

ЮНЯЗОВ Р.Ю., ДЕМЕНТЬЕВА К.В.

**ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ КАЛАМБУРНЫХ ЗАГОЛОВКОВ
В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ**

Аннотация. В статье рассматриваются этимология слова «каламбур», функции данного литературного приема в газетном заголовке. Авторы анализируют особенности подачи каламбурных заголовков на примере еженедельной газеты «Столица С».

Ключевые слова: еженедельник, заголовок, игра слов, каламбур, прецедентные тексты, привлечение внимания, языковая игра.

YUNYAZOV R.Y., DEMENTIEVA K.V.

**FEATURES OF PUNNING HEADLINE PRESENTATION
IN MODERN MEDIA TEXTS**

Abstract. The article considers the etymology of the word "pun", the functions of this literary device in a newspaper headline. The authors analyze the features of punning headline presentation (a study of the weekly newspaper Stolitsa S).

Keywords: weekly, title, pun, play on words, precedent texts, attracting attention, language game.

Происхождение слова «каламбур» до сих пор не выяснено до конца. Исторически существовали разные варианты его написания, самые известные из которых *calambour* и *calembourg*. Есть несколько версий возникновения этого термина. Первая – связана с названием немецкого города Калемберга, где во времена Лютера жил немецкий пастор Вейганд фон Тебен, получивший знаменитость благодаря своим шуткам. По другим источникам, происхождение слова связано с именем графа Калемберга из Вестфалии или аптекаря Каланбура, жившего в Париже. Существует еще одно предположение, согласно которому слово «каламбур» произошло от итальянского выражения «*calamo burlare*» – шутить пером. Еще одним возможным автором термина является французский драматург Фюзелье, живший в XVIII столетии. Он был частым гостем у главного сборщика податей Марселя – большого любителя песен и веселья. Из всех его друзей творческим талантом был обделен только аббат по имени Шерье, ничего непонимающий в написании стихов и подбирающий поэтому первые попавшиеся рифмовавшиеся слова. Данное явление драматург и назвал «каламбуром».

Каламбур активно развивался, переходя из литературы (А. С. Пушкин) в агитацию (В. В. Маяковский). В последние два десятилетия каламбур особенно вошел в моду и применяется для привлечения внимания, в том числе, и в названиях медийных текстов.

Практически на страницах каждого уважаемого издания можно встретить игру слов. Благодаря умелому использованию журналистами различных созвучий, частичных и полных омонимов, видоизмененных устойчивых лексических оборотов и других языковых феноменов достигается комический эффект.

Заголовок газеты, являясь структурным компонентом статьи, может выполнять различные функции. Но если он содержит в себе элементы языковой игры, то эффект от восприятия заметно усиливается. У каламбура выделяется несколько функций. Во-первых, разрушающая сила смеха, которая является одним из мощнейших оружий для привлечения внимания читателей. Именно это и отличает каламбур от других видов языковой игры. Вторая чрезвычайно важная функция – языкотворческая. По этому поводу очень точно высказался З. Фрейд: «Какую экономию выгадывает остроумие благодаря своей технике? Произнесение нескольких новых слов, которые можно было в большинстве случаев найти без труда. Вместо этого острота из кожи лезет вон, чтобы найти одно слово, сразу покрывающее смысл обеих мыслей» [2, с. 45.]. Третьей важной функцией является развитие мышления, причем как у автора каламбура, так и у его читателя.

Стоит отметить еще ряд функций. Это «скрытый» смысл и авторское отношение к описываемому событию или человеку. Не секрет, что языковая игра может содержать положительный и отрицательный эффект. Каламбур позволяет замаскировать намеки на физиологические особенности и способствует введению важной аналогии.

