Марина Степановна Голокова

Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта (Санкт-Петербург)

[m.golokova@lesgaft.spb.ru](mailto:m.golokova@lesgaft.spb.ru)

**«Что? Да!» – новое клише в медиаречи**

В грамматике современной медиаречи наблюдается тенденция к  
использованию упрощенных конструкций, способных передать различные  
смыслы. На материале российских интернет-изданий последних пяти лет  
показана специфика употребления предложений, сочетание которых  
приобрело устойчивый характер благодаря их структуре и семантике.

Ключевые слова: грамматическая конструкция, медиаречь, синтаксис, клише.

Стремление к оперативности и желание привлечь большое число читателей привело СМИ к частотному употреблению грамматических конструкций, позволяющих максимально воздействовать на аудиторию, выражать различные оттенки субъективно-модальных значений [1: 241–241]. Среди таких грамматических средств можно выделить междометия, восклицательные и вопросительные предложения, а также вставные конструкции, в которых содержится оценочный компонент, выражается мнение, и др. Грамматическая система языка в медиаречи в целом остается неизменной, хотя в заголовочном тексте встречаются специфические, характерные только для него конструкции [2]. Представляется необходимым обратить внимание на отдельные тенденции в использовании синтаксических конструкций, минимальных по своей структуре, но ёмких с точки зрения семантики. Так, сочетание двух предложений «Что? Да!» в современной медиаречи стало встречаться настолько часто, что приобрело статус стандартной конструкции или даже штампа.

Эта короткая вопросно-ответная конструкция, подчеркивая диалогическую природу медиатекстов, играет контактоустанавливающую роль. Она подразумевает предсказуемое автором удивление со стороны читателя, к которому обращен вопрос «Что?», и мгновенный ответ «Да!», стирающий любые сомнения относительно той информации, о которой идет речь. Данная конструкция, как показывает лингвостилистический анализ материалов СМИ, употребляется главным образом в заголовочном комплексе в дополнение к утвердительному суждению, и встречается как в препозиции, так и в постпозиции, например: «Что? Да! Бритни Спирс выходит замуж»; «За клевету в интернете будут сажать. Что? Да!».

Сочетание предложений «Что? Да!» в медиаречи – это сокращенный вариант сочетания вопроса «Что, вас это удивляет?» и ответа «Да, это так!». Конструкция служит для читателя своеобразным сигналом, призывающим к прочтению текста, порой придает речи агрессивный характер, поскольку не предусматривает для аудитории возможности оспорить приведенное в заголовке утверждение или суждение. Таким образом, использование  
конструкции «Что? Да!» обеспечивает заголовкам стилистический эффект усиленного ожидания, создаёт в тексте напряжённость [3].

Утвердительные высказывания, к которым примыкает данная вопросно-ответная конструкция, претендуют на сенсационность. Они составляют основу, как правило, предикативных полноинформативных заголовков: «Экстремал проехал знаменитые “Врата ада” задом наперед. Что? Да!»; «Певица Манижа выпустила песню “Изумруд” – дуэт с Владимиром Высоцким. Что? Да!». Синтаксическая конструкция «Что? Да!» характерна также для заголовков в рекламных текстах: «Samsung выпустила джинсы. Что? Да!»; «Что? Да! 80 и 90% скидки в SVMoscow»; «Дешевые студии в центре Петербурга. Что? Да!».

Употребление такого грамматического средства в медиаречи способствует большему охвату аудитории. Полноинформативные заголовки в новостных материалах часто носят исчерпывающий характер – не каждый читатель захочет обратиться затем к тексту. В сочетании же с вопросно-ответной конструкцией «Что? Да!» заголовок обретает семантику провокации, которую аудитория не оставит без внимания. Однако частотное употребление конструкции «Что? Да!» в медиаречи может лишить её разнообразия стилистических эффектов и превратить в клише, которое в заголовочном комплексе в итоге станет бессмысленным.

Литература

1. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика. М., 2000.

2. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. М., 1966. С. 95–126.

3. Шехтман Н. А. Семантическая напряженность текста и его понимание // Вестник Челябинского гос. пед. ун-та. 2013. Вып. 12. С. 166–173.