

Бальшева Ксения Александровна

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИИ В ЗАГЛОВКАХ БРИТАНСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ

В статье экспрессия представлена как стилиевая черта заголовка британского медиатекста, эксплицируемая с помощью приемов языковой игры, в которую вовлекаются ресурсы фонетического, графического, словообразовательного, лексико-семантического уровней языка, а также прецедентные феномены. Рассуждения снабжены примерами, собранными по материалам публикаций онлайн-версии газеты "The Guardian" (2015-2017 гг.).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/6-1/15.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 6(72): в 3-х ч. Ч. 1. С. 54-58. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/6-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Таким образом, к лингвистическим причинам возникновения иностранных слов в языке можно отнести: необходимость пополнить несуществующие или архаические звенья языка; необходимость более точной в семантическом плане формулировки тех или иных понятий; интернационализмы решают проблему полисемии и омонимии национального языка. Знание особенностей освоения интернационализмов из разных языков в разных географических ареалах облегчает перевод.

Образование общетерминологического фонда в разноструктурных языках будет способствовать взаимообогащению языков.

Список источников

1. Акуленко В. В. Вопросы интернационализации словарного состава языка. Харьков: Изд-во Харьк. ун-та, 1972. 215 с.
2. Бельчиков Е. А. Интернациональная терминология в русском языке. М.: Наука, 1959. 75 с.
3. Жирмунский В. М. Сравнительное литературоведение: Восток и Запад. Л.: Наука, 1979. 493 с.
4. Хайруллин М. Б. Возрождение и развитие национальных языков. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2005. 301 с.
5. Шамсутдинова А. Р. Адвербиальные средства с аспектуальной семантикой результативности во французском языке // Альманах современной науки и образования. 2008. № 8 (15): в 2-х ч. Ч. 1. С. 224-227.
6. Meillet A. Esquisse d'une histoire de la langue latine. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 295 p.

GEOGRAPHICAL ZONES OF ADOPTING INTERNATIONAL VOCABULARY AND TERMS

Akhmetshina Landysh Vasilovna, Ph. D. in Philology
Volga Region State Academy of Physical Culture, Sport and Tourism, Kazan
fazan_nlv@mail.ru

The article examines the problems of origin and adoption of international vocabulary in relation to geographical zone or area. Having analyzed the examples from the Greek, Latin, French, German, English, Russian and Tatar languages the author proposes the subdivision into zones of international vocabulary adoption in the languages of different structures. The paper identifies the motives for borrowing international vocabulary.

Key words and phrases: internationalisms; international words; areas of international vocabulary adoption; geographical zones of extension; Anglicisms; Europeisms; Arabisms.

УДК 811.111-26

В статье экспрессия представлена как стилевая черта заголовка британского медиатекста, эксплицируемая с помощью приемов языковой игры, в которую вовлекаются ресурсы фонетического, графического, словообразовательного, лексико-семантического уровней языка, а также прецедентные феномены. Рассуждения снабжены примерами, собранными по материалам публикаций онлайн-версии газеты «The Guardian» (2015-2017 гг.).

Ключевые слова и фразы: языковая игра; экспрессия; заголовок; медиатекст; прецедентный феномен.

Бальшева Ксения Александровна, к. филол. н.
Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола
qsuaka@mail.ru

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИИ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ

В современной лингвистике термином «медиатекст» обозначается разноплановая и многоуровневая текстовая продукция средств массовой информации. Одним из видов медиатекста по каналу распространения является печатный медиатекст, публикуемый в прессе. Интернет-версии печатных изданий хотя и имеют некоторые отличия, в целом содержательно дублируют свои бумажные прототипы.

