

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»

Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации

**УРАЛЬСКИЙ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
ВЕСТНИК**

№2(26)/2017

серия
**ЯЗЫК. СИСТЕМА. ЛИЧНОСТЬ:
ЛИНГВИСТИКА КРЕАТИВА**

Екатеринбург
2017

УДК 81
ББК Ш1
У 68

Редакционная коллегия:

Серия «Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива:

Т. А. Гридина, д-р филол. наук, проф. (**главный редактор**)

(Уральский государственный педагогический университет)

Н. И. Коновалова, д-р филол. наук, проф.

(Уральский государственный педагогический университет)

И. А. Ваулина

(Уральский государственный педагогический университет)

Рецензенты:

Т. А. Попова, д. филол. н., проф. (Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина);

Н. Н. Шербакова, д. филол. н., проф. (Омский государственный педагогический университет)

У 68 Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива [Текст] : материалы Всероссийского научного семинара с международным участием «Психоллингвистика в образовании и аспекты изучения лингвокреативных способностей» 3 ноября 2016 / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург : [б. и.], 2017. – Вып. 2 (26). – 126 с.

ISSN 2306-7462

Сборник содержит материалы докладов Всероссийского семинара с международным участием «Психоллингвистика в образовании и аспекты изучения лингвокреативных способностей», связанные с обсуждением широкого спектра проблем актуального научного направления «Лингвистика креатива». Рассматриваются механизмы творчества в разных дискурсивных практиках современной коммуникации: художественном тексте, публицистике, профессиональной сфере общения, развлекательном интернет-дискурсе; выявляются особенности кодов языковой игры и ее функционал в широком регистре речевых реализаций. Определяются национально-культурные параметры языковой концептуализации и категоризации. Представлены тренинговые технологии развития лингвокреативных способностей ребенка.

Сборник адресован специалистам-филологам, психологам, аспирантам и студентам, учителям-практикам, а также всем, кто интересуется проблемами языкового творчества.

ISSN 2306-7462

© ФГБОУ ВО «УрГПУ», 2017

©Уральский филологический вестник, 2017

Содержание

<i>Авдеева Г. А.</i> Игровой потенциал интертекстуальных элементов в художественном тексте: на материале сборника М. Веллера «Легенды Арбата»	4
<i>Адясова О. А.</i> Лингвокультурная специфика языковой игры в наружной рекламе	15
<i>Беглова Е. И.</i> Потенциал ненормированных лексических средств в современной газетной речи	24
<i>Вороничев О. Е.</i> Каламбур в ряду смежных феноменов языковой игры	31
<i>Голованова Е. И.</i> Языковая игра в профессиональной коммуникации	39
<i>Гридина Т. А., Берсенева А. А.</i> Вербальная и образная составляющая тренинга креативности ребенка	53
<i>Ильясова С. М.</i> Словотворчество? Словоерничество? К оценке игровых стратегий в языке современных российских СМИ	68
<i>Ляшева М. Н.</i> Лингвокреатемы в современном развлекательном интернет-дискурсе	76
<i>Плотникова А. М.</i> Лингвокреативные механизмы конструирования речевого акта «угроза»	81
<i>Редкина Е. С.</i> Языковая игра в использовании прецедентных феноменов в новейшей русской поэзии	89
<i>Шипицына Г. М.</i> О креативности создания актуального советского лексикона	96
<i>Шипицына Г. М., Огнева Е. А.</i> О необычном словоупотреблении в переводах лекций по литературе В. В. Набокова	107
Сведения об авторах	118
SUMMARY	120

Г. А. АВДЕЕВА

(Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт, филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета, г. Нижний Тагил)

ИГРОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ: НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА М. ВЕЛЛЕРА «ЛЕГЕНДЫ АРБАТА»

Аннотация. В статье рассматривается игровой потенциал интертекстуальных элементов в художественном тексте. В анализируемых произведениях М. Веллера (сборник «Легенды Арбата») активно представлены различные типы интертекстуальных элементов: цитаты, псевдоцитаты, цитаты-заглавия, разнообразные аллюзии и др. Наиболее значимыми оказываются фольклорные и литературные аллюзии, обусловленные отчасти жанровыми признаками произведений. В большинстве случаев включение интертекстуальных элементов определяется авторской установкой на создание комического эффекта. В ряде произведений цитаты и аллюзии носят системный характер, семантически обогащают текст. Так, например, в «Пятикнижии» сказочные аллюзии подчеркивают фантастичность, абсурдность описываемой ситуации. Эклектичный характер цитат в «Гулливере» подчеркивает неорганичное внедрение скульптурных произведений героя в городское пространство. Эклектичность, абсурдность соединения в одном контексте стилистически разнородных интертекстуальных элементов является одним из основных приемов, реализуемых в сборнике М. Веллера «Легенды Арбата».

Ключевые слова: интертекстуальные элементы, языковая игра, цитата, аллюзия, прецедентные феномены, стилистический контраст, художественный текст.

Проблема межтекстового взаимодействия давно интересует исследователей. И, хотя в последнее время появилось множество работ, посвященных интертексту и интертекстуальности в сфере художественного дискурса, тем не менее, эту проблему нельзя считать исчерпанной. Под интертекстуальностью, как

правило, понимается «присутствие в тексте более или менее маркированных следов других текстов в виде цитат, аллюзий или целых введенных рассказов» [Арнольд 1992: 53]. В монографии «Интертекст в мире текстов: контрапункт интертекстуальности» Н. А. Фатеева предлагает вариант классификации интертекстуальных элементов, включающей следующие разновидности: цитата (с атрибуцией и без), аллюзия неатрибутивная, аллюзия с атрибуцией, центонные тексты, цитаты-заглавия, эпиграфы, интертекст-пересказ, дописывание «чужого» текста, интертекст как троп или стилистическая фигура и др. [Фатеева 2007: 122-158].

Безусловно, наиболее распространенными и неоднократно описанными в литературе видами интертекстуальных элементов являются цитата и аллюзия. Но если определение цитаты не вызывает особых расхождений, то в понимании термина «аллюзия» нет однозначности. Ср.: «**Аллюзия** (от лат. *allusio* – намёк, шутка) – стилистический прием; употребление в речи или в художественном произведении ходового выражения в качестве намёка на хорошо известный факт, исторический или бытовой... Многие крылатые слова и выражения основаны на А.» [Квятковский 1998: 22-23]. «**Аллюзия** – заимствование определенных элементов претекста, по которым происходит их узнавание в тексте-реципиенте, где и осуществляется их предикация». «От цитаты аллюзию отличает то, что заимствование элементов происходит выборочно, а целое высказывание или строка текста-донора... присутствуют как бы «за текстом» – только имплицитно» [Фатеева 2007: 128, 129]. Из приведенных определений видно, что аллюзия может пониматься как намек на определенный исторический факт или известное имя (например, в работах Арнольд [Арнольд 1992: 53]), как отсылка к претексту, чаще всего литературному, и даже как крылатое выражение).

Мы придерживаемся широкого понимания аллюзии как отсылки и к известному топониму, антропониму (прецедентному имени), и к историческому событию (прецедентной ситуации), и к литературному тексту (прецедентному тексту). Рамки статьи не позволяют подробно рассматривать вопрос о соотношении понятий «аллюзия», «прецедентный феномен», «прецедентный

текст» и т.п. Подробнее о проблеме «прецедентности» см., например, в: [Петрова 2010].

