

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

### Языковая игра в современном видеоконтенте

Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна

*Зорина Полина Дмитриевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

*E-mail: polina.i.sova@gmail.com*

В последние годы возрастает актуальность вопроса о речи, звучащей или написанной в средствах массовой информации, новых медиа и у создателей контента в интернете. Авторы учитывают, что все составляющие медиаконтента должны работать для привлечения и удержания внимания аудитории. Каждый ищет свой особенный способ это сделать, но существуют и универсальные методы и приёмы. Одним из таких является языковая игра. В данной работе мы рассмотрим проблему использования языковой игры в современном видеоконтенте.

Языковая игра часто встречается во всех видах современных медиатекстов. В том числе это связано с желанием вызвать у зрителя, читателя или слушателя определенные эмоции и удержать его внимание. Журналисты и блогеры играют со словами в поисках свежих и необычных обозначений для ставших привычными явлений, ломая традиционные модели словообразования, грамматики, снимая табу на сочетаемость слов. Часто языковая игра используется в заголовках и названиях каналов и микромедиа: нетрадиционная организация языковых элементов в сильной позиции текста снимает автоматизм при восприятии фактов языка и за счет дополнительных ассоциаций усиливает содержательную глубину изложения [6]. Исследователи чаще всего рассматривают языковую игру в печатных изданиях, так как в этом случае проще всего собрать материал [3][2]. В случае изучения телевизионных выпусков, обычно рассматривают развлекательные или политические ток-шоу и анализируют речь гостей или ведущих [1] [5]. В данной работе мы решили рассмотреть явление языковой игры на примере контента на видеохостинговых платформах, потому как эта тема ещё недостаточно изучена в современных исследованиях. Мы предлагаем рассмотреть примеры языковой игры на платформах для создания контента: VK Video и YouTube. Таким образом, актуальность и научная новизна темы состоит в закрытии лакун в изучении языковой игры в современном видеоконтенте.

Целью данной работы представлялось изучение использования языковой игры в современном видеоконтенте на материале контента, размещённого на интернет-платформах. Мы провели исследование контента на двух площадках. По YouTube существует открытая статистика по количеству подписчиков и просмотров у каналов, поэтому мы имели возможность выбрать верхние позиции рейтинга и проанализировать их на наличие языковой игры. В списке из отобранных нами 200 позиций встретилось 24 случая языковой игры. Из традиционных для названий и заголовков фонетического, графического, словообразовательного, лексического уровней (синтаксический уровень исключаем – обычно для заголовков характерны фразы, словосочетания, короткие предложения, и этот вид языковой игры выделить невозможно) нам встретились все виды языковой игры, но в разных пропорциях. Самым популярным видом оказалась фонетическая игра – 11 случаев, из них 5 случаев использования рифмы и 4 случая звукоподражания. На втором месте – словообразовательная языковая игра: 7 случаев. Случаев графической и лексической языковой игры было по 2, то есть, меньше всего. Таким образом, можно сделать вывод,

что, придумывая название, авторы прежде всего ориентируются на звучание названия или его необычность (словообразовательная игра создаёт новые слова).

На площадке VK Video мы воспользовались функцией сортировки контента по тематике и выбрали три темы: культура, интервью и шоу (развлекательный контент) и политика (новости). Для анализа были отобраны по 25 заголовков видео каждой тематики. В рамках культуры было найдено только 3 случая языковой игры: 2 – лексический уровень, 1 – графический. Среди заголовков видео развлекательного контента было найдено 6 случаев языковой игры. Из них 5 случаев лексической языковой игры (среди них чаще всего использовались изменения штампов и названий произведений) и 1 случай словообразовательной.

В новостном контенте встречались всего 2 случая языковой игры – 1 случай фонетической и 1 случай лексической. Важно отметить, что новости на телевидении имеют много заголовков с языковой игрой – больше трети [4]. В проанализированном материале с платформы VK video почти нет заголовков с языковой игрой, потому как основная задача для создателя контента – пересказать, о чем будет речь в ролике, а не установить контакт и привлечь внимание интересной фразой. Здесь привлекают внимание иначе: иногда кликбейтами, иногда просто шокирующими событиями. Кроме того, на Первом канале сразу после того, как зритель видит этот заголовок, идёт полноценный рассказ об этой новости. Здесь же зритель не узнает о новости до того, как перейдёт к ролику, поэтому приходится пользоваться иными методами.

Таким образом, из проведенного исследования можно сделать вывод, что при создании контента на интернет-платформах авторы нацелены на то, чтобы заинтересовать зрителя темой видео, возможно, кликбейтом, то есть, в первую очередь – информацией, а потом уже необычностью формы. Также при выборе или создании названия для своего канала они руководствуются, скорее, тем, как оно звучит, нежели тем, что означает.

### Источники и литература

- 1) Бирюкова Екатерина Олеговна Особенности языковой игры в телевизионном дискурсе // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2011. №2. С.164-167
- 2) Вольская Н. Н., Василькова Н. Н. Комическое в жанровой системе современных печатных СМИ // Russian Linguistic Bulletin. 2023. №2 (38). С.2-4
- 3) Гридина Татьяна Александровна, Талашманов Сергей Сергеевич Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект // Политическая лингвистика. 2019. С.32-39
- 4) Зорина П.Д. Языковая игра в современной медиаречи (на примере заголовков сюжетов в вечерних новостных выпусках Первого канала) // Журналистика и медиакоммуникации в цифровой среде – 2025. - М.: РГГУ, 2025. - С.190-193
- 5) Куранова Татьяна Петровна Языковая игра в речи ведущих радиопрограмм // Ярославский педагогический вестник. 2010. №1. С.213-217
- 6) Пыстина Ольга Владимировна Языковая игра как прием в заголовочных комплексах региональных изданий // Вестник Сыктывкарского университета. Серия гуманитарных наук. 2014. №3.С. 203-204