Рассмотрим особенности подачи каламбурных заголовков на примере материалов газеты «Столица С». Издание является крупнейшим общественно-политическим еженедельником Мордовии. Сейчас его тираж составляет около 30 тысяч, но в середине 90-х он достигал 58 тысяч экземпляров. Газета издается с 1992 года и с первого номера проявила себя самым независимым СМИ республики. Основными принципами еженедельника стали яркая подача информации и отсутствие «партийной принадлежности». Поэтому серьезная работа с заголовками велась с первого дня существования издания и продолжается до сих пор. Несмотря на репутацию криминальной газеты, «Столица С» на своих страницах в равной мере уделяет место политике, спорту, общественным вопросам, образованию, развлечениям и интервью со знаменитыми людьми. Каламбуры можно встретить в каждом номере. Они удачно сочетаются с другими названиями материалов в виде цитат или обычных фраз, которые сами по себе являются сенсационными.

Изучив различные виды языковой игры, мы определились в каком ключе следует рассматривать заголовки еженедельника «Столица С». Выбор был сделан в пользу классификации С. А. Мироненко [1, с. 36–38], которая больше остальных подходит для анализа каламбура в заголовках газеты. Она является простой, удобной и отражает суть

специфики создания и применения данного вида языковой игры. В каждой группе мы будем рассматривать конкретные примеры заголовков, с помощью них определим целесообразность использования приемов языковой игры и проследим, какие типы используются чаще. Классификация С. А. Мироненко включает три разновидности каламбуров:

1. *Омонимия* – совпадение фонетики и графики выражаемых сторон. Здесь наглядно выделяется одна из частей слова или словосочетания. Например, материал о трехкратном чемпионе лондонских Паралимпийских игр в беге на дистанциях 100, 200 и 400 метров Евгении Швецове называется «ЕВгений бега» [7]. Здесь графически выделена часть «гений бега», символизирующая заслуги и успехи спортсмена.

2. *Омофония* – как и в омонимии совпадает фонетика, но графическое оформление отличается. Ярким примером данного типа языковой игры является заголовок «абСАЛЮТный слух». В данном медиатексте говорится о том, где лучше в преддверии Нового года покупать пиротехнические изделия [3]. В устойчивом словосочетании «Абсолютный слух» изменили одну букву, поэтому внутри образовалось слово «салют», ориентирующее читателей на тему фейерверков, хлопушек и петард.

3. *Использование прецедентных текстов* является самым распространенным видом каламбура в заголовках газетных текстов по классификации С. А. Мироненко и представляет собой законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности. Они хорошо знакомы любому члену лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу которого входит вариант его восприятия. К таким выражениям человек многократно обращается в процессе коммуникации. Прецедентным текстом может быть и имя собственное известной личности, персонажа какого-либо литературного произведения, киногероя, название фильма или фразеологизм. За каждым из них стоит своя уникальная система ассоциаций, вызываемых в сознании носителей языка. Это и придает силу данному каламбуру. Изменяя прецедентный текст, автор сохраняет старый смысл и одновременно с этим добавляет новый, причем структура привычного высказывания сохраняется. Такое перефразирование привлекает внимание читателей своей оригинальностью. Конкретным примером служит заголовок «Крапленный вуз» [9]. Это материал о списке неэффективных учебных заведений, составленном Министерством образования России, куда попали три заведения из Мордовии, в том числе Педагогический институт им. М. Е. Евсевьева. Здесь заголовок составлен по аналогии с известным словосочетанием «крапленный туз», где частично сохранен смысл исходного выражения. Еще одним примером использования прецедентного текста является заголовок «Губит людей не Иво» в материале о переезде в Мордовию лучшего тренера мира по велоспорту-ВМХ латвийца Иво Лакуча [10]. В данном

случае за основу создания каламбура журналист взял выражение «Губит людей не имя». Сходный прием используется и при образовании следующего заголовка в материале об участившихся в Мордовии случаях заражения ВИЧ половым путем «Вичный „рекорд“» [5].