Проблема интертекстуальности оказывается особенно актуальной в связи с анализом текстов постмодернистской литературы: «ранее интертекстуальность являлась лишь одним из приемов наряду с другими, а сейчас это самый выдвинутый прием и неотъемлемая часть постмодернистского дискурса... Если ранее, в начале XX века, авторы стремились ассимилировать интертекст в своем тексте... ввести мотивировку интертекстуализации, то конец века отличает стремление к диссимилиации, к введению формальных маркеров межтекстовой связи, к метатекстовой игре с «чужим» текстом» [Фатеева 2007: 31-32]. Таким образом, наличие интертекстуальных элементов в современной художественной литературе обусловлено в первую очередь сознательной установкой автора на языковую игру. Не случайно Т. А. Гридина в качестве одного из основополагающих принципов языковой игры в художественном тексте выделяет аллюзивный [Гридина 2008], особо подчеркивая значимость аллюзивной игры в создании разного рода «оценочных импликатур» [Гридина 2009].

Цель данной статьи – проанализировать игровой потенциал основных интертекстуальных элементов (цитаты, аллюзии и др.), представленных в творчестве М. Веллера, а также степень их эстетической целесообразности. В качестве материала исследования выбран сборник «Легенды Арбата» (2009), что обусловлено особенностями стиля данного автора, его очевидной склонностью к языковой игре, проявляющейся в произведениях различных жанров (см. об этом подробнее в: [Авдеева 2011]).

Широкую популярность писателю принесли «Легенды Невского проспекта» (1993). Позже, видимо, желая повторить успех, он создал «Легенды Арбата» (2009). «*Легенда* – 2. Предание, необыкновенная история, выданная за достоверную, приукрашенная достоверная история» [БСИС: 346]. «Как литературный жанр *легенда* – небольшой рассказ в прозе или стихах, построенный на материалах народных преданий» [Квятковский 1998: 167]. «Легенды» в сборниках М. Веллера – это произведения, сюжет которых основывается на неких мифологизированных в народном сознании историях.

Во вступлении к сборнику автор своеобразно объясняет специфику жанра: «В Москве есть все, кроме правды... Образ героя гуляет сам по себе... Автор не отвечает за фольклор и не властен над мифом» [Веллер 2015: 3]. Показательно, что уже в это минивступление М. Веллер щедро включает цитаты и аллюзии: *А она вертится; Но что делать с шилом в мешке...; Москва – звонят колокола!* и т.п. Показательно это совмещение отсылки к крылатому выражению «А все-таки она вертится», приписываемому Г. Галилею («фраза-символ уверенности человека в своей правоте, как бы и кто бы ни стремился эту уверенность поколебать» [Крылатые слова 2003: 9]), и цитаты из «попсовой» песни Газманова. Автор задает таким образом некоторую ироничную тональность, в которой выдержаны все «Легенды Арбата», некий стилистический контраст высокого и низкого, истории и вымысла.

Сборник разделен на четыре части, каждая из которых завершается набором цитат или *псевдоцитат*: «Членораздельно», «Медные трубы», «Алмазный мой резец», «Златоуст». Степень достоверности цитирования соответствует, на наш взгляд, жанру «легенды»: это цитирование *по мотивам*. Скорее всего, цитата придумана, но очень соответствует приписываемому историческому лицу. Ограничимся примером из «Членораздельно»: «Такого никогда не было. И вот опять! *Виктор Черномырдин*» [Веллер 2015: 67].

В сборнике представлено такое средство межтекстовой связи, как *цитата-заглавие*. При этом цитаты-заглавия используются и собственно в названиях «легенд»: «Подвиг разведчика», «Гулливвер», «Романс о влюбленных», «Пятикнижие» – и непосредственно в тексте: «*Путешествие из Петербурга в Москву* есть важнейшее в русской истории. Здесь ехал Радищев, здесь ехала Анна Каренина...» («Милицейский протокол») (Курсив везде наш. – Г.А.) [Веллер 2015: 299]. Показательно, что цитата-заглавие атрибутирована, но включение ее в текст не имеет глубинного смысла и носит, скорее, иронический характер, поскольку далее пойдет речь о путешествии свиней из Петербурга в Москву. В данном случае, как и во многих других в анализируемом сборнике, мы имеем дело со стилистическим контрастом: «интертекстуальная связь приобретает характер каламбу-

ра, гиперболы... соединяются «высокий» и «низкий» регистры...» [Фатеева 2007: 33].

Необходимо отметить обилие *литературных цитат*, в том числе частично трансформированных: «*Мавр сделал свое дело? Пшел в Мавританию*» («Пятикнижие») [Веллер 2015: 31]. Речь идет об отставке Хрущева. *Мавр сделал свое дело, мавр может уходить*: «Фраза-символ потребительского отношения к человеку, которого сначала цинично использовали в каких-либо целях, а потом, вместо благодарности, отвернулись от него» [Крылатые слова 2003: 388]. Крылатое выражение соответствует контексту. Грубо-просторечная форма «пшел» точно передает отношение советского госаппарата к бывшим руководителям, чиновникам.

Интересно использование цитат из детских произведений, в частности К. Чуковского: «*Волки от испуга скушали друг друга. Что вы имеете в виду, товарищ Егорычев?*» («Пятикнижие»). «*Вдруг из маминой из спальни кривоногий и хромой выбегает из какой-то кельи герр офицер в фуражке с высокой тульей*» («На театре»). «*Где убийца, где злодей... не собрать ему костей*» («Милицейский протокол») [Веллер 2015: 32, 60, 307]. В первом случае цитата подчеркивает степень страха, который испытывают советские архитекторы в ответ на критику начальства. Во втором фрагменте отсылка к «детскому» тексту придает еще большую комичность ситуации, подчеркивает абсурдность происходящего на сцене.

Из представленных в сборнике *аллюзий* следует отметить *библейские*: *соломоново решение* («Пятикнижие»); *мифологические*: «Сюжет с *троянским конем* положил свою тень на беззащитный пейзаж...» («Гулливер») [3, с. 101]; и разнообразные *фольклорные* аллюзии, в первую очередь – сказочные. Особенно богата фольклорными аллюзиями (и не только!) легенда «Пятикнижие». Обратимся к тексту этого произведения.

Основной сюжет – планирование застройки Калининского проспекта, проект современных высотных зданий: «Эдакий застенчивый сплав тонкой православной нити с ударным коммунистическим стержнем... оплот трудящегося человечества, город будущего. Архитекторы засучили рукава; а Никиту Сергеевича Хрущева с его *громадьем планов* тут поперли на пенсию. Привыкать ли нам к переворотам. Что ни 20 лет – то новая кон-

ституция. Всегда *довариваем суп при следующем топоре*» [Веллер 2015: 31]. Данный фрагмент примечателен эклектичным соединением разнородных явлений: православие соединяется с коммунизмом; советский штамп («оплот трудящегося человечества») с отсылкой к сказочному сюжету. Все это подчеркивает нелепость самого проекта, а, точнее, изначальную неопределенность требований к проекту со стороны партийного руководства. Отсылка к сюжету про суп из топора актуализирует неожиданный для читателя смысл. «Топор» становится символом власти, которая мало того, что ставить неопределенные задачи, явно неосуществимые, но может и покарать за их невыполнение. Логично возникает обращение и к другому сказочному сюжету: «Мудрый народ давно понял начальство: *«Поди туда, не знаю куда, подай то, не знаю что»*» [Веллер 2015: 35]. Несколько вариантов проекта раз за разом отвергаются партийным начальством. Следуя туманным рекомендациям, архитекторы предлагают очередной вариант застройки проспекта: *«Это есть наш последний и решительный бой! Ма-сква! – зво-нят ко-ло-ко-лла! Красное, золотое, круглое и высокое. Народно-партийный вариант будущего проспекта иллюстрировал русскую сказку: «Кто-кто в тереме живет?!» Кремлевская зубчатка, храм Спаса на Нерли и броненосец на запасном пути»* [Веллер 2015: 36]. Снова мы видим соединение стилистически и эстетически разнородных вещей (цитата из «Интернационала» и звон колоколов, храм и бронепоезд). Обращение к сказке про теремок усиливает идею несостоятельности такого варианта проекта (в финале сказки теремок был раздавлен).