Различные по структуре, содержанию, интенциям тексты современной британской прессы объединены наличием заголовка как обязательного компонента структуры. Тексты прессы в подавляющем большинстве не рассчитаны на внимательное прочтение, поэтому особое внимание в них уделяется построению заголовка. Газетный заголовок репрезентирует основную идею статьи, как правило, в оригинальной форме. Заголовок превращается в эффективный инструмент воздействия на читателя интернет-версии газеты, так как, открывая главную страницу онлайн-издания газеты «The Guardian», читатель видит исключительно заголовочные комплексы. Удачный, привлекающий внимание, экспрессивный заголовок определяет успешность текста, стимулирует адресата к его прочтению.

В лингвистической литературе понятие «экспрессия» трактуется неоднозначно. Функциональный подход к языковым явлениям связывает экспрессию с выразительностью языковых единиц, с появлением дополнительной

информации эмоционального и оценочного характера, с созданием выразительных единиц, привлекательных по форме и содержанию [9, с. 2]. Экспрессивность на функциональном уровне подразумевает интегрированность всех коннотаций, необычность, окказиональность, новизну употребления языковых знаков [1; 9; 13].

Наличие экспрессии, то есть экспрессивность, представляет собой ключевое свойство газетного заголовка, а экспрессивная функция, которую в современной исследовательской литературе также называют оценочно-экспрессивной, рекламно-экспрессивной, эмоционально-экспрессивной [7], является одной из основных функций заголовка наряду с графически-выделительной, номинативно-информативной, рекламной, воздействующей функциями. В рамках функционального подхода [11; 12; 18] экспрессивная функция является неотъемлемой составляющей языковой игры (ЯИ) и соотносится с экспрессивной функцией / экспрессивностью заголовка. Соотнесенность экспрессивной функции заголовка и ЯИ позволяет предположить эффективность ЯИ в создании экспрессии.

ЯИ, характеризовавшая ранее язык и стиль художественной литературы, становится доминантой стиля современного британского медиатекста и активно вовлекается в создание экспрессивных заголовков. ЯИ в газетном заголовке предполагает установку на «достижение дополнительных эффектов воздействия» и «осуществляется с помощью контекстного преобразования использованных языковых средств» [10, с. 411]. Экспрессия подразумевает появление у заголовка яркости, выразительности, нестандартности, эмоционально-оценочной окрашенности, эффекта свежести, новизны, остроумия.

Репрезентативность языка газеты «The Guardian» обусловлена двумя факторами: с одной стороны, уровень литературного мастерства авторов публикаций достаточно высок, с другой стороны, тексты адресованы широкому образованному читателю, не обладающему узкоспециальными знаниями и высокоинтеллектуальными способностями и способному разгадать авторские интенции. ЯИ наиболее частотна в заголовках публикаций о культуре, образе жизни, моде, окружающей среде.

Каждый уровень языка обладает потенциально экспрессивными средствами для создания ЯИ. Одним из эффективных способов создания ЯИ на фонетическом уровне является аллитерация, которая заключается в «симметрическом повторении однородных согласных звуков» [8]. Наиболее частотны случаи повторения согласных в начале слова, например: *How dancers learn their steps: music, muscle memory and mystery* [25]. / *Как учатся танцоры: музыка, мышечная память и магия* (здесь и далее перевод автора статьи – К. Б.); *Sainsbury's named world's best sustainable seafood supermarket* [34]. / *Сэйнсбери назван первым жизнеспособным супермаркетом морепродуктов*; *Flora Shedden: bake-offs, books and bacon sandwiches* [21]. / *Флора Шедден: конкурсы, книги, сэндвичи с беконом*. Использование повторяющихся согласных в начале целого ряда слов в заголовках нельзя назвать случайным, так как тексты качественной прессы тщательно выверяются. Эффект ЯИ в заголовке *Bogies and bodily malfunctions – why I'm glad to know about my ageing imperfections* [16]. / *Тележки и телесные недуги – почему я радуюсь своим возрастным несовершенствам* усиливается при одновременном использовании аллитерации и рифмы. В заголовке *Ding, dong, the dynasty is dead: so long to Jeb Bush and the family legacy* [19]. / *Дин-дон, династия мертва: пока Джебу Бушу и его семейному наследию* ЯИ построена на одновременном использовании аллитерации и ономатопеи. Приобретая определенный ритм, подобные автосемантические заголовки обладают высокой экспрессивностью, они призваны привлечь внимание потенциального читателя.