Приведем еще несколько примеров ярких каламбурных заголовков с преобразованием прецедентных текстов. «Тело техники» – материал о первом в истории Мордовии соревновании роботов [14]. Исходным выражением является выражение «дело техники», которое и само могло бы претендовать на роль заголовка. Здесь наглядно показано соединение двух смыслов в одном каламбуре. «Судебный диск» – текст о положительной допинг-пробе серебряного призера лондонской олимпиады в метании диска Дарьи Пищальниковой и предстоящему в связи с этим судебному разбирательству [12]. Успех этому каламбуру обеспечивает созвучие слов «диск» и «иск». «Усадьбный переполох» – материал о разрушающейся усадьбе Араповых в Ковылкинском районе, которая входит в список культурных памятников России [15]. Комический эффект данной языковой игре придает использование в качестве прецедентного текста словосочетания «свадебный переполох». «„Стартовый“ капитал» – материал о пойманном с поличным охраннике стадиона «Старт», который занимался спекуляцией на продажах билетов футбольных матчей [11]. Название главной спортивной арены Саранска позволяет вынести в заголовок словосочетание, даже не изменяя его. «Шесть имеем!» – текст о том, что к чемпионату мира по футболу 2018 года от Москвы до Саранска будет пущен «Сапсан», время пути которого составит 6 часов 30 минут [16]. «Застуженные мастера спорта» – материал о невозможности проведения матчей чемпионата России по футболу зимой из-за тяжелых погодных условий [8]. «Никто не забит» – статья о насущной проблеме в селе Кочетовка Инсарского района, где до сих пор не могут на местной мемориальной доске выбить имена двухсот уроженцев этого населенного пункта, погибших в Великой отечественной войне [10]. В этом случае каламбур строится на самом известном изречении о войне – «никто не забит, ничто не забыто», поэтому становится очевидным сохранение в заголовке исходного смысла и дополнение его новым. «Сукин Ын» – интервью со свидетелем конфликта между Северной и Южной Кореей и рассказ о заявлении лидера КНДР Ким Чен Ына с угрозой применить ядерное оружие [13]. Данный каламбур, образованный на основе фразеологизма «сукин сын», наглядно показывает авторское отношение к данному событию. «Ялга-Холод» – материал повествует о закрытии саранского комбината мороженого «Ялга-Холод» [17]. Здесь в качестве прецедентного текста взято название предприятия. «В бой идут одни старики» – текст о супружеской паре пенсионеров, которые выступают резко против открытия в их доме детского кафе [4]. Это яркий пример присутствия в заголовке названия известного фильма.

Проанализировав каламбурные заголовки в газете «Столица С», мы пришли к выводу, что использование прецедентных текстов для создания экспрессии является самым эффективным способом привлечения читательского внимания. Поэтому именно этот прием получил наибольшее распространение в современной публицистике и встречается гораздо чаще, нежели омонимия и омофония. Сейчас, когда почти все тексты в газетах носят информационный характер, только ироничная манера заголовка и подача материала позволяет привлекать внимание читателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мироненко С. А. Выразительные возможности игры слов в русском и немецком языках (сопоставительный аспект): Дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2006. – 172 с.
2. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. – М.: АСТ, 2006. – 480 с.
3. Юнязов Р. абСАЛЮТный слух // Столица С. – 11.12.2012.
4. Юнязов Р. В бой идут одни старики // Столица С. – 22.11.2011.
5. Юнязов Р. Вичный «рекорд» // Столица С. – 24.07.2012.
6. Юнязов Р. Губит людей не Иво // Столица С. – 26.02.2013.
7. Юнязов Р. Евгений бега // Столица С. – 16.09.2012.
8. Юнязов Р. Застуженные мастера спорта // Столица С. – 30.10.2012.
9. Юнязов Р. Крапленый вуз // Столица С. – 27.11.2012.
10. Юнязов Р. Никто не забит // Столица С. – 28.08.2012.
11. Юнязов Р. «Стартовый капитал» // Столица С. – 04.09.2012.
12. Юнязов Р. Судебный диск // Столица С. – 27.11.2012.
13. Юнязов Р. Сукин Ын // Столица С. – 16.04.2013.
14. Юнязов Р. Тело техники // Столица С. – 15.01.2013.
15. Юнязов Р. Усадебный переполох // Столица С. – 11.12.2012.
16. Юнязов Р. Шесть имеем // Столица С. – 23.10.2012.
17. Юнязов Р. Ялга-Голод // Столица С. – 07.08.2012.