«Как тогда шутили: *первый блин комом*, второй парткомом, а третий тюремным сухариком. *Семь пар железных башмаков износили, семь железных посохов изжевали*, семь железных дверей языками пролизали – и представили царю седьмой вариант архитектурного чуда. И вы знаете – понравилось!» [Веллер 2015: 37]. Сказочный рефрен про семь железных башмаков, посохов и т.п. как нельзя более точно отражает идею мученичества советских зодчих. Проще сказочному персонажу найти то самое *«не знаю что»*, чем советскому архитектору (и другим представителям творческой интеллигенции) понять, что от него хочет партийное начальство. Эта же мысль подчеркнута и обращением

к другой известной сказке: «То есть труды и дни гениев советской архитектуры напоминали *сказку про курочку-рябу*, которая какое золотое яичко ни снеси – все одно серая мышканорушка... мышшь поганая... смахнет его хвостиком и раскокает вдребезги без понятия» [Веллер 2015: 34].

Обратимся к тексту еще одного произведения из сборника «Легенда Арбата» – рассказу «Гулливер». В нем повествуется о судьбе некоего скульптора (имя Церетели появляется только в последней главе), который, создав мечту детства – монументального Гулливера, пытается пристроить свое детище, трансформируя его то в Колумба, то в Васко де Гаму, и, наконец, в Петра Великого. Этот текст особенно насыщен разного рода *литературными аллюзиями и цитатами*. В первую очередь главный герой соотносит себя с Гулливером – героем книги Свифта, и, соответственно, противопоставляет себя лилипутам – людям, которые его окружают. Детские комплексы (издевательства сверстников в школьные годы) становятся своеобразным стимулом к творчеству – созданию скульптур, сначала миниатюрных, а потом монументальных.

В одном из интервью Веллер признался, что полностью придумал эту историю: «Зураб Церетели старинного княжеского рода. Насколько я понимаю, никто его не обижал ни в детстве, ни в отрочестве, ни в юности. Все это придумано от начала и до конца... В народе давно ходил слух о том, что Петр был сделан Колумбом и предназначался к пересечению Атлантики в честь 500-летия открытия Нового Света. Гулливер – это уже мое личное развитие темы. Потому что памятник настолько выдающийся, скорее в отрицательных смыслах этого слова, что на нем грех не потоптаться» [Интервью с М. Веллером].

Весь текст Веллера, конечно, не только этого произведения, а и всего сборника, проникнут иронией. В частности, претензия героя рассказа на монументальность, значительность («гулливерство» в стране лилипутов) подчеркнута сопоставлением с фигурой Льва Толстого: «К эпохе «перестройки» работающий и рачительный скульптор *заматерел* в Москве *такой глыбой, чело-вечищем*, что Лев Толстой бы рядом не встал...» [Веллер 2015: 96]. В данной фразе присутствует аллюзия на Ленинскую оценку Льва Толстого, зафиксированную в очерке М. Горького.

В созданном скульптором Гулливере англичане увидели «мрачное пророчество атомной войны». Америка не приняла Колумба-Гулливера. «Были когда-то у Маршака стихи про недобрую страну буржуев Америку: *Старый швейцар затворяет подъезд: – Нет, – говорит он, – В Америке мест!*» [Веллер 2015: 105].

Ни Испания, ни Италия, ни Португалия также не приняли гигантского Колумба. «И тут колокол зазвонил над *колыбелью трех русских революций*» [Веллер 2015: 107]. Такой фразой, включающей перифразу-штамп, начинается 10 глава «Гулливера». В этой главе скульптор пытается подарить Петра-Гулливера Санкт-Петербургу, недавно вернувшему себе исконное наименование. Поэтому логично, что 10 глава насыщена Пушкинскими цитатами из «Медного всадника»: «*Люблю тебя, Петра творенье! – разрывался от воодушевления скульптор...*»; «*На берегу пустынных волн Стоял он дум великих полн!* – напирал творец»; «Горжествующий скульптор звенел и прыгал, что Царь-Созидатель, Строитель и *Прорубатель* именно здесь необыкновенно уместен. – *Все флаги в гости будут к нам! И запируем на просторе!* Казалось, он подкупил Пушкина, заказав рекламную поэму с последующим банкетом» [Веллер 2015: 108, 110]. В данном фрагменте значима отсылка к крылатому выражению «прорубить окно в Европу», включенная в **аллюзивный окказионализм** «Прорубатель».

Интересен случай своеобразного миницентона, который открывает последнюю главу «Гулливера»: «*Я шар земной чуть не весь обошел – и жизнь хороша, и жить хорошо. Я вернулся в мой город, знакомый до слез. Выходи на бой, чудище поганое*» [Веллер 2015: 111]. Гулливер-Петр «вернулся» в родной город своего автора. И не только он. «Как мегатонными вехами процесса Москва оказалась заставленной циклопическими истуканами Церетели» [Веллер 2015: 111]. Соединение трех разнородных, разностилевых цитат в начале главы подчеркивает эклектичность, абсурдность наполнения Москвы скульптурами Церетели. Оптимистичная и плакатная цитата из Маяковского резко контрастирует со строками Мандельштама, исполненными горечи. А последняя (третья) сказочная фраза вообще в контексте приобретает двусмысленный характер. Кто именно «чудище

поганое»? То ли это обращение скульптора к своим врагам, которые мешают внедрению скульптур в городское пространство, то ли сами творения скульптора превращаются в чудищ.

Представлены в сборнике и многочисленные **именные аллюзии** (отсылки к прецедентным именам). Как правило, их включение обусловлено установкой на комический эффект. Так, например, герои одной из «легенд» («Милицейский протокол») вынуждены сочинять абсурдные тексты милицейских протоколов, лишь бы не заниматься расследованием либо перекинуть дело другому отделению милиции: «*Але! – мы щем таланты...*». В каждом отделении воспитывается такой *Гомер*, такой *Нестор*, что классики в раю скрежещут от зависти»; «*Джекипотрошители* пишут полотно «*Последний день Помпеи*». Учебник суицидологии в примерах и картинках» [Веллер 2015: 300, 308]. Еще пример: «И вот тогда у Гайдара появился нервный тик... У *Наполеона* в критических ситуациях иногда дрожала левая икра... Гайдар оскаливается и щелкает челюстями. Выглядит это страшно даже в зеркале. Добродушный *Винни-Пух* на миг являет жесткую суть хозяина леса... Он щелкает, а в руке у него бритвенное лезвие. И лезвие дергает его по уху... И в таком виде его застаёт жена. И со сна вскрикивает. *Ван Гог*» («День рождения Гайдара») [Веллер 2015: 178]. В приведенных примерах комический эффект достигается вновь за счет стилистического контраста: сравнение современных милиционеров с древними сказителями; включение в один ряд несопоставимых фигур Наполеона (историческая личность, символ величия), Винни-Пуха (добродушный детский персонаж) и Ван-Гога (символ гениальности, граничащей с безумием).

Проведенный анализ произведений М. Веллера из сборника «Легенды Арбата» позволяет сделать следующие выводы.

В «легендах» представлены следующие разновидности интертекстуальных элементов: цитаты, псевдоцитаты (высказывания, приписываемые известным личностям, в основном, политическим деятелям), цитаты-заглавия, разнообразные аллюзии, в том числе именные, фрагмент центонного текста, аллюзивный окказионализм (*прорубатель*). Источниками аллюзий в рассматриваемых произведениях являются, прежде всего, *литературные, фольклорные, библейские, песенные* тексты, в некоторых

случаях кинофильмы, исторические факты. Наиболее интересны фольклорные и литературные аллюзии. Первые обусловлены, в частности, жанровыми признаками произведений (легенда – фольклорный жанр), как, например, в «Пятикнижии».

