп*.

Обратимся к примерам с ключевым именем *Буш*: ***БУШующий антитеррор*** (Итоги 20.7.2004) – заглавие текста о предложении отложить дату проведения президентских выборов в пользу Д. Буша-младшего; *Джордж еще **ноБУШует*** (Комс.

правда 4.11.2004) – заглавие текста о втором президентском сроке Д. Буша-младшего.

Сюда можно отнести и два примера с новым ключевым именем *Трамп*, появившиеся в разных изданиях почти одновременно, сразу после выборов в США. В них слово *Трамп* выделяется крупным шрифтом в рамках слова *трамплин* в его переносном значении – „исходный пункт для каких-л. действий»: **ТРАМПлин** для народа. Можно ли верить сладким прогнозам социологов? (Арг. и факты 23.11.2016) – заглавие текста о победе Д. Трампа, с которым во многом связаны надежды американского народа на перемены к лучшему; **ТРАМПлин** для пересмотра отношений США с Японией (Нез. газета 18.11.2016) – заглавие текста об отношениях США с азиатскими странами, которые будут зависеть в основном от нового президента.

Особый интерес, на наш взгляд, представляют случаи, когда выделение ключевого имени шрифтом или цветом осложняет и дополняет другие формы языковой игры – чаще всего окказиональные слова или каламбур.

Один из самых частых случаев подобного “сотрудничества” – создание окказионального слова с выделением определенной его части, выраженной антропонимом (или его фрагментом), которая, как правило, выражает новое, актуальное содержание. Функционируя чаще всего в заглавии медиатекста, такие новообразования не только направляют внимание на содержание, но также участвуют в семантической организации текста.

Интерес представляют примеры созданных путем контаминации окказиональных слов с графическим выделением. В таких случаях достигается экономия речевых средств – «...автор, не выходя за рамки формальных границ слова, предъявляет адресату еще одно, существующее в исходном» [Рацибурская, Самыличева, Шумилова 2014: 222].

Некоторые подобные слова можно определить как паронимическую аттракцию. Так, в следующем примере можно найти паронимическое сближение слова *садомазохизм* и окказионального образования из слов *мазохизм* и выделенной крупным шрифтом части слова *Саддам*: **САДДА**мазохизм

(Моск. комсомолец 10.9.2005) – заглавие текста о начале издевательского (по мнению автора) процесса над Саддамом Хусейном, в котором выделенная шрифтом часть направляет внимание на содержание текста, а новое слово настраивает на определенное восприятие этого содержания.

Добавим пример с КИ *Трам*: *Успешная ТРАМПлантация* (Арг. и факты 1.2.2017) – заглавие текста о страстях вокруг выбора нового президента США (определенного как успешная трансплантация).

Приведенные в работе, как и многие другие примеры, позволяют считать, что игры с ключевыми именами можно определить как характерную для медиатекста постоянную тенденцию, воплощающую стремление к экспрессивности, к «зрелищности» выражения содержания.

## ЛИТЕРАТУРА

*Алексиева Т.* О взаимодействии кириллицы и латиницы в письменной коммуникации // Паисиеви четения. Научни трудове. Т. 53, кн.1, сб. А. – Пловдив, 2015.

*Гридина Т. А.* Этносоциокультурный контекст ономастической игры // Политическая лингвистика. №1(35). – Екатеринбург, 2011.

*Михайлова О. А., Михайлова Ю. Н.* Семантические вариации актуальных слов: лексемы экстремизм и терроризм в современном русском языке. // Политическая лингвистика. № 1(51). – Екатеринбург, 2015.

*Попова Т.В.* Современные графо-орфографические игры: коммуникативные удачи и неудачи (на материале графиксатов русского языка рубежа XX-XXI вв. // Лингвистика креатива. Коллективная монография / под общей ред. проф. Т. А. Гридиной. – Екатеринбург, 2012.

*Ратникова И. Э.* Имя собственное: от культурной семантики к языковой. – Минск. 2003.

*Рацибурская Л. В., Самыличева Н. А., Шумилова А. В.* Специфика современного медийного словотворчества // Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст: Коллективная монография. – Н. Новгород, 2014.

*Самыличева Н. А.* Особенности графического словообразования в современных СМИ // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, № 2 (12). Языкознание. – Волгоград, 2010.

*Санников В. З.* Об истории и современном состоянии русской языковой игры // Вопросы языкознания, № 4, 2005.

*Супрун В. И.* Мгновенная ономастическая ситуация // Ономастика Поволжья: Материалы X междунар. конф. – Уфа, 2006.

*Федотова Т. В.* Динамика ключевых имен собственных в аспекте их прецедентности и деонимизации // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, № 4. – Воронеж, 2015.

*Цонева Л.* Езиковата игра в съвременната публицистика. – Велико Търново, 2000.

*Цонева Л.* Ключевые имена времени в публицистическом стиле // Stylistyka XVI. Styl i czas. – Opole, 2007.

*Цонева Л.* Думата криза в медийния дискурс (българско-руски паралели). – Велико Търново, 2012.

*Цонева Л.* Имена и люди. Ключевые имена в медиадискурсе. – Велико-Търново, 2017.

*Шмелева Т. В.* Ключевые слова текущего момента // Collegium. Кн.1. – Киев, 993.

*Шмелева Т. В.* Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. Вып. 2(28). – Екатеринбург, 2009.

©Цонева Л. М., 2018