

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Анализ лингвистических подходов к исследованию языковой игры в англоязычной деловой прессе

Илтубаева Анастасия Генриховна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия*

E-mail: nastasian@yandex.ru

По единодушному мнению исследователей-лингвистов, именно язык СМИ стал законодателем языковой моды, «языковым вкусом» (В.Г.Костомаров) современной эпохи. Согласно А.А.Негрышеву, «СМИ образуют сегодня глобальную коммуникативную среду, <...> обладающую специфическими механизмами воздействия на общественное мнение, социальные институты и культуру. Внутри данной дискурсивной среды существует устойчивый «спрос и предложение» на языковую игру (далее — ЯИ) как на один из инструментов массового коммуникативного воздействия» [4]. По выражению С.И.Сметаниной, «вирус» игры проник сегодня «в информационные и аналитические материалы телевидения и печатных СМИ» [3].

Этот факт обуславливает и активный научный интерес к данному явлению. ЯИ стала предметом исследований ряда гуманитарных наук, в том числе и лингвистики. Для современной лингвистики характерно частое использование текстов СМИ в качестве источника языкового материала. Мы рассмотрим англоязычную деловую прессу, обеспечивающую информационные потребности предпринимательства в сфере коммерции и финансов и тем самым являющуюся одним из наиболее влиятельных сегментов системы СМИ (The Economist, The Financial Times, The Wall Street Journal, Forbes etc.).

Среди многообразия вопросов, связанных с ЯИ, особенно актуальным представляется нам вопрос об определении сущности этого явления. В языкознании накоплен огромный опыт описания ЯИ, тем не менее единой общепринятой дефиниции данного термина на сегодняшний день не существует.

Принято считать, что понятие «ЯИ» было введено в употребление австрийским философом Л.Витгенштейном. В качестве предмета изучения многих гуманитарных наук ЯИ стала благодаря Й.Хейзинга, автору фундаментального исследования игры, который показал ее тесную связь с культурой. В отечественном языкознании термин «ЯИ» вошел в научный обиход в 80-ых гг. после публикации работы Е.А.Земской, М.В.Китайгородской, Н.Н.Розановой. Весомый вклад в изучение данного феномена внесли также труды Т.А.Гридиной, В.З.Санникова, С.В.Ильясовой и др.

На сегодняшний день в лингвистике сложилось довольно много подходов к исследованию ЯИ, в рамках которых предлагаются различные трактовки данного термина. Рассмотрим общепризнанные взгляды, формирующие классическое представление о ЯИ.

Традиционно ЯИ лингвисты приравнивают к одному из ее видов — языковой шутке. В.З.Санников выделяет следующие виды языковой шутки: каламбур и паронимазия, в которых превалирует формальная сторона, а также абсурд, парадокс и ирония, в которых, напротив, доминирует игра со смыслом [2]. Основной функцией языковой шутки является создание комичности.

Согласно семантическому подходу, ЯИ есть сознательный лингвистический эксперимент, имеющий установку на познание семантики и потенциала языковых элементов. В этой связи можно отметить такие языковые средства, участвующие в ЯИ, как «незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и др.)» [1].

Нормативный подход рассматривает ЯИ как осознанное нарушение нормы. «Языковая игра — это некоторая языковая неправильность (или необычность), <...> осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая. При этом слушающий (читающий) также должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность» [5].

В русле функционального подхода ЯИ понимается как «вид непродуктивной деятельности, мотив которой заключен не в ее результатах, а в самом процессе». ЯИ может выполнять различные функции: эстетическую, комическую, экспрессивную и др. В СМИ языковая игра в первую очередь выполняет функцию воздействия.

Структурный подход показывает, что ЯИ — это явление, которое реализуется разноуровневыми языковыми средствами (фонетическими, лексико-фразеологическими, семантическими, стилистическими и т.д.).

Принимая во внимание упомянутые выше суждения, мы считаем, что в рамках антропоцентрической парадигмы современной лингвистики наиболее актуально рассмотрение коммуникативно-прагматического подхода к определению ЯИ. Антропоцентрическая парадигма выводит на первое место человека, язык как возможность реализации его личностного начала (Э.Бенвенист) и взаимодействие отправителя и получателя сообщения.

Так, с позиций данной парадигмы многие ученые (Т.А.Гридина, Г.Ф.Рахимкулова, Ю.О.Нестерова и др.) отмечают, что ЯИ не только отражение лингвокреативных способностей автора, но и естественный способ его общения с читателем. Деловая пресса изобилует игровыми элементами, поскольку ЯИ в ней нацелена на установление контакта и поддержание коммуникации с конкретной читательской аудиторией — высокообразованной частью общества, профессиональная деятельность которой обращена к коммерческой и финансовой информации. При этом прагматическую установку воздействия на интеллектуальную и эмоциональную сферу читателя ЯИ эффективно реализует в случае коммуникативного равенства автора и читателя, когда совпадают их психологические, мотивационные, когнитивные и культурные компоненты. Помимо этого, ЯИ превалирует в англоязычной прессе еще и потому, что формообразующие и знаковые возможности английского языка удобны для создания игровой энергетики текста.

Таким образом, сложность и многоплановость ЯИ привели к тому, что сегодня существуют разнообразные подходы к ее описанию. Учитывая традиционные взгляды на определение сущности данного явления, следует отметить имеющиеся исследования ЯИ в коммуникативно-прагматическом аспекте, ключевом в современной лингвистике. ЯИ — один из видов мыслительной деятельности, в которой активное участие принимают как автор, так и читатель. Предполагаемый эффект от ЯИ будет достигнут только в том случае, когда посыл автора, заключенный в языковой загадке с игровым элементом, будет разгадан и понят читателем.

Литература

1. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / Отв. ред. Е.А. Земская. М., 1983. С. 172-214.
2. Санников В.З. Об истории и современном состоянии русской языковой игры // ВЯ. 2005. №4. С.3-20.
3. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. С.179.
4. Негрышев А.А. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей). Выпуск 05/2006: www.myluni.ru/journal/clauses/98/
5. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999.: <http://rus.1september.ru/article.php?ID=200101204>