Разнообразные цитаты и аллюзии в текстах сборника, безусловно, служат средством языковой игры. В первую очередь они связаны с проявлением авторской иронии, в том числе за счет стилистического контраста. Можно отметить формализацию межтекстовых связей: на наш взгляд, некоторые новеллы М. Веллер излишне насыщает цитатами и аллюзиями, желая помешать читателя во что бы то ни стало. И все же в отдельных произведениях интертекстуальные элементы носят системный характер, семантически обогащают текст. Так, например, в «Пятикнижии» сказочные аллюзии подчеркивают фантастичность, абсурдность описываемой ситуации, которая больше всего соотносится с сюжетом волшебной сказки, в которой герой проходит через многие испытания, чтобы найти *«не знаю что»*. Эклектичный характер цитат в «Гулливере» подчеркивает неорганичное внедрение скульптурных произведений героя в городское пространство. Эклектичность, абсурдность соединения в одном контексте стилистически разнородных интертекстуальных элементов выступает одним из основных приемов, реализуемых в сборнике М. Веллера «Легенды Арбата».

ЛИТЕРАТУРА

Авдеева Г.А. Языковая личность современного писателя-публициста (на материале творчества М. Веллера) // Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия. Ученые записки. Филологические науки. – Нижний Тагил, 2011.

Арнольд И. В. Проблемы интертекстуальности // Вестник СПбГУ, серия 2. История, языкознание, литературоведение. 1992. Вып. 4.

Большой словарь иностранных слов (БСИС) / Сост. А. Ю. Москвин. – М., 2001.

Веллер М. Легенда Арбата. – М., 2015.

Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте: монография. – Екатеринбург, 2008.

Гридина Т.А. Оценочный контекст языковой игры в художественном тексте (на материале рассказов Т.Н. Толстой) // Оценки и ценности современном мире. Сб. научн. трудов / Под ред. С.С. Ваулиной, В.И. Грешных. – Калининград, 2009.

Интервью с Михаилом Веллером. «Через 25 лет о гослидеров путинской эпохи историки вытрут ноги...» «Новая газета» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://novayagazeta-n.ru/2010/143/mihail-veller-cherez-25-let-o-goslidirov-putinskoi-epohi-istoriki-vytrut-nogi.html>

Квятковский А. П. Школьный поэтический словарь. – М., 1998.

Крылатые слова: Энциклопедия / *Авт.-сост.* В. Серов. – М., 2003.

Петрова Н. В. Эволюция понятия «прецедентный текст» // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Выпуск № 2 (10), 2010.

Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. – М., 2007.

©Авдеева Г.Н., 2017

О. А. АДЯСОВА (ЛОКОТКОВА)
*(Уральский государственный педагогический университет,
г. Екатеринбург).*

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

Аннотация. В статье представлена характеристика основных приемов языковой игры в современной российской наружной рекламе. Отмечается лингвокультурная специфика игрового кода, транслируемая рекламными текстами в сфере продвижения банковских услуг. Особое внимание уделяется игровому эффекту, который создается взаимодействием элементов вербального и визуального ряда рекламного сообщения. Вербальный компонент рекламного текста нередко содержит отсылку к некоему обыгрываемому культурному прецеденту, считывание которого поддержано изображением, дополняющим или раскрывающим игровой подтекст рекламного предложения в сфере продвижения банковских услуг.

Ключевые слова: языковая игра, рекламная коммуникация, креолизованный рекламный текст, лингвокультурные ценности, рекламный дискурс, лингвокультурология.

В настоящее время реклама является одним из наиболее популярных способов не только продвижения товара или услуги с определенной экономической выгодой, но и средством коммуникации, выполняющим особую роль в процессе формирования социального информационного пространства как своего рода модели, «предписывающей» некие нормы поведения в социуме. Воздействие рекламного текста на сознание потенциальных потребителей с неизбежностью опирается на ценностные приоритеты представителей (носителей) определенной лингвокультуры. В этом отношении несомненный интерес представляет российская наружная реклама в сфере банковских услуг.

Наружная реклама, размещаемая на внешних носителях (билбордах, растяжках, постерах, баннерах, даже на транспортных средствах и т.п.), является особой формой презентации

предлагаемого товара или услуги, поскольку должна обладать способностью привлекать внимание потенциальных потребителей, которые воспринимают информацию «на ходу», как часть городского дизайна. Здесь особую значимость приобретает сочетание вербального и визуального ряда. В процессе восприятия такого креолизованного текста происходит двойное декодирование представленной информации (см.: [Гридина, Коновалова, Воробьева 2015: 70-76]).

Зачастую именно в соединении и взаимодействии вербального и невербального компонентов рекламного текста отражаются разного рода проявления языковой игры, которая используется как эффективное средство воздействия на адресата рекламного сообщения.

В определении языковой игры мы опираемся на концепцию Т.А. Гридиной, которая рассматривает данный феномен как «особую форму лингвокреативного мышления, основанного на ассоциативных механизмах и проявляющего способность говорящих к намеренному использованию нестандартного языкового кода в разных ситуациях речевой деятельности» [Гридина, 2008: 4]. В частности, в моделировании вербального ряда рекламного текста могут быть задействованы разноуровневые «коды языковой игры»: фонетический, графический, словообразовательный, мотивационный и др.» (см. [Гридина 2009]). «Конструктивные принципы языковой игры реализуют стратегию ломки, переключения ассоциативных стереотипов восприятия, порождения и употребления знака» [Гридина 1996]. Эффект языковой игры не только привлекает внимание к обозначаемому, но и «требует от адресата лингвокреативных усилий, стимулируя более углубленную, направленную рефлекссию над формой и содержанием речи» [Гридина 2016: 143-157]. Это в полной мере относится и к рекламному сообщению, созданному с использованием языковой игры.

Л. П. Амири под языковой игрой в рекламном тексте понимает «осознанное нарушение стереотипа, закономерностей функционирования языковых единиц в определенном окружении и нормы в языковом понимании социума и конкретного индивида, используемое для усиления выразительности рекламно-

го текста с определенной материальной целью – продажей рекламируемого товара или услуги» [Амири 2014: 109].

Для усиления игрового эффекта и большего воздействия на потенциального потребителя могут одновременно использоваться несколько игровых приемов. При этом актуализируется многослойность игрового элемента. В рекламном тексте наиболее ярко эта многослойность может быть выражена в игровом сочетании элементов вербального и невербального уровней.

В качестве материала исследования в данной статье нами были выбраны баннеры с российской рекламой банковских услуг, представляющей собой креолизованный текст. Вербальный компонент таких рекламных текстов нередко содержит отсылку к некоему обыгрываемому культурному прецеденту, считывание которого поддержано изображением, дополняющим или раскрывающим игровой подтекст рекламного предложения. Особым предметом нашего интереса явилась лингвокультурная специфика языковой игры в данной сфере предьявления рекламных услуг. В ходе анализа были выявлены следующие, часто встречающиеся приемы языковой игры, которые характеризуются наиболее ярко выраженной этнокультурной специфичностью.

1. Стилизация под советские лозунги. При этом стилизация проявляется как на вербальном, так и на невербальном уровнях.



Рис.1



Рис.2



Рис.3.

В рекламных баннерах СКБ-банка короткие стихотворные слоганы в стиле советских лозунгов подкрепляются не менее яркими изображениями, отсылающими к тому же историческому периоду (пионер, рабочий-сталевар, бдительный гражданин – см. рис.1, 2, 3). Цель подобной стилизации видится в том, чтобы за счет отсылок к советскому прошлому вызвать «отклик» на рекламное предложение у аудитории определенной возрастной категории. Положительный эффект воздействия моделируется когнитивной метафорой «банк – надежный друг, который всегда придет на помощь, обеспечит стабильность существования в любой кризисной ситуации» (ср.: «У тебя теперь есть друг...» –

рис.1; «Подумай головой: какой же банк надежный, а какой плохой? – рис.2). Ср. использование в рекламе (рис. 3) жаргонного глагола *очковать* «бояться, трусить», применительно к ситуации принятия решения о банковском вкладе – «сомневаться» (визуальный ряд обыгрывает этот смысл: на баннере изображен нерешительный клиент, у которого «с наличкой тревожно»; взгляд вверх очков – сигнал сомнения и одновременно заинтересованности выгодным предложением. Лозунговый призыв, подкрепленный оценочной семантикой прилагательного *надежный* (о банке), апеллирует к доверию потребителя, обещая поддержку. Происходит ассоциативное отождествление ценностей дружбы, надежности и банковского имиджа.