ЯИ в заголовке *Meet the balls formerly known as meatballs* [30]. / *Встречайте фрикадельки, ранее известные как мясные фрикадельки* строится на паронимии. Намеренное сближение в одном заголовке двух разных по значению, но созвучных лексем – глагола *meet* и существительного *meat* – создает эффект интеллектуально-остроумия и придает заголовку шутливую окрашенность. Смысл такого сближения становится понятным при прочтении лида (краткой аннотации, отражающей основную идею статьи): *A meatball company in Finland has been forced to rebrand its product thanks to a low-meat content* [Ibidem]. / *Финская компания, производящая фрикадельки, была вынуждена переименовать свою продукцию из-за низкого содержания в ней мяса*.

Словообразовательный уровень создания ЯИ представлен использованием окказионализмов. Экспрессивность является неотъемлемым атрибутом окказионализмов: они функционируют в газетном тексте как единицы, воздействующие на адресата, имеющие целью вызвать у него определенную реакцию. Включенные в заголовки окказионализмы могут далее повторяться в тексте статьи для усиления воздействия на читателя, уточнения и прояснения смысла или могут остаться удачным приемом, характеризующим только заголовок статьи.

К наиболее частотным способам создания окказионализмов среди проанализированных примеров относятся: контаминация, словосложение, псевдочленение с заменой компонента слова более подходящим по смыслу.

Особенность включения окказионализмов в структуру заголовков качественной британской прессы состоит в использовании средств синграфемии, то есть механизмов пунктуационного варьирования [5], в качестве дополнительного средства экспрессии, указывающего на окказиональность, «необычность» лексемы, а иногда и подчеркивающего эффект ЯИ. Данный прием предполагает использование в заголовке или слове кавычек, дефиса, восклицательного знака и других знаков препинания.

Так, окказионализм *cactyle*, данный в заголовке в кавычках, является результатом контаминации узуальных существительных *cactus* и *style*. Остроумное переплетение смыслов исходных слов, емко и сжато выраженное в окказионализме, становится понятным в заголовке и создает шутливый эффект: *Going 'cactyle': cactus is the print of choice for Coachella* [23]. / *Кактус-стиль: кактус избран принтом фестиваля Коачелла*.

Семантический потенциал форманта *-mania* со «значением сильного желания или интереса к чему-либо» [28, р. 1063], образующего сложные слова, позволяет добавить его практически к любому слову, в том числе

к имени собственному. Например, в синсемантическом заголовке *Mackmania! Charles Rennie Mackintosh's genius shines in his first architecture retrospective* [29]. / *Макманья! Гений Чарльза Рени Макинтоша сияет на его первой выставке* с помощью данного форманта сложное существительное образовано от фамилии шотландского архитектора и художника. Точная интерпретация существительного, окказиональность которого подчеркивается использованием восклицательного знака, возможна лишь после прочтения статьи.

Способом псевдоочленения узуального слова с заменой компонента на созвучный и более подходящий контекстуально образованы окказиональные номинации в следующих заголовках: *Re-gin-eration: what's behind the botanical spirit boom* [32]? / *Ре-джин-ерация: чем вызвана шумиха вокруг экологических спиртных напитков*; *Ink-credible: do tattoos count as art* [26]? / *Чевеорятно: татуировки считаются искусством?* Эффект ЯИ в данных примерах основан на созвучии окказиональной и узуальной лексем, значения которых реализуются одновременно (ср. *regeneration* – *re-gin-eration* (*gin* – *джин*), *incredible* – *ink-credible* (*ink* – *чернила*)). Подобные шуточные заголовки вызывают живой читательский интерес. Использование дефиса как средства псевдоочленения выполняет и графическо-выделительную функцию: номинации, имеющие дефисное написание, побуждают адресата к декодированию смысла, ориентируют его на прочтение статьи или, по крайней мере, заголовка, в который включен данный окказионализм.

