

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ТЕКСТАХ ОНЛАЙН–ИЗДАНИЯ HUFFINGTON POST

Е.А. Осиповская, аспирант,
Российский Университет дружбы народов
Научный руководитель – И.И. Волкова к. филол. н, доцент

В настоящее время стремительное развитие информационных и коммуникативных технологий открывает новые перспективы для мультимедийной журналистики: самое важное, что произошел переход аудитории из позиции объекта информационного воздействия в положение участника. Это позволяет говорить об обновленном формате медийного общения, который в некоторых случаях можно определить как игровой формат (1).

Новая медиамодель, исповедующая вовлечение вместо трансляции, успешно реализована в американском онлайн–издании The Huffington Post (HP). За короткое время из простого новостного агрегатора с блогами оно превратилось в одно из ведущих средств массовой информации США. HP является площадкой для самовыражения ведущих политиков и бизнесменов.

Попробуем рассмотреть сайт издания в рамках игровой системы координат. С позиции блогера, HP является площадкой для проведения соревнования по получению наибольшего количества комментариев и повышению рейтинга своей пользовательской страницы. Кроме того, здесь в совершенном виде соблюдены главные постулаты игры, выдвинутые культурологом Й. Хейзингой: ограничение в пространстве (ведение блогов и дискуссий только на сайте HP) и времени (опубликовать информацию первыми), строгое следование правилам (премодерация контента – удаление комментариев с нецензурной лексикой;

публикация постов на бесплатной основе). Пользователи, действующие вопреки правилам сайта НР, это нарушители игры, по Хейзинге, шпильбрехеры. Ярким примером шпильбрехеров являются группа блогеров, писавших материалы для НР и обвинивших компанию в том, что те не оплачивают труд фрилансеров, тогда как сами получают финансовую выгоду от размещенных на сайте публикаций. Но суд отклонил иск, заявив, что авторы НР заведомо соглашались на бесплатный труд.

Рассмотрим контент онлайн-издания, фокусируясь на приемах языковой игры. Впервые термин «языковая игра» упоминается в работах Людвиг Витгенштейна как система конвенциональных правил, плюрализм смыслов. В отечественном языкознании данное понятие трактуется как игра с формой речи (2).

Одним из ярких проявлений стиля НР является крупная фотография и броский заголовок, набранный 32-м кеглем. В исследуемых заголовках к статьям НР эффект языковой игры проявляется на разных уровнях языка, но особенно ярко на фонетическом, фразеологическом и графическом. Рассмотрим способы реализации игры последовательно на разных уровнях языка.

Языковая игра на фонетическом уровне создает эффект интеллектуального остроумия. Она всегда сопровождается намеренным искажением слов, что вводит в текст дополнительные коннотации. В посте от 10 октября 2014 года (3), озаглавленном «Will You Pairy Me?» (образованного от устойчивого выражения «will you marry me?» – «ты выйдешь за меня замуж?»), речь идет об инициативе Крэйга Пауэлла, республиканца от штата Юта, ввести в семейный кодекс о брачных отношениях понятие «pairage» («образование пар»), обозначающее брак между двумя индивидуумами одного пола. Шутливый эффект

достигается с помощью созвучия слов «raige» и «marriage» («брак между людьми разного пола»).

Языковая игра на базе созвучия осуществлена в заголовке к статье «CASH CLASH» (4) («наличные деньги», «столкновение»), в которой рассказывается о дебатах между представителями республиканской и демократической партий перед промежуточными выборами в Сенат. Тема о не учтенных официально наличных деньгах, перечисляемые организациями в избирательные фонды, вызвала острую дискуссию среди участников дебатов. Повторение [sh] в заголовке создает некую имитацию звука грохота, столкновения машин («crash»). Данный пример также носит черты окказионализма, созданного на основе повторения слова с изменением первого звука, в результате которого получается своеобразный рифмованный прицеп.

Игра смыслов тесно связана с применением средств параграфематики – графическое выделения текста. Заголовок к статье о взломе сервиса для обмена сообщениями Snapchat и публикации в открытом доступе более 200 000 личных фотографий, напечатан в виде зачеркнутого текста «~~DISAPPEAR~~ -G- 200,000 Snapchat Photos Leaked On 4Chan» (5). Данный способ шрифтового выделения слова «ИСЧЕЗНОВЕНИЕ» призван продемонстрировать, что приложение по обмену фотографиями, которые удаляются после получения, не отвечает предъявляемым требованиям конфиденциальности.

Кроме того, создание эффекта языковой игры присутствует и на фразеологическом уровне. Здесь она представлена в виде обыгрывания устойчивых сочетаний, афоризмов, цитат из известных литературных произведений или фильмов. Примером игры на данном уровне может служить заголовок статьи «ANOTHER ONE BITES THE DUST. Kmart Is The Latest Big Retailer Hit With A Data Breach» (6), где обыграно название известной песни группы

«Queen» «Ещё один повержен в прах», дословно это выражение переводится – «укусить пыль». В статье рассказывается о хакерской атаке на платежную систему сети Kmart, в результате которой злоумышленники завладели номерами кредитных карт клиентов компании. Отметим также присутствие здесь аллюзивной языковой игры, которая является отсылкой на прецедентные тексты – случаи, связанные с компьютерным мошенничеством.

Еще одна статья представляет собой яркий пример языковой игры на фразеологическом уровне – «And 2014's Flip-Flopper of the Year Award Goes to...» (7). Здесь обыгрывается известная фраза, которая произносится на ежегодной премии Американской киноакадемии: «and the Oscar goes to...» («и Оскар вручается...»). Сравнение с международной уважаемой премией еще сильнее актуализирует иронию автора по отношению к награде, описанной в его статье «И звание самого двуличного политика 2014 года получает...». В ней автор рассказывает о конгрессмене–республиканце из Колорадо Кори Гарднере, заслужившего репутацию самого лицемерного политика, меняющего свои убеждения, в зависимости от политической ситуации («Flip-Flopper»).

Таким образом, использование приемов языковой игры в НР следует рассматривать как проявление индивидуального стиля издания. Вовлечение читателя в диалог через игровые коммуникации (в данном случае – лингвистические загадки) можно признать одним из основных способов привлечения внимания, при этом инициируется процесс творческого, креативного взаимодействия.

Литература:

1. Волкова И.И. Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». – 2014. № 1. – С. 105–112
2. Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н. Языковая игра / Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Русская разговорная речь. – М., Наука, 1983. – 345 с.
3. Статья The Huffington Post. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/domenick-scudera/will-you-pairy-me_b_5965904.html?utm_hp_ref=politics&ir=Politics
4. Статья The Huffington Post. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/2014/10/11/iowa-braley-ernst_n_5971390.html
5. Статья The Huffington Post. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/2014/10/10/snapchat-leak_n_5965590.html?utm_hp_ref=technology
6. Статья The Huffington Post. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/2014/10/10/kmart-hack-compromised-customer_n_5968438.html
7. Статья The Huffington Post. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/ben-wikler/and-2014s-flipflopper-of_b_5955252.html?utm_hp_ref=elections-2014