2. Столкновение переносного значения с прямым толкованием выражения / лексемы. При этом прямое толкование отражается в визуальном ряде.

Для реализации данного эффекта применяются следующие приемы языковой игры:

- визуальная буквализация фразеологических выражений (рис. 4).

ИПОТЕКА

НА КРЕДИТАХ
МЫ СОБАКУ СЪЕЛИ!

10 ПСК
в рублях**

*Фразеологизм, означающий «быть знатоком».
** Полная стоимость кредита по формуле Банка России, без учета расходов на страхование.
Сумма 20 млн рублей, срок 360 мес. Первоначальный взнос – от 5%.
АКБ – ИнвестторгБанк (САО)

ИНВЕСТИТОРГБАНК www.ITB.ru
(495) 739-45-55

Рис. 4

Значение фразеологизма *собаку съесть* – «быть знатоком в каком-либо деле, иметь большой навык, опыт в чем-либо» [Фразеологический словарь... 2003: 488] – в данном случае представлено в буквальной интерпретации на невербальном уровне, что обуславливает эффект каламбура. В слогане (вербальном коде рекламного текста) отражается переносное значение фразеологизма, акцентирующее большой опыт банка в области предлагаемых услуг. В невербальном коде – прямое толкование фразеологизма: на плакате изображен кот с хот-догом. Обыгрывание фразеологизма *собаку съесть* заключается в ассоциативном наложении значений разноязычных «эквивалентов»: англ. *dog* – «собака». Ср. также всплывающую фразеологическую аллюзию *кататься, как кот в масле* – о безбедной, обеспеченной жизни (намек на то, что такую жизнь может обеспечить выгодный банковский вклад).

- обыгрывание значений жаргонизированных выражений и слов, репрезентированных как в вербальном, так и в визуальном коде рекламного сообщения (рис. 5, 6, 7, 8, 9).



Рис. 5

Раздаем капусту
хватит на всех!



КРЕДИТЫ

- наличными и для бизнеса
- платежи от 1000 руб. в месяц

www.trust.ru
(495) 647-90-44

Расчет производится для кредита «Деньги сейчас» в НБ «ТРАСТ» (ОАО), сумма кредита – 12248 рублей, срок кредита – 18 месяцев, ставка – 19,9 % годовых, ежемесячные комиссии от суммы кредита – 1,00%, ежемесячный платеж аннуитетный (с округлением для целого числа в большую сторону), НБ «ТРАСТ» (ОАО).

Рис. 6

В современной (особенно молодежной) субкультуре достаточно распространено употребление слов *капуста* и *бабки* как жаргонизированных обозначений слова *деньги*. Серии рекламных баннеров банков Trust СКБ-банка построены на обыгрывании именно этих жаргонизмов.

Так, в рекламе банка Trust обыгрывание лексемы *капуста* в значении «деньги» находит отражение на невербальном уровне. На рис. 5, 6 рядом со слоганами *Вырастим капусту вместе*, *Раздаем капусту. Хватит на всех* на баннере изображаются дети с кочанами капусты в руках, что отсылает адресата к одному из традиционных представлений русской лингвокультуры о том, что детей находят в капусте. При этом удачно обыгрывается ассоциативная связь между *капуста* и *расти*, актуализирующая одновременно и прямой, и переносный смыслы этих слов и «высвечивающая» импликацию, которая определяет цель рекламного предложения. Суть языковой игры состоит в отражении двух планов ключевых слов (*вырастить* и *капуста*) в содержании рекламного слогана: с одной стороны, выражение *вырастим капусту* имеет смысл: «приумножим Ваши деньги» (в виде роста процентов от вкладов), с другой стороны, актуализирован буквальный смысл выражения: «Вырастить и обеспечить детей всем необходимым поможет банковский вклад».

СКБ-Банк для рекламы своих услуг создал серию рекламных баннеров с изображением бабушек и использовал в рекламных слоганах еще одно жаргонное слово – *бабки* (деньги). В рекламе удачно обыгрывается лексема *бабки*, подкрепленная визуальным рядом, в частности, в представленных баннерах (рис. 7, 8, 9).



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9

Характерно, что языковая игра, как и в предыдущих примерах, строится на следующем сочетании двух планов: на вербальном уровне передается иносказательное или переносное значение фразы, а на визуальном уровне это высказывание представлено буквально. Так, например, слоган с элементом *быстрые бабки* в значении «деньги по кредиту, которые можно достаточно быстро получить в данном банке», подкрепляется визуальным рядом с изображением бабушек, которые едут на велосипедах. При этом вокруг них снова возникает изображение вилок капусты, как визуальная репрезентация слова *деньги*.

Второй слоган – *Запаси бабок по максимуму* – в значении «сохрани и приумножь свои деньги с помощью вкладов данного

банка» сопровождается визуальным рядом, изображающим бабушек с сумками, забитыми вилокми капусты. Здесь снова происходит двойное обыгрывание слов *бабки* и *капуста* в значении «деньги» на вербальном уровне (в рекламном слогане) и в визуальном ряде.

Таким образом, мы видим, что языковая игра в современной наружной рекламе, в частности в рекламе банковских услуг, характеризуется лингвокультурной специфичностью, что проявляется в игровом соединении элементов вербального и визуально-рядов.

ЛИТЕРАТУРА

Амири Л. П. Комбинирование разновидностей языковой игры как дискурсивная особенность коммуникативного пространства рекламы // Вестник славянских культур. 2014. Т. 31. № 1.

Гридина Т. А., Коновалова Н. И., Воробьева Н. А. Невербальная коммуникация: практикум. – Екатеринбург, 2015.

Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. – Екатеринбург, 2008.

Гридина Т. А. Лингвокреативные механизмы порождения текста: экспериментальный ресурс языковой игры // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. 2016. Т. 7. № 7.

Гридина Т. А. Коды языковой игры в рекламном дискурсе // Речевая коммуникация в современной России: мат-лы Межд. научн. конф. (Омск 27-29 апреля 2009). – Омск, 2009.

Куранова Т. П., Кабанова, П. А. Вербальные и визуальные средства воздействия в региональной наружной рекламе // Ярославский педагогический вестник. 2013. № 2. Т. 1.

Мощева С. В. Креолизованный рекламный текст [Электронный ресурс]. URL: <https://www.isuct.ru/e-publ/vgf/sites/ru.e-publ.vgf/files/2007/vgf-2007-02-148.pdf>.

Рябова Н. И. Языковая игра в рекламном тексте // Культура и сервис: взаимодействие, инновации, подготовка кадров: материалы 1-й межрегиональной научно-практической конференции. – СПб., 2009.

Фразеологический словарь русского языка / автор. коллектив: И. В. Федосов, А. Н. Лапицкий. – М., 2003.