Способом сложения в сочетании с усечением образована окказиональная номинация в следующем заголовке: *Anna Jones's three-meal plan to get your 10-a-day* [14]. / *Рацион из трех блюд от Анны Джоунс с положенными 10-в-день*. Экспрессивный эффект окказионализма усиливается при его повторении в лиде, где и проясняется, что он обозначает необходимость «ежедневного употребления 10 овощей и фруктов»: *Fruit and vegetables are easily incorporated into breakfast, lunch, dinner and snack, making your recommended 10-a-day a doddle* [Ibidem]. / *Фрукты и овощи можно легко включать в завтрак, обед, ужин и перекус, чтобы с легкостью получать рекомендованные 10-в-день*. При образовании сложного слова исходное словосочетание *10 fruit and vegetables a day* (10 фруктов и овощей в день) усечено, но его семантика осталась прежней.

Способом сложения образованы остроумные и иронично-шуточные номинации в следующих заголовках: *Fur flies as Stella McCartney unveils 'skin-free skin' in Paris* [22]. / *Мех исчез, когда Стелла Маккартни торжественно представила «кожу без кожи» в Париже*; *Barbados or bust? Why we shouldn't holiday-shame public figures* [15]. / *Барбадос или беда? Почему не нужно стыдить публичных персон?* Шуточный эффект прилагательного *skin-free*, значение которого понятно при прочтении заголовка, особенно очевиден при сближении его с существительным *skin*. Кавычки указывают, с одной стороны, на окказиональность данного прилагательного, с другой стороны, на необычность всего словосочетания, так как оно объединяет взаимоисключающие компоненты. Для понимания глагола *holiday-shame*, данного во втором заголовке, необходимо обратиться к лиду, из которого становится понятно, что данный глагол имеет значение «стыдить общественных и политических деятелей за нахождение в отпуске в моменты внезапно случающихся стихийных бедствий»: *Environment Agency boss Sir Phillip Dilley has been criticised for being in the Caribbean while Northern England was ravaged by floods. But it's budget cuts that ought to be coming under scrutiny* [Ibidem]. / *Руководитель Агентства по окружающей среде Филип Дилей подвергся критике за то, что находился на Карибском море, когда север Англии подвергся сильному наводнению. Но в данном случае критиковать нужно сокращение бюджета*.

В «The Guardian» встречаются заголовки, в которых в создании ЯИ вовлечены лексико-семантические ресурсы языка. Например, в заголовке *Students used to take drugs to get high. Now they take them to get higher grades* [35]. / *Раньше студенты употребляли наркотики, чтобы получить кайф. Теперь они принимают их, чтобы получить хорошие оценки* прилагательное *high* (ср. «высокий» – «под кайфом») сначала употреблено в переносном значении в составе выражения *to get high*, далее в аналогичной конструкции в своем прямом значении в форме сравнительной степени. В заголовке *Running blog: How was your weekend running* [33]? / *Блог о беге: как пробежали выходные?* омонимичные формы *running* реализуют разные значения полисемантического глагола *to run* (ср. «бегать» – «идти, проходить»). В обоих случаях двуплановость, наложение смыслов создается при одновременной реализации в заголовке прямого и переносного значений лексем. Отчетливо выраженный при этом шуточный эффект служит средством создания экспрессии.

В современной британской прессе одной из ведущих является тенденция к порождению новых смыслов и новых оценок путем игры с «цитатным фондом, восходящим ко всему нашему языковому опыту» [3, с. 105-106]. Особой экспрессией обладают заголовки, построенные на вовлечении в ЯИ прецедентных феноменов (ПФ). Под ПФ понимаются культурно нагруженные знаки, которые известны значительной части представителей национально-культурного сообщества [2]. ПФ могут быть прецедентными для отдельного социума, для нации или быть универсальными, свойственными многим культурам. К ПФ относят: прецедентную ситуацию, прецедентное имя, прецедентный текст, прецедентное высказывание [4].

По нашим наблюдениям, в заголовках газеты «The Guardian» ЯИ на основе ПФ реализуется за счет прецедентных текстов и высказываний. Источником обыгрывания прецедентных текстов являются рекламные тексты, слоганы, произведения художественной литературы, прецедентных высказываний – цитаты из художественных текстов и песен, пословицы, а также заголовки книг, фильмов, телепередач, песен.

Одним из основных критериев обращения авторов публикаций британской прессы к ПФ становится их общеизвестность. ПФ должны быть легко узнаваемы и дешифрованы адресатами даже при сложных трансформациях. Включение ПФ в заголовки усиливает эмоциональный отклик адресата, узнавание ПФ в тексте вызывает улыбку или восхищение удачной находкой адресанта. Авторы статей могут цитировать тексты песен, названия популярных передач. Как показывает выборка примеров, ПФ редко используются без формальных

трансформаций, например: *Donetsk opera house: tanks on the street but the show must go on* [20]. / *Донецкий оперный театр: на улицах танки, но шоу должно продолжаться*; *Interiors: up, up and away – how one design-obsessed couple transformed their home* [27]. / *Интерьеры: выше, выше и прочь – как одна одержимая дизайном пара перестроила свой дом*; *Goodness gracious me – why are there still so few Asian people on TV* [24]? / *Боже мой – почему на телевидении по-прежнему так мало азиатов?* Первые два примера иллюстрируют прием лексической буквализации. При прочтении лида адресату становится понятно, что существительное *show* здесь буквально обозначает «театральную постановку», а наречия *up* («вверх») и *away* («прочь») – «расширение пространства за счет постройки мансарды». В третьем примере ЯИ строится на совпадении названия комедийного шоу, транслируемого *BBC*, с устойчивым выражением, передающим удивление. Внимательное прочтение заголовка позволяет установить, что основой для его создания послужило телевизионное шоу, популярное в конце 90-х годов прошлого века, в котором принимали участие британские актеры индийского происхождения.

Значительно чаще авторы публикации изменяют исходные тексты. Степень трансформации ПФ соответствует замыслу адресанта и зависит от стилистических задач, которые возлагаются на него в заголовке. ПФ в текстах заголовков, как правило, подвергаются структурно-семантической трансформации, то есть изменяется их компонентный состав и/или грамматическая форма, что обуславливает смысловые преобразования и приращения [6].

К наиболее частотным приемам структурно-семантической трансформации ПФ для создания языковой экспрессии относятся замена одного или нескольких лексических компонентов ПФ и расширение ПФ за счет введения добавочных компонентов.

Нередко происходит замена одного или нескольких лексических компонентов ПФ созвучным, например, в следующих заголовках: *To eat, or not to eat? That is the question* [37]. / *Есть или не есть? Вот в чем вопрос* (ср. *To be, or not to be?*); *The injustice system: A tale of two Tyras* [36]. / *Несправедливая система: Повесть о двух городах* (ср. *A tale of two cities*). При такой замене ритм и синтаксическая структура исходного высказывания сохраняются и наблюдается конкретизация ПФ.

Примерами расширения ПФ за счет введения добавочных компонентов служат следующие заголовки: *Cord cutters on net neutrality: 'It would be the end of wild wild west of the internet'* [17]. / *Противники телевидения о сетевом нейтралитете: «Может настать конец дикого, дикого запада интернета»* (ср. *Wild Wild West*); *No sex in this city: the bare-faced cheek of Paris's most sensual museum* [31]. / *Нет секса в этом городе: наглость самого чувственного музея Парижа* (ср. *Sex in the City*). Как показывают примеры, при данном типе трансформации возможно изменение изначальной синтаксической структуры ПФ, в качестве которого выступает название фильма или телесериала. Структурно ПФ расширяются, а семантически сужаются, контекстуально уточняются.

Не простая цитация, а сознательное переименование, обновление ПФ, к которым прибегают авторы публикаций, делают привычные конструкции более броскими, привлекающими к себе внимание неожиданной интеллектуальной новизной, свежестью, оригинальностью. Контекстуальное уточнение ПФ с помощью приемов структурно-семантической трансформации способствует выражению авторской иронии. ПФ являются продуктивным источником создания экспрессии, основанной на реализации приемов ЯИ в заголовках.

Таким образом, способы создания ЯИ фонетического (аллитерация, рифма, ономотопея, параномазия), графического (средства синграфемки), словообразовательного (контаминация, словосложение, псевдочленение с заменой компонента), лексико-семантического (обыгрывание значений многозначных слов) уровней языка продуктивны в создании экспрессии. Высокой экспрессивностью обладают и заголовки, основанные на обыгрывании ПФ. Экспрессивные заголовки британских печатных медиатекстов, построенные на ЯИ, характеризуются шутливо-ироничной окрашенностью, нестандартностью, выразительностью, новизной, острым содержанием и имеют своей целью воздействовать на адресата.

Список источников

1. Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. М.: Наука, 1980. 237 с.
2. Ворожцова О. А. Прецедентные феномены в российском и американском предвыборном президентском дискурсе 2004 года // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 3 (23). С. 69-73.
3. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996. 350 с.
4. Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Красных В. В., Багаева Д. В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 1997. № 4. С. 106-118.
5. Дзякович Е. В. Возможности пунктуации и параграфемки в современной печатной рекламе // Словарь и культура русской речи: к 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова. М.: Индрик, 2001. С. 121-126.
6. Карташова Е. П., Иерусалимская А. А. Интернет-коммуникация: стилистико-языковой аспект. Йошкар-Ола, 2014. 133 с.
7. Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Известия Уральского государственного университета. 2006. № 40. С. 158-166.
8. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru> (дата обращения: 18.02.2017).
9. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления: Проблемы семантики. Новосибирск: Наука, 1986. 230 с.
10. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003. 432 с.
11. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 522 с.
12. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. 383 с.

13. Хухрянская Н. Н. Экспрессия точных количественных номинаций в медиатексте // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. № 14 (235). Вып. 30. С. 104-108.
14. **Anna Jones's three-meal plan to get your 10-a-day** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/mar/06/10-a-day-menu-for-getting-enough-fruit-and-vegetables-recipe-anna-jones> (дата обращения: 06.03.2017).
15. **Barbados or bust? Why we shouldn't holiday-shame public figures** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/04/barbados-bust-holiday-shame-environment-agency-philip-dilley-flooding> (дата обращения: 04.01.2016).
16. **Bogies and bodily malfunctions – why I'm glad to know about my ageing imperfections** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/mar/06/bogies-bodily-malfunctions-ageing-dripping-noses-whiskers> (дата обращения: 06.03.2017).
17. **Cord cutters on net neutrality: 'It would be the end of wild wild west of the internet'** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/22/cord-cutters-net-neutrality-end-wild-wild-west-internet> (дата обращения: 22.02.2015).
18. **Crystal D.** Language Play. Chicago: The University of Chicago Press, 2001. 274 p.
19. **Ding, dong, the dynasty is dead: so long to Jeb Bush and the family legacy** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/feb/20/jeb-bush-family-legacy-dynasty-election-2016> (дата обращения: 20.02.2016).
20. **Donetsk opera house: tanks on the street but the show must go on** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/music/2015/feb/02/donetsk-opera-ukraine-show-must-go-on> (дата обращения: 02.02.2015).
21. **Flora Shedden: bake-offs, books and bacon sandwiches** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/25/flora-shedden-cook-writer-bake-off-interview-kitchen-encounters> (дата обращения: 25.02.2017).
22. **Fur flies as Stella McCartney unveils 'skin-free skin' in Paris** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2017/mar/06/fur-stella-mccartney-unveils-skin-free-skin-paris-fashion-week> (дата обращения: 06.03.2017).
23. **Going 'cactyle': cactus is the print of choice for Coachella** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2016/mar/22/cactus-print-choice-for-coachella> (дата обращения: 22.03.2016).
24. **Goodness gracious me – why are there still so few Asian people on TV?** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/mar/08/asians-on-british-tv-no-progress-actors-or-programmes> (дата обращения: 08.03.2017).
25. **How dancers learn their steps: music, muscle memory and mystery** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/stage/2015/feb/24/how-dancers-learn-their-steps-muscle-memory-jenifer-ringer-nycb> (дата обращения: 24.02.2015).
26. **Ink-credible: do tattoos count as art?** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/feb/18/do-tattoos-count-as-art> (дата обращения: 18.02.2015).
27. **Interiors: up, up and away – how one design-obsessed couple transformed their home** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/jan/17/renovated-redesigned-peabody-flat-interiors> (дата обращения: 17.01.2015).
28. **Longman Dictionary of Contemporary English.** Harlow: Pearson Education Limited, 2009. 2082 p.
29. **Mackmania! Charles Rennie Mackintosh's genius shines in his first architecture retrospective** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/feb/11/charles-rennie-mackintoshs-genius-shines-in-his-first-ever-retrospective> (дата обращения: 11.02.2015).
30. **Meet the balls formerly known as meatballs** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/shortcuts/2015/mar/11/meet-the-balls-formerly-known-as-meatballs> (дата обращения: 11.03.2015).
31. **No sex in this city: the bare-faced cheek of Paris's most sensual museum** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2016/jan/18/sex-paris-musee-d-orsay-manet-nude-art-deborah-de-robertis> (дата обращения: 18.01.2016).
32. **Re-gin-eration: what's behind the botanical spirit boom?** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/shortcuts/2016/mar/28/re-gin-eration-whats-behind-the-botanical-spirit-boom> (дата обращения: 28.03.2016).
33. **Running blog: How was your weekend running?** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/the-running-blog/2017/feb/27/how-was-your-weekend-running> (дата обращения: 27.02.2017).
34. **Sainsbury's named world's best sustainable seafood supermarket** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/business/2017/mar/01/sainsburys-named-worlds-best-sustainable-seafood-supermarket> (дата обращения: 01.03.2017).
35. **Students used to take drugs to get high. Now they take them to get higher grades** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/society/2015/feb/15/students-smart-drugs-higher-grades-adderall-modafinil> (дата обращения: 15.02.2015).
36. **The injustice system: A tale of two Tyras** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2016/jan/14/the-injustice-system-us-prisons-tyra-patterson-michelle-lai-dayton-ohio-montgomery-county> (дата обращения: 14.01.2016).
37. **To eat, or not to eat? That is the question** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/mar/08/to-eat-or-not-to-eat-that-is-the-question> (дата обращения: 08.03.2017).

LANGUAGE PLAY AS A MEANS OF CREATING EXPRESSION IN HEADLINES OF BRITISH MEDIA TEXTS

Balysheva Kseniya Aleksandrovna, Ph. D. in Philology
Mari State University, Yoshkar-Ola
qsuaka@mail.ru

The article presents expression as a peculiar feature of British media text headline style that is rendered by means of language play, involving resources of phonetic, graphic, word-building, and lexical-semantic levels of a language as well as precedent phenomena. The reasoning is supplied with illustrative examples collected from the publications of The Guardian online edition (2015-2017).

Key words and phrases: language play; expression; headline; mediatext; precedent phenomenon.