

Научная статья

УДК 81'42

DOI 10.25205/2307-1737-2021-2-107-122

**Гибридизация (лингво)креатем
в англо- и русскоязычных медиа (на материале текстов
о событиях актуальной российской политики)**

Екатерина Сергеевна Шмелева

Московский государственный лингвистический университет

Москва, Россия

katherineshm@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0001-9122-9115>

Аннотация

Статья представляет результаты исследования гибридизации (лингво)креатем на материале 500 текстов англо- и русскоязычной прессы (за 2000–2020 гг.), посвященных вопросам российской политики мирового значения. Установлено, что гибридизация в медиадискурсе может носить уровневый, межуровневый и межсемиотический характер. Отмечается, что гибридное «сращение» (лингво)креатем, наряду с другими средствами языка, формирует авторский метадискурс. Делается вывод о том, что с прагматической точки зрения гибридизация (лингво)креатем не только выполняет апеллятивную функцию посредством привлечения читательского внимания, но также выступает инструментом для выражения авторской оценки, что свидетельствует о ее широком манипулятивном потенциале.

Ключевые слова

лингвокреативность, (лингво)креатема, метадискурс, медийный дискурс

Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00040) в Институте языкознания РАН

Для цитирования

Шмелева Е. С. Гибридизация (лингво)креатем в англо- и русскоязычных медиа (на материале текстов о событиях актуальной российской политики) // Критика и семиотика. 2021. № 2. С. 107–122. DOI 10.25205/2307-1737-2021-2-107-122

© Шмелева Е. С., 2021

Hybridization of Linguacreative Items in English- and Russian-Language Media (Based on Articles Addressing Events of Current Russian Politics)

Ekaterina S. Shmeleva

Moscow State Linguistic University
Moscow, Russian Federation
katherineshm@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0001-9122-9115>

Abstract

The article carries the findings of a study into the phenomenon of linguistic creativity, namely, the hybridization of linguacreative items in current English- and Russian-language press articles (over the years 2000–2020), looking at issues in Russian politics that have global significance. Thus, proceeding from the study of 500 press articles, three important components of modern media discourse have been identified and analysed: ideological (the study of current events in Russian politics), linguistic (linguacreative form of presenting material on the chosen topic) and pragmatic (the respective attitude of the author). It is hence concluded that hybridization of linguacreative items in media discourse can be same-level (i.e. actualized at the same language layer), cross-level (i.e. based on interaction of linguacreative items at different language levels), and cross-semiotic (i.e. employed in different semiotic systems, e.g. textual and graphic). It is noted that hybrid interaction of linguacreative items, along with other language means identified in the same writing, forms the author's metadiscourse. It is concluded that, from the point of view of pragmatics, hybridization of linguacreative items makes media articles eye-catching and attracts the reader's attention, simultaneously expressing authorial evaluation, which also testifies to its significant manipulative potential.

Keywords

linguistic creativity, linguacreative item, metadiscourse, media discourse

Acknowledgements

The research is funded by grant no. 19-18-00040 of the Russian Science Foundation and is carried out at the Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences

For citation

Shmeleva E. S. Hybridization of Linguacreative Items in English- and Russian-Language Media (Based on Articles Addressing Events of Current Russian Politics). *Critique and Semiotics*, 2021, no. 2, pp. 107–122. (in Russ.) DOI 10.25205/2307-1737-2021-2-107-122

Как известно, современные медиа, в первую очередь пресса, находятся в условиях достаточно жесткой конкуренции за читательское внимание с интернет-изданиями. В сложившейся ситуации одним из инструментов завоевания читательской аудитории за счет реализации установки на оригинальность подачи материала является лингвокреативность. Изучению особенностей ее реализации, касающихся в частности гибридных форм взаимодействия ее языковых манифестаций (т. е. (лингво)креатив) в рамках медийного дискурса качественной прессы на русском и английском языках, посвящена наша работа.

Материалом исследования послужили 500 статей из актуальных англо- и русскоязычных газет и журналов, которые освещают различные аспекты российской политики и дают возможность сформировать представление об отношении англоязычных и отечественных СМИ к политическим фигурам и явлениям в России, а также о формах его выражения. Очевидно, что в русскоязычной и, в особенности, в англоязычной прессе освещаются лишь наиболее резонансные события текущей политической жизни в стране, и их представление медийными изданиями может носить манипулятивный характер, что заслуживает внимания исследователей. Отобранный материал был изучен на предмет наличия в нем различных манифестаций лингвокреативности, которые могли бы способствовать достижению обозначенной цели ввиду неконвенционального характера их реализации. Мы поставили перед собой задачу выявить и соотнести три компонента современного медийного дискурса на русском и английском языках: идеологический (на примере актуальных явлений российской политики), языковой (лингвокреативная форма представления материала по выбранной тематике) и прагматический (соответствующая установка автора). Для начала остановимся на ключевых терминах, применяемых в рамках нашего исследования.

Под лингвокреативностью, вслед за И. В. Зыковой, мы понимаем «способность глубинных (концептуальных) оснований (как результатов познания мира), системно порождать разнородные знаки языка, способствуя развитию или эволюционированию последнего, и обеспечивать процесс их коммуникативной адаптации к построению прагматически ориентированного дискурса, в ходе которого базовые формы языковых знаков могут подвергаться разного рода преобразованиям, т. е. модифицируются» [Зыкова, 2017, с. 638]. Продуктом лингвокреативности мы считаем (лингво)креативы. Данный термин впервые был введен в обиход Г. А. Копниной и А. В. Сковородниковым и предлагался для «обозначения языковых /

речевых единиц, рождающихся в результате творческой речевой деятельности» [Копнина, Сквородников, 2014, с. 101]. Таким образом, в нашем понимании, лингвокреатемы представляют собой преобразованные базовые языковые формы, которые, функционируя на различных уровнях языка, адаптируются к конкретному дискурсу в соответствии с коммуникативной задачей автора.

Важным наблюдением в рамках нашей статьи стало то, что в рамках одного и того же микроконтекста могут содержаться множественные элементы лингвокреативности как на одном уровне языка (к примеру, конвергенция стилистических приемов), так и на разных языковых уровнях (например, фонологическая креативность в сочетании с лексической) и даже в разных семиотических системах (когда языковая креативность, к примеру, поддерживается сопутствующей графической информацией). Такой характер совместной реализации (лингво)креатем в рамках одного языкового уровня, на разных уровнях языка и в разных семиотических системах мы соотносим с понятием гибридации.

Термин «гибридизация» изначально (подобно многим другим лингвистическим терминам, скажем, понятию конвергенции) использовался в области биологических исследований. Впоследствии термин был заимствован лингвистикой для описания процесса смещения или скрещивания языков, как это произошло, к примеру, с языками идиш или африкаанс. Впоследствии О. К. Ирисханова и Е. А. Ивашко экстраполировали понятие гибридации на область функционирования языка, отмечая, что, подобно тому, как «гибридное скрещивание [в биологии] <...> приводит к возникновению объектов с качественно новыми свойствами», «применительно к языковым единицам это означает <...> обогащение семантики гибридных единиц, их способность образовывать открытые классы с размытыми границами и расширение диапазона выполняемых ими коммуникативных функций» [Языковое творчество..., 2011, с. 58–59].

Мы, в свою очередь, также считаем возможным связать понятие гибридации с лингвокреативной деятельностью для указания на совместный характер функционирования (лингво)креатем разного порядка в одном микроконтексте. Здесь следует упомянуть работу И. В. Зыковой и М. И. Киосе, в которой проводилось изучение синхронизации установленных в работе параметров лингвокреативности, позволившее выявить специфику «совместной (одновременной) активизации и взаимодействия нескольких релевантных с креативной точки зрения языковых явлений, которые непосредственным образом влияют на реализацию лингвокреативного потенциала

и степень его (т. е. потенциала) проявления» в кинодискурсе и дискурсе детской литературы [Зыкова, Киосе, 2020, с. 30]. Развивая эту линию исследования, гибридизацию, по нашему мнению, можно рассматривать как одну из разновидностей синхронной активизации и взаимодействия лингвокреативных явлений, следствием которых является формирование лингвокреативного «гибрида». Обратим особое внимание на то, что явление гибридизации предполагает не только взаимодействие лингвокреативных явлений, но прежде всего значительную степень взаимопроникновения лингвокреативных явлений, в результате которого создается оригинальная целостная языковая форма.

Важным наблюдением стало также то, что гибридные (лингво)креативы, зафиксированные в микроконтексте той или иной статьи, имеют стойкую тенденцию к дальнейшей повторной реализации в тексте, тем самым формируя своеобразный метадискурс статьи. В нашем понимании метадискурса мы следуем концепции, принятой в современной когнитивно-дискурсивной парадигме. Данное понятие изучалось Е. Г. Беляевской на примере нарратива и включало всё, что касается «авторской интонации, подбора слов, композиционной аранжировки передаваемой дискурсом информации, выделяемых смысловых доминант» и т. д. [Беляевская, 2014, с. 19]. Представляется, что понятие метадискурса применимо и к медийным статьям, а гибридное сочетание тех или иных (лингво)креативов и их взаимообусловленная поступательная реализация, наряду с выделенными Е. Г. Беляевской явлениями, могут лежать в основе формирования авторского метадискурса медиа.

Гибридизация (лингво)креатив: типология *Одноуровневая гибридизация лингвокреатив*

Наиболее простым, условно говоря, случаем гибридизации лингвокреативов, по нашему мнению, является их взаимодействие в рамках одного уровня языка. В частности, как показало исследование, одним из наиболее продуктивных проявлений гибридной лингвокреативности в англоязычной прессе является лингвокреативность на уровне стилистики, которая предполагает гибридизацию стилистических приемов в медийных текстах, т. е. реализацию авторами стилистических конвергенций.

Основоположник теории стилистических конвергенций М. Риффатер понимал под данным термином «скопление в одном месте нескольких независимых стилистических приемов» [1980, с. 88]. Впоследствии данное М. Риффатером определение было существенно расширено, и уже

И. В. Арнольд определял это явление как «схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в единой стилистической функции» [1974, с. 47], тем самым подчеркивая единую прагматическую направленность приемов в составе стилистической конвергенции. Мы разделяем высказанные точки зрения и считаем, что в основе стилистической конвергенции приемов лежит их формальное и смысловое единство, которое, как показало исследование отобранного языкового материала, можно наблюдать не только в рамках конкретного микроконтекста, но и на протяжении всей статьи. Поясним наши утверждения примером.

Случай стилистической конвергенции, представляющей собой одноуровневый тип гибридизации лингвокреативом, был выявлен нами в заголовке статьи из *The Guardian* от 15 января 2020 года «*Dmitry Medvedev: the rise and fall of the Robin to Putin's Batman*», которая посвящена отставке Д. А. Медведева. Данная стилистическая конвергенция строится на базе антитезы (взлет и падение), а также аллюзивного указания на супергероя Бэтмена и его напарника Робина, что одновременно является метафорическим обозначением политического тандема В. В. Путина и Д. А. Медведева. Интересно, что стилистические приемы, заявленные в заголовке, впоследствии актуализируются и в тексте самой статьи: «Another confidential US dispatch describes him as *playing "Robin to Putin's Batman"*» (аллюзия и метафора), ввиду чего модель гибридной лингвокреативности, заложенная на стилистическом уровне в заголовке, получает дальнейшее развитие в полнотекстовом варианте статьи уже на уровне метадискурса.

Следует отметить, что сопоставительный анализ русскоязычного медийного дискурса по выбранной проблематике выявил значительно большее число статей, которые характеризуются гибридизацией манифестаций лингвокреативности на одном уровне языка – причем наиболее частотными оказались случаи именно на уровне стилистики. По полученным данным, случаи синхронного взаимодействия стилистических приемов в русскоязычных медиа в наибольшем количестве наблюдаются в такой важной структурной части статьи, как заголовок. Причина этой тенденции вполне ясна: как пишет видный исследователь в сфере медиалингвистики и журналистики М. Холл: «в газете автор может <...> положиться на заголовок в деле привлечения читательского внимания» («the newspaper writer can <...> rely on the headline to grab the reader's eye» [Hall, 1978, с. 50]). Интересно, что стилистические приемы, входящие в состав конвергенций на уровне заголовка, далее также демонстрируют тенденцию к повторной

реализации в последующем тексте, т. е. функционируют в рамках метади-скурса статьи.

Наиболее продуктивная модель взаимодействия лингвокреатива одного уровня была зафиксирована в 25 % статей и, по нашим наблюдениям, реализуется в газетных заголовках на основе стилистической конвергенции приемов аллюзии и игры слов. Отметим, что стилистический троп игры слов мы, вслед за И. Р. Гальпериным [1958, с. 153], склонны отличать от каламбура, считая, что в его основе лежит не полисемия, как в случае с каламбуром, а взаимодействие «пары совпадающих или схожих по форме единиц», соответственно, «под данную категорию подпадают как омофоны, омографы, омоформы и паронимы, т. е. единицы, которые демонстрируют неполное совпадение формы, так и омонимы, чья языковая форма совпадает полностью» [Шмелева, 2019, с. 20].

Примеры реализации выявленной модели одноуровневой гибридизации лингвокреатива можно, в частности, наблюдать в заголовках следующих статей из газетного издания «Коммерсантъ» (выделены жирным шрифтом, далее через двоеточие приводятся соответствующие подзаголовки, раскрывающие суть последующего текста): «**Серб наш насущный**: как Владимир Путин хлопотал о благополучии Сербии в Бочаровом Ручье» (заголовок содержит отсылку к строке из христианской молитвы «Отче наш»: «хлеб наш насущный даждь нам днесь» – Мф. 6:9–13); «**Суровый бой вели ледовые дружины**: почему Владимир Путин не стал бить решающий буллит в предновогоднем матче» (указание на строку из песни на слова С. Гребенникова и Н. Добронравова «Трус не играет в хоккей»: «Суровый бой ведет ледовая дружина»); «**Крым победы раздавайся**: Владимир Путин отметил воссоединение полуострова с Россией возможностью голосования на дому» (указание на строку из неофициального русского национального гимна конца XVIII – начала XIX столетия «Гром победы, раздавайся!»). Примечательно, что во всех установленных нами случаях гибридизации аллюзии и игры слов в заголовках русскоязычной прессы стилистический прием игры слов строится именно на основании паронимии, т. е. подобии языковых единиц, одна из которых является частью аллюзивной отсылки и не вербализуется в статье, а другая присутствует в тексте и демонстрирует формальное сходство с первой. Это объясняется фиксированной формой компонентов в составе аллюзии, которая, вероятно, и определяет сложность поиска полностью омонимичных единиц.

Межуровневая гибридизация лингвокреатива

В рамках исследования англоязычных медийных текстов нами были отмечены многочисленные случаи межуровневой гибридизации, т. е. реализации лингвокреативности на разных уровнях языка, а также выявлены определенные закономерности в отношении формирования контекстов реализации подобной межуровневой лингвокреативности. В частности, как показало исследование, словообразовательные и фонологические лингвокреативы демонстрируют стойкую тенденцию к синхронному использованию с лингвокреативами других уровней языка.

Пример межуровневой гибридизации можно наблюдать в статье из журнала *The Economist*, озаглавленной «*I'm an oligarch*». Статья была опубликована 13 июля 2000 г., т. е. вскоре после избрания В. В. Путина главой государства, и посвящена рассмотрению вопроса взаимоотношений между президентом и российской олигархией. Уже заголовок представленной статьи указывает не только на ее тематику (олигархия), но и несет явную негативную оценку. В данном случае единица *oligaarch* образована путем блендового словосложения существительного *oligarch* и междометия *aargh*, которое в текущем контексте указывает не только на негативное отношение к олигархам в российском обществе, но и на те меры, которые В. В. Путин обещал предпринять для борьбы с их засильем. В рассматриваемом примере в процессе блендинга происходит объединение элементов на базе их подобия, при этом процесс словообразования, используя терминологию Н. А. Лавровой, носит «осколочный» характер совмещенных элементов [Лаврова, 2011, с. 91]. Словообразовательная лингвокреативность на базе блендинга в данном случае служит основой для креативности уже стилистического порядка, поскольку омофоны *oligarch* и *oligaarch* формируют игру слов.

Интересным представляется и тот факт, что на протяжении статьи автор отдает предпочтение в использовании именно единице *oligarch* (5 раз), а не синонимичным понятиям *tycoon* (1 раз) или *magnate* (1 раз), что, по нашему мнению, не случайно и обусловлено звуковой формой слова и наличием в нем сонанта *r*. Таким образом, лингвокреативность на уровне словообразования и лексики также подкрепляется креативностью на фонологическом уровне языка. Многочисленные случаи аллитерации, построенные на употреблении слов с этим согласным звуком, активируют соответствующий звуковой фрейм на уровне метадискурса статьи, указывая на эмоцию раздражения и неприятия российским обществом олигархов:

Russia's new rulers; rules of happier and richer countries; Russia's most powerful companies; protect their privileges; orderly and prosperous Russia; under regular police interrogation. Отметим, что вслед за Е. Г. Беляевской мы трактуем явление звукового фрейма как концептуальную структуру, репрезентирующую «данные о некотором звуке и сопряженных с этим звуком ассоциациях и реакциях получателя информации» [Беляевская, 2014, с. 17].

Схожие результаты в отношении межуровневой гибридации лингвокреатива были получены и в ходе анализа языкового материала русскоязычной прессы. По нашим данным, в русскоязычных изданиях, как и в англоязычных СМИ, словообразовательные лингвокреативы, как правило, не выступают изолированно и служат основой для реализации креативности на другом уровне, что зачастую влечет за собой последующую межуровневую гибридацию. Так, в 23 % проанализированных статей была выделена чрезвычайно продуктивная модель формирования стилистического приема игры слов (стилистическая лингвокреативность) на базе единиц, сформированных с применением различных способов словообразования (словообразовательная лингвокреативность). Модель была зафиксирована в следующих заголовках статей из издания «Коммерсантъ» (выделены жирным шрифтом, далее через двоеточие приводятся подзаголовки): «**Глубинноуважаемый**: Как и зачем Владимир Путин уходил на дно» (имеется в виду спуск на дно Балтийского залива к останкам подводной лодки. – Е. Ш.); «**Запарижская сечь**: Как Владимир Путин и Эмманюэль Макрон отдохнули на Лазурном берегу»; «**Уран-патриотические настроения**: Владимиру Путину рассказали о том, как и куда рванула атомная отрасль во время пандемии»; «**Коронавирус и Коронабелорус**: как Александр Лукашенко обращал на себя внимание Владимира Путина и в это непростое время» и др. Впрочем, как показал анализ исследовательского материала, в русском языке, в отличие от английского, креативность на уровне словообразования, как правило, ограничивается заголовком и не получает развития в последующем тексте статьи.

Межсемиотическая гибридация креатив

Сочетание текстовой и графической информации, т. е. информации из разных семиотических систем, в целом характерно для дискурса современных медиа. Более того, именно креолизованная природа медийных текстов, по нашему мнению, отличает их, к примеру, от текстов художественной или публицистической направленности. В нашем понимании крео-

лизованных текстов (иначе называемых Г. В. Ейгером и В. Л. Юхтом «поликодовыми» [1974, с. 107]) мы следуем определению Ю. А. Сорокина и Е. Ф. Тарасова: это «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов, 1990, с. 181].

Как было установлено в рамках нашего исследования, тексты англоязычной прессы, посвященные текущей политической проблематике в России, довольно часто (в 90 % проанализированных случаев) сопровождаются изображениями соответствующих политических деятелей. Что, впрочем, не всегда говорит о креативной природе подобного взаимодействия текстовой и графической информации. Однако в ряде случаев (порядка 5 % проанализированных статей) были выявлены примеры, когда манифестации языковой креативности в тексте статьи подкреплялись графической информацией. Функционирование креативности в таких контекстах также носит гибридный характер, но проявляется не просто на разных уровнях языка, а в разных семиотических системах (текстовой и графической).

К примеру, статья из *The Guardian* «*Political heavyweight: Vladimir Putin working out in a gym – in pictures*» от 30 августа 2015 г. содержит фоторепортаж о совместной тренировке президента В. В. Путина и премьера Д. А. Медведева.

В заголовке статьи при первом же прочтении можно выявить случай каламбурного взаимодействия значений единицы *heavyweight*; далее она также реализуется уже в тексте статьи в отношении тандема В. В. Путина и Д. А. Медведева, формируя авторский метадискурс: *The two political heavyweights were shown trying out a number of muscle-building machines*. Представляется, что полисемантическую единицу *heavyweight* можно понимать как в переносном значении (обладающий большой политической силой), что соотносится с прилагательным *political*; так и в прямом значении (пауэрлифтер), что соотносится уже с контекстом тренировки. В данном случае, оперируя термином А. Кестлера, происходит бисоциация двух значений полисеманта, т. е. сочетание прежде не соотнесенных структур, предполагающее «независимый, автономный характер матриц, которые соотносятся в творческом акте» [Koenig, 1964, p. 656]. Лексико-стилистическая креативность также подкрепляется графической информацией, т. е. фотографиями тренировок, которые указывают на реализацию одного из значений полисемантической единицы (рис. 1). Примечательно, что В. В. Путин запечатлен в моменты выполнения ряда упражнений, направленных на

поднятие тяжелого веса. Таким образом, креативность носит гибридный характер и реализуется не только посредством естественного языка (на его лексическом и стилистическом уровнях), но и межсемиотически на уровне визуального или иконического языка (графическая информация), т. е. в рамках креолизованного текста.



Рис. 1 (фото). Статья в газете *The Guardian*,
30.08.2015

Fig. 1 (photo). Article in newspaper *The Guardian*,
30.08.2015

Анализ креолизованных текстов с элементами лингвокреативности в русскоязычном медиадискурсе выявил тенденции, схожие с тенденциями в англоязычной прессе. Процент статей по выбранной проблематике, которые сопровождаются графической информацией, также достаточно велик (около 95 % выявленных контекстов), однако интересно отметить, что графическая информация в большинстве случаев несет сугубо информативный характер, иллюстрируя описываемые события и явления текущей политической жизни страны. Вместе с тем среди проанализированных контекстов был выявлен целый ряд случаев (порядка 20 % от всего мате-

риала), когда графическая составляющая подкрепляла креативность на языковом уровне представления информации. Рассмотрим соответствующий пример из газеты «Коммерсантъ».

Статья под заголовком «Муниципалево» от 31 января 2020 г. посвящена совещанию, проведенному главой государства с представителями муниципалитетов по развитию местного самоуправления с привлечением современных технологий (рис. 2).



Рис. 2 (фото). Статья «Муниципалево» в газете «Коммерсантъ»,
31.01.2020

Fig. 2 (photo). Article “Munitsipalevo” in newspaper *Kommersant*,
31.01.2020

Присутствующий в заголовке бленд на основании сленгового «палево» выбивается из общей стилистики статьи и, таким образом, представляет собой манифестацию лингвокреативности на лексическом уровне. Такая смена регистра коммуникации с формального на разговорный создает комический эффект и задает общий ироничный тон изложения, который поддерживается изображением В. В. Путина, стремительно заходящего в здание местного муниципалитета в сопровождении строго одетых чиновников (см. рис. 2), а также целым рядом формулировок из текста статьи, например: «*В общем, быстро выяснилось, что достаточно было сделать мобильное приложение – и цифры областного благополучия просто рванут вверх!*»; «*Я начинал боготворить мобильное приложение “Добродел”*». Таким образом, в данном примере, как и в целом ряде других выявленных нами, прагматическая направленность межсемиотической креативности определяется двумя основными установками: содержатель-

ной (подкрепление текстовой информации) и оценочной (поддержание определенного тона изложения).

Итак, на основании примеров, выявленных в рамках исследования, можно сделать следующие выводы относительно особенностей функционирования лингвокреатива в англо- и русскоязычной прессе. Во-первых, как показал анализ языкового материала, в медиатекстах (лингво)креативы демонстрируют стойкую тенденцию к гибридизации, т. е. совместной актуализации в едином микроконтексте. Во-вторых, важным представляется тот факт, что гибридизация (лингво)креатива может наблюдаться как в рамках одного языкового уровня (одноуровневая гибридизация), так и на разных уровнях языка (межуровневая гибридизация) и в разных семиотических системах (межсемиотическая гибридизация), когда вербальная креативность определенным образом поддерживается невербально (к примеру, графической информацией). Следует подчеркнуть, что гибридные (лингво)креативы, наряду с другими языковыми средствами, формируют, в свою очередь, специфику авторского метадискурса. Выявленные типы (лингво)креатива характерны как для русскоязычной прессы, так и для англоязычных газет и журналов, различия наблюдаются лишь в отношении продуктивности различных моделей их формирования.

С прагматической точки зрения многочисленные выявленные примеры лингвокреативности в первую очередь работают в направлении привлечения читательского внимания. Читателю, как правило, достаточно легко идентифицировать и впоследствии интерпретировать авторские (лингво)креативы в контексте, они, за редким исключением, едва ли несут в себе элемент загадки, но в то же время сразу же обращают на себя внимание. Наш анализ статей политической направленности также показал, что (лингво)креативы могут выполнять иную функцию, помимо апеллятивной, а именно оценочную. Не случайно еще Р. Фаулер в фундаментальном труде «Language in the News: Discourse and Ideology in the Press» (1991) писал, что новостные издания дают аудитории достаточно субъективное видение мира в сочетании с «трансформацией, дифференцированной обработкой в представлении материала» [Fowler, 1991, p. 11]. (Лингво)креативы позволяют авторам текста выразить свою оценку, причем делать это не напрямую, а иносказательно или в полшутливой форме (например, когда В. В. Путин сравнивается с Бэтменом или пауэрлифтером). Поэтому не будет преувеличением сказать, что в конечном счете лингвокреативность нередко служит манипулятивным инструментом оценивания событий и персоналий современной политической жизни страны.

Список литературы

- Арнольд И. В.* Стилистика декодирования. Курс лекций. Л.: ЛГПИ им. Ленина, 1974. 78 с.
- Беляевская Е. Г.* «Звуковые» фреймы и анализ нарративного дискурса // Вестник МГЛУ. 2014. Вып. 17 (703). С. 15–23.
- Гальперин И. Р.* Очерки по стилистике английского языка. М.: Изд-во литературы на ин. яз., 1958. 459 с.
- Эйгер Г. В., Юхт В. Л.* К построению типологии текстов // Лингвистика текста: Материалы научной конференции. М., 1974. Ч. 1. С. 103–109.
- Зыкова И. В.* Метаязык лингвокультурологии: константы и варианты. М.: Гнозис, 2017. 752 с.
- Зыкова И. В., Киосе М. И.* Параметризация лингвистической креативности в междискурсивном аспекте: кинодискурс vs дискурс детской литературы // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. № 2. С. 26–40.
- Копнина Г. А., Сквородников А. П.* Стилистика креатива и эколингвистика: точки соприкосновения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 8 (38), ч. 1. С. 101–104.
- Лаврова Н. А.* Контаминация в современном английском языке: структура, семантика, прагматика // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2011. № 8 (223). Филология. Искусствоведение. Вып. 51. С. 88–93.
- Риффатер М.* Критерии стилистического анализа // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1980. Вып. 9: Лингвостилистика. С. 69–95.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Высш. шк., 1990. С. 180–186.
- Шмелева Е. С.* Лингвокогнитивные модели каламбура в англоязычных медийных заголовках: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2019. 165 с.
- Языковое творчество в динамике семиотических взаимодействий: Коллект. монография. М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2011. 404 с.
- Fowler R.* Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London and New York: Routledge, 1991. 254 p.
- Hall M. W.* Broadcast Journalism: An Introduction to News Writing. Hastings House, 1978. 156 p.
- Koestler A.* The Act of Creation. London: Hutchinson, 1964. 751 p.

Список источников

- Коммерсантъ*. URL: <http://www.kommersant.ru> (дата обращения 02.02.2020).

Merriam-Webster Online English Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com> (дата обращения 02.02.2020).

The Economist. URL: <http://www.economist.com> (дата обращения 02.02.2020).

The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com> (дата обращения 02.02.2020).

References

Arnold I. V. *Stilistika dekodirovaniya* [Stylistics of Decoding]. Leningrad, LGPI im. Lenina, 1974, 78 p. (in Russ.)

Belyaevskaya E. G. “Zvukovye” freymy i analiz narrativnogo diskursa [“Sound” Frames and Narrative Discourse Analysis]. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2014, iss. 17 (703), pp. 15–23. (in Russ.)

Eiger G. V., Yukht V. L. K postroeniyu tipologii tekstov [The Building of Text Typology]. In: *Lingvistika teksta* [Text Linguistics]. Materials of sci. conf. Moscow, 1974, pt. 1, pp. 103–109. (in Russ.)

Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London and New York, Routledge, 1991, 254 p.

Galperin I. R. *Ocherki po stilistike angliyskogo yazyka* [General Notes on English Stylistics]. Moscow, 1958, 459 p. (in Russ.)

Hall M. W. *Broadcast Journalism: An Introduction to News Writing*. Hastings House, 1978, 156 p.

Koestler A. *The Act of Creation*. London, Hutchinson, 1964, 751 p.

Kopnina G. A., Skovorodnikov A. P. *Stilistika kreativa i ekolingvistika: tochki soprikosnoveniya* [Stylistics of Creativity and Ecolinguistics: Common Points]. *Scientific Periodical: Philology. Theory & Practice*, 2014, no. 8 (38), pt. 1, pp. 101–104. (in Russ.)

Lavrova N. A. *Kontaminatsiya v sovremennom angliyskom yazyke: struktura, semantika, pragmatika* [Contamination in Modern English: Structure, Semantics, Pragmatics]. *Vestnik Chelyabinsk State University*, 2011, no. 8 (223): *Philology, Arts*, iss. 51, pp. 88–93. (in Russ.)

Riffaterre M. *Kriterii stilisticheskogo analiza* [Criteria for Style Analysis]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. Moscow, Progress, 1980, iss. 9, pp. 69–95. (in Russ.)

Shmelyova E. S. *Lingvakognitivnye modeli kalambura v angloyazychnykh mediynykh zagolovkakh* [Linguacognitive Models of Pun-Formation in English Language Media Titles]. *Cand. Philol. Sci. Diss.* Moscow, 2019, 165 p. (in Russ.)

Sorokin Yu. A., Tarasov E. F. *Kreolizovannye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya* [Creolized Texts and their Communicative Function]. In: *Opti-*

mizatsiya rechevogo vozdeystviya. Moscow, Visshaya Shkola, 1990, pp. 180–186. (in Russ.)

Yazykovoe tvorchestvo v dinamike semioticheskikh vzaimodeystviy [Linguistic Creativity in the Dynamics of Semiotic Interactions]. Joint volume. Moscow, IPK MGLU Rema, 2011, 404 p. (in Russ.)

Zykova I. V. Metazyk lingvokul'turologii: konstanty i varianty [Metalinguage of Linguaculturology: Constants and Variants]. Moscow, Gnozis, 2017, 752 p. (in Russ.)

Zykova I. V., Kiose M. I. Parametrizatsiya lingvisticheskoy kreativnosti v mezhdiskursivnom aspekte: kinodiskurs vs diskurs detskoy literatury [Parametrization of Linguistic Creativity in the Cross-Discourse Aspect: Cinema Discourse vs Children's Literature Discourse]. *Issues of Cognitive Linguistics*, 2020, no. 2, pp. 26–40. (in Russ.)

List of Sources

Kommersant. URL: <http://www.kommersant.ru> (accessed 02.02.2020).

Merriam-Webster Online English Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com> (accessed 02.02.2020).

The Economist. URL: <http://www.economist.com> (accessed 02.02.2020).

The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com> (accessed 02.02.2020).

Информация об авторе

Екатерина Сергеевна Шмелева, кандидат филологических наук, доцент

Information about the Author

Ekaterina S. Shmeleva, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor

Статья поступила в редакцию 12.06.2021; одобрена после рецензирования 15.07.2021; принята к публикации 15.07.2021

The article was submitted 12.06.2021; approved after reviewing 15.07.2021; accepted for publication 15.07.2021