©Адясова (Локоткова) О.А., 2017

Е. И. БЕГЛОВА
(Нижегородская академия МВД России,
г. Нижний Новгород)

ПОТЕНЦИАЛ НЕНОРМИРОВАННЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ РЕЧИ

Аннотация. В статье рассматривается специфика употребления ненормированной лексики в современной газетной речи. Особое внимание уделено газетному тексту 2010-х гг. Проанализированы газетные заголовки, содержащие жаргонную и просторечную лексику, с точки зрения выполняемых данными словами функций. Исследовано и внутритекстовое употребление ненормированной лексики в газетном тексте с учетом ее роли в выражении авторской интенции и реализации конкретных прагматических задач. Лингвистический и стилистический анализ нескольких газетных текстов 2010-х гг. показал, что ненормированная лексика и фразеология в современном газетном тексте используется адресантом мотивированно в отличие от аналогичного использования ненормированной лексики в 1990-е гг., что свидетельствует о повышении уровня профессиональной и языковой компетентности современного адресанта газетной речи.

Ключевые слова: газетный текст, жаргонная, просторечная лексика, функция ненормированного слова, медиадискурс, средства массовой информации, язык СМИ.

В данной статье мы рассмотрим лишь часть ненормированных лексических средств, которые используются в газетной речи последних пяти лет: жаргонную и разговорно-просторечную лексику. Следует заметить, что в настоящее время активно исследуются виды и роль неологической лексики в современной публицистике, в том числе и в газетной речи [Радибурская 2016].

При изучении ненормированной лексики в современном газетном тексте важно учитывать тот факт, что просторечная, жаргонная и неологическая лексика является традиционным средством создания экспрессивности, эмоциональности и оце-

ночности газетного текста. Однако наряду с традиционными функциями (экспрессивной, эмоциональной, аксиологической) ненормированная лексика в современной газетной речи реализует и другие функции, связанные с манипуляцией сознанием адресата, созданием интриги и выражением позиции адресанта текста. Выполнение названных функций ненормированной лексикой может быть обусловлено механизмами языковой игры, настроен на диалог адресанта и адресата [Гридина 2004; Гридина, Нифонтова 2016]. Подтвердим сказанное лингвостилистическим анализом газетных текстов и заголовков в частности.

По нашим наблюдениям, разговорно-просторечная и жаргонная лексика в языке газеты встречается, прежде всего, в заголовках, привлекая внимание адресата и отражая его речевые предпочтения. Ср., например, заголовок «Бродский *приложил* коллег»; предтекст: *Не публиковавшееся ранее интервью Иосифа Бродского, которое он дал в 1972 году австрийской переводчице и славистке Элизабет Маркштейн, вызвало резонанс в литературных кругах (Собеседник. № 41. 2013. С.23.)*. В тексте адресанта цитируются мнения известного поэта XX века Иосифа Бродского о конкретных поэтах, служащие оценкой их творчества или их самих как личностей. Газетный текст построен на основе другого текста – беседы-интервью, которое дал И. Бродский зарубежной журналистке. Лексема *приложить* в русском литературном языке имеет несколько значений: 1) приблизиться вплотную к чему-нибудь, 2) прибавить к чему-либо, присоединить, 3) направить действие чего-либо на что-либо, применить, 5) разговорное, ударить [СТСРЯ 2004: 613]. В заголовке жаргонизм *приложил* семантически обновляется, получая эвфемистическое значение «отозвался нелестно, поругал», что позволяет адресанту продемонстрировать отрицательную оценку речевого и этического поведения И. Бродского. В этой же статье даётся информация, раскрывающая причины резких оценок поэтов И. Бродским: «Беседа была опубликована сразу после кончины Маркштейн 15 октября 2013 года. На все вопросы Элизабет о тех или иных поэтах Иосиф Александрович отвечает довольно резко: «абсолютный эклектик и не очень высокого качества... стихи его очень скучны» (о Чухонцеве), «плохой поэт, совсем плохой» (о Коржавине), «поэт очень плохой, и человек

он ещё худший» (о Евтушенко). Правда, в отношении Евтушенко Бродский все-таки **сподобился на относительный комплимент**: *«Он гораздо лучше, с моей точки зрения, чем, допустим, Вознесенский»*, от которого *«мне просто делается физически худо»*. К числу «хороших» Бродский отнёс лишь трех поэтов – Евгения Рейна, Анатолия Наймана и Дмитрия Бобышева. Эта записанная на пленку беседа частично объясняет прохладное отношение к Бродскому некоторых его коллег по цеху. Евтушенко на прошлой неделе отчасти ответил на это своей беседой с Соломоном Волковым на «Первом канале» – в примирительном, впрочем, тоне: *«Я считаю Бродского человеком, с которым мы еще не договорили»...* (Конст. Баканов. *Собеседник. № 41. 2013. С.23.*)

Пренебрежительное отношение адресанта газетного текста к мнению И. Бродского об известных поэтах усиливается просторечным словом с отрицательной окраской **сподобился** – **сподобился на относительный комплимент** (в адрес Е. Евтушенко). В данном тексте жаргонное и просторечное слова выполняют аксиологическую функцию и функцию интриги внимания адресата. Такого рода мотивированное использование ненормированной лексики усиливает отрицательную тональность оценок некоторых поэтов И. Бродским и одновременно демонстрирует созданную адресантом иронию по отношению к поведению самого И. Бродского, дающего интервью западной журналистке.

Заголовки текстов современных СМИ представляют для лингвистов интерес с точки зрения создания экспрессии, оценочности формы и содержания. Как показывают исследования, часто такого рода заголовки отражают разные приёмы языковой игры [Торопкина 2016].

Произведём лингвостилистический и прагматический анализ ещё одного заголовка газетной заметки – **«Красава»**. *«Владимир Путин принял в Кремле своего коллегу по названию (но не по должности) – президента ФИФА Джанни Инфантино. По ходу встречи спортивный функционер презентовал фирменный мяч Кубка конфедераций 2017 года с дворовым названием «Красава», которое вряд ли удастся перевести самостоятельно хоть одному иностранцу. Путин несколько раз набил мяч на ногу, что, видимо, должно было сделать подарок ещё более*

ценным. Удастся ли с такой же лёгкостью найти деньги на проведение уже чемпионата мира по футболу, мы узнаем всего через полтора года. Точка невозврата пройдена, и отпасовать кому-то проведение ЧМ уже не получится даже при всём желании (Собеседник.30.11-06.12.2016. С.2.).

Адресант данного текста не объясняет значение жаргонного слова *красава*, но в тексте сопровождает его определением-эпитетом *дворовый*, имеющим также ненормированное значение («молодёжное, экспрессивное название от слова *красивый*»). Жаргонизм *красава* с точки зрения значения содержит сему «красивый», но в нём доминирует эмоциональный компонент, точнее жаргонное слово *красава* является сгустком эмоций, выражающих радость, восхищение, и это слово характерно для разговорной речи, в частности для речи людей, увлекающихся профессионально или непрофессионально (в качестве хобби) футболом, волейболом. Именование мяча жаргонным словом, свойственным речи спортсменов или любителей определённых видов спорта, придаёт особую значимость подарку и эксплицирует положительную оценку предстоящего чемпионата мира по футболу как героями текста, так и его адресантом.

Сравнивая использование разговорно-просторечной и жаргонной лексики в газетных текстах начала 2000-х гг. и 2010-х гг., можно утверждать, что в 2010-е гг. ненормированная лексика в газетной речи употребляется в большей степени мотивированно, прежде всего, авторской интенцией или коммуникативно-прагматическими задачами, ориентированными на диалог адресанта с адресатом. Реже, по сравнению с разговорно-просторечной лексикой, наблюдается использование жаргонной лексики, которая была частотна в печатных СМИ в 1990-е гг. и в начале 2000-х гг. [Беглова 2008, 2011, 2016].

Можно также утверждать, что в современных газетных заголовках использование ненормированной лексики и фразеологии ориентировано на общие фоновые знания адресанта и адресата, вызывающие различного рода ассоциации, апеллирующие к механизмам языковой (словесной) игры, а также к литературным значениям слов, особенно если они являются многозначными или омонимичными, что также способствует языковой игре.

Внутритекстовое употребление жаргонизмов встречается редко и мотивируется речевой характеристикой социальных или профессиональных групп, о которых идёт речь в тексте. См., например, газетную информацию об уходе с поста главного санитарного врача Геннадия Онищенко в октябре 2013 г.: *Однако я уверен, что Онищенко «уходят» именно за политику. Как выразился неназванный источник из Белого дома: «Возможно, он потерял разум»* (МК. 30.10.- 06.11. 2013. С. 5. Матвей Ганапольский, обозреватель «Эха Москвы»). Ст. «Онищенко без срока годности»). Значение глагола *уходить* предполагает сему «по своему желанию», но в тексте в результате нарушения грамматической сочетаемости это нормированное слово приобретает ненормированное, жаргонное значение «увольняют, заставляют уйти», эксплицируя скрытый смысл причин ухода с поста главного санитарного врача России. В другом газетном тексте 2013 г. подтверждаются истинные причины ухода с должности Г.Г. Онищенко. *«После распада СССР и появления в новых государствах собственной бизнес-элиты, у последней сложилось впечатление, что российский пипл схавает всё, что они поставят. Он ведь, пипл этот, еще помнит качественные грузинские и молдавские вина и коньяки, прибалтийское молоко и сметану, украинские сладости. Однако номер не прошёл. «Бодяга», как её в одном из интервью назвал сам Онищенко, не прокатила. А поскольку местные элиты, чьи интересы таким образом ущемил Геннадий Григорьевич, и власти новых государств – это практически одно и то же, истерика сразу приобрела политический характер. «Имперские амбиции», «политический диктат», «выкручивание рук» – в общем, стандартный набор (Культура. № 39, 01 – 07.11. 2013. С.9. Вадим Бондарь. «А вы – Онищенко, Онищенко...»)*. Жаргонизмы *пипл*, *схавает*, *не прокатила*, а также разговорно-просторечная фразеологическая единица (ФЕ) *номер не прошёл* – «задуманное не сбылось», жаргонная ФЕ *пипл схавает* (1) «народ съест», 2) «народ признает, примет что-либо как должное, нормальное») имплицитно передают подтекст, передающий отрицательное отношение адресанта текста к так называемой элите – материально обеспеченным людям, противопоставляющим себя большей части людей, живущих скромно, и создают саркастическую тональность

текста. *Пипл* – народ, *схавает* – съест; глагольная словоформа *не прокатила* в контексте получает семантическое приращение «о неосуществившихся идее, действии», выступая как жаргонное слово; в словарях как просторечное слово *прокатить* имеет омонимичные значения: 1) не избрать в кандидаты, 2) обмануть, обхитрить [ССРГ 2003: 437], в словаре сленга [Никитина 2003: 364] как жаргонные отмечаются два значения «обмануть», «иметь успех»; разговорно-просторечное слово *бодяга* – ерунда [ССРГ 2003: 36], разговорное, сниженное; долгие пустые разговоры (*тянуть бодягу, разводит бодягу* – тянуть время, заниматься пустяками) [СТСРЯ 2004: 49]. В этом тексте, с одной стороны, просторечные и жаргонные слова являются вербальными знаками речевых предпочтений «элиты», с другой – средством выражения отрицательной оценки описываемых явлений (в данном тексте в речи Г.Г. Онищенко).

Таким образом, лингвистический и коммуникативно-прагматический анализ нескольких газетных текстов показал, что употребление адресантом современного газетного текста разговорно-просторечной, жаргонной лексики и фразеологии обуславливается авторской интенцией: создать нужную эмоциональную тональность текста при описании отрицательных общественных явлений, сформировать у адресата оценку конкретного явления (манипулятивная функция), выразить собственную оценку, продемонстрировать этические или речевые предпочтения людей разного социального статуса и разного уровня благосостояния.

В газетных заголовках ненормированная лексика и фразеология – средство создания интриги внимания адресата, поэтому используются приёмы языковой (словесной) игры, основанные на ассоциативных связях ненормированных лексических средств с нормированными, полисемичными, омонимичными, что обусловлено фоновыми знаниями адресанта текста и адресата: бытовыми, культурными, профессиональными и др.

ЛИТЕРАТУРА

Беглова Е.И. Жаргонная лексика современных молодежных объединений как посредник между неcodифицированной и литературной лексикой // Семантика и функционирование языко-

вых единиц в разных типах речи / *под ред.* Е.Н. Лагузовой. – Ярославль, 2008.

Беглова Е.И. Активные процессы в русской лексике первого десятилетия XXI века // Семантика и функционирование языковых единиц в разных типах речи: Сб. статей по материалам Международной научной конф., посв. 1000-летию г. Ярославля. Часть 2. – Ярославль, 2011.

Беглова Е.И. Разговорная лексика в текстах современной газеты // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации: история и современность. Вып. IV. – М., 2016.

Гридина Т.А. Игровой дискурс в современной языковой ситуации // Язык. Система. Личность: Языковая игра. Онтогенез речевой деятельности. Дискурсивная презентация языковой личности. – Екатеринбург, 2004.

Гридина Т.А., Нифонтова А.В. Игровые практики современных телешоу // *Linguistica Juvenis*. 2016. №18.

Никитина Т.Г. Молодёжный сленг: толковый словарь. – М., 2003.

Плотникова А.М. Профессиональная некомпетентность как поле языковой игры // Язык. Система. Личность: лингвистика креатива Уральский филологический вестник. № 2. – Екатеринбург, 2016.

Рацибурская Л.В. Сложные новообразования как игровая составляющая современных медиатекстов // Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. Уральский филологический вестник № 2. – Екатеринбург, 2016.

ССРГ – *Словарь современного русского города / под ред.* Б.И. Осипова. – М., 2003.

СТСРЯ – *Современный толковый словарь русского языка / гл. ред.* С.А. Кузнецов. – М., 2004.

Торопкина В.А. Поликодовость заголовков современных медиатекстов в аспекте языковой игры // Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. Уральский филологический вестник. № 2. – Екатеринбург, 2016.

©Беглова Е.И., 2017

О. Е. ВОРОНИЧЕВ

(Брянский государственный университет имени академика
И. Г. Петровского, г. Брянск)

КАЛАМБУР В РЯДУ СМЕЖНЫХ ФЕНОМЕНОВ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

Аннотация. В статье рассматриваются дифференциальные и интегральные признаки каламбура на фоне таких смежных феноменов и синонимических понятий языковой игры, как игра слов, каламбурность, стилистический прием или фигура, языковая шутка и острота. Исследуются соотношение и объём анализируемых понятий, приводятся аргументы в пользу того, что каламбур представляет собой основной вид языковой игры, широкое семантико-фонетическое явление экспрессивной речи, совмещающее признаки стилистического приема и малоформатного жанра, в силу чего понятие *каламбур* логично признать тождественным игре слов, но следует отличать, с одной стороны, от собственно стилистических фигур речи, которые могут быть только его конструктивной основой, и, с другой стороны, от языковой шутки и остроты как феноменов, имеющих преимущественно жанровую природу.

Ключевые слова: языковая игра, каламбур, шутка, острота, экспрессивная речь, стилистическая фигура, семантико-фонетическое явление, малоформатный жанр.

Мы не видим существенных различий между понятиями *стилистический прием*, *прием языковой игры*, *стилистическая фигура* и *риторическая фигура*, которые «можно противопоставить...**только функционально** (выделено автором. – О.В.)» [Москвин 2007: 3], поэтому вслед за В.П. Москвиным рассматриваем их как дублетные.

Как показывают наши наблюдения и сопоставительный анализ точек зрения разных исследователей, каламбур неправомерно относить к тропам или фигурам (системная классификация образных средств языка остается «актуальной и сложной проблемой» [Мезенин 1984: 7]), как и нет реальных оснований,

например, для того, чтобы разводить и противопоставлять понятия *каламбур*, *каламбурное сближение языковых единиц* [Куранова 2008: 12] и *каламбурность*, поскольку это широкое стилистическое явление, в какой-то степени сходное по своей лингвистической природе с малой жанровой формой в том, что реализует себя в конкретных стилистических приемах: амфиболии, антанаклазе, каламбурной зевгме, паронимической аттракции, парехезе, псевдозвфемии, псевдоэтимологизации, фонетической аллюзии, хиазме и многих других.

Вместе с тем термин *каламбурность*, на наш взгляд, логично считать более общим и отвлеченным, чем *каламбур*, и употреблять при анализе фонетико-семантической связи языковых единиц на уровне как отдельного высказывания, так и текста. Поэтому термин *каламбурность*, по-видимому, в большей степени применим к прецедентным, в том числе фразеологизированным, высказываниям (или текстам) и к таким текстовым образованиям, как литературный пастиш, в том числе центон, травестия и т.п., а также к таким сравнительно обособленным жанрово-стилистическим формам, как палиндром, гетерограмма (омограмма) или анаграмма (хотя каждая из этих форм может быть стилистической каламбурной основой комбинаторного текста), а собственно каламбуром целесообразно называть стилистическую основу остроты, каламбурной шутки, каламбурного афоризма и т.п. форм, в которых имеет место характерное, «классическое» каламбурное совмещение значений, семантический сдвиг или взаимодействие по типу «соседи» (в соответствии с семантической классификацией В. З. Санникова). В то же время подчеркнем, что, несмотря на эти нюансы в содержании терминов *каламбур* и *каламбурность*, мы рассматриваем последние в целом как синонимические и, следовательно, взаимозаменяемые.

Если проанализировать характер взаимодействия элементов различных уровней языковой системы в образовании каламбура, то «прослеживается двойная диалектическая связь: между тремя компонентами (семантическим, фонетическим, графическим) в их единстве и различии, с одной стороны, и между двумя частями каламбура в их единстве и противопоставлении, с другой стороны» [Джанумов 1997: 6].

Таким образом, объективно отражающими сущность собственно каламбура мы считаем термины **семантико-фонетический (или фонетико-семантический) феномен экспрессивной речи** и **основной вид языковой игры**. С учетом неоднозначности понятия *языковая игра* наиболее корректной, хотя и обобщенной, остающейся недостаточно четко определенной квалификацией каламбура является, на наш взгляд, первое из двух названных обозначений. Аргументы в пользу нашей трактовки каламбура как широкого стилистического фонетико-семантического явления, охватывающего множество разнородных фактов, находим и в определении, данном каламбуру Г.Ф. Рахимкуловой с опорой на результаты исследования особенностей языковой игры в прозе В.Набокова: «Каламбур – понятие, которое объединяет различные виды игровых манипуляций со словом (словосочетанием, фразеологическим оборотом) в масштабах предложения, абзаца, иных единиц текста или же всего текста» [Рахимкулова 2004: 35].

В качестве синонимического наименования понятия *каламбур* наряду с термином *каламбурность* используется словосочетание *игра слов*. В исследованиях каламбура представлены четыре варианта соотношения понятий *каламбур* и *игра слов*:

1) отождествление [Щербина 1958; Земская 1959; Борев 1970: 237; Виноградов 1978; Федоров 1983: 244; Штырхунова 2005; Маслов 2005: 39];

2) противопоставление по ряду признаков [Бобылева 1973: 39; Уварова 1986: 7; Болдарева 2002: 5; Сазонова 2004: 53–60];

3) интерпретация каламбура как более узкого понятия [Буйницкая 1967: 7; Влахов, Флорин 1980: 288; Антрушина 2006: 167; Иванов 2009: 227–228];

4) интерпретация каламбура как более широкого понятия [Джанумов 1997: 14; Ушкалова 2012].

Мы разделяем мнение тех исследователей, которые признают *каламбур* и *игру слов* равнозначными понятиями. Это отождествление, которое подтверждают словари Даля, Ушакова, Ожегова и Шведовой, Фасмера, Молоткова, Ефремовой, Словарь лингвистических терминов Ахмановой, с нашей точки зрения, логически полностью оправданно, поскольку сочетание *иг-*

ра слов вошло в научный оборот и бытовую речь как наиболее точный, буквальный перевод иностранного слова *каламбур*.

Каламбур (= игра слов) входит как гипоним в понятие *языковая игра* (ЯИ), охватывающее не только лексический состав языка, но и другие его уровни: фонетический, словообразовательный, морфологический, синтаксический. Как синонимы сочетания *языковая игра* в некоторых исследовательских работах используются термины *речевая игра*, *игровая стилистика*, *игровая поэтика*, представляющиеся менее удачными.

В то же время гиперонимом общелингвистического категориального понятия *языковая игра* является концепт *игра*. Несмотря на очевидную социальную значимость ЯИ не вписывается в один понятийный ряд с такими базовыми концептами макроконцепта *ИГРА*, как *спортивные игры*, *азартные игры*, *детские игры*, *игра на сцене*, *игра на музыкальном инструменте* и *электронные игры* [Балакин 2008: 4–5]. А. П. Сковородников пишет о «невозможности прямого выведения признаков понятия *языковая игра* из признаков *общего понятия игры*» в связи с тем, что «не свойственны ЯИ такие признаки общего понятия *игра*, как пребывание вне дизъюнкции мудрости и глупости (в отношении ЯИ можно говорить о том, что она бывает удачной и неудачной) ... состязательность, или агональность, изолированность (по месту и времени), повторяемость» и др. [Сковородников 2010: 51].

В итоге наших рассуждений выстраивается следующая гипогиперонимическая цепь сопоставляемых понятий: *каламбур* (=игра слов) → *языковая игра* → *игра*.

Идеографическим синонимом термина *каламбур* принято считать сочетание *остроумное выражение* (= *острота*). Мы полагаем, что понятия *каламбур* и *остроумное выражение* не могут быть отождествлены, поскольку, во-первых, *острота* может включать несколько *каламбуров*: *Украинская экономика в руках женщины с косой, а наша – в коме, в снежном коме коррупции* (согласно семантической классификации В.З. Санникова, здесь 2 *каламбура*: до первой запятой – тип «семья», с параллельно воспринимаемыми омонимическими значениями слова *коса*; во 2-й части высказывания – тип «маска» [Санников 2002: 495], в котором обыгрывается омоформия существительных *ко-*

ма и ком: первоначальное понимание ключевого слова неожиданно сменяется новым); во-вторых, каламбур, в отличие от остроты, может быть основан на игре омофоничными, омографичными, парониматичными ЛЕ или более сложными отрезками речи, не содержа при этом совмещаемых или смещаемых контрастных юморообразующих полей, свойственных остроумному высказыванию, т.е. соответствуя типу «соседи» в той же классификации В.З. Санникова (напр.: *Даже к финским скалам бурым / Обращаюсь с каламбуром* [Д. Минаев]); в-третьих, каламбур нередко превышает по объему понятие *остроумное выражение* (= острота), если контекст, необходимый для восприятия каламбурной контрастной семантики, имеет форму диалога или содержит несколько предложений, как, например, в анекдоте *Штирлиц подошел к окну. Из окна дуло. Штирлиц выстрелил. Дуло исчезло*. Каламбурность может быть эксплицирована и на уровне целого текста. Следовательно, понятия *каламбур* и *острота* не являются синонимическими, а состоят в отношениях частичного пересечения семантических объемов.

Примерно в таких же отношениях пересечения смысловых объёмов состоят понятия *каламбур* и *языковая шутка*. Последнее возможно, с нашей точки зрения, признать гиперонимом (в этом мы согласны с В.З. Санниковым) по отношению к *остроте* и *балагурству*. Однако каламбур не может быть признан разновидностью языковой шутки, поскольку целью шутки является создание только комического эффекта, в то время как у каламбуров более широкий целевой диапазон. Хотя создание комизма традиционно считается основным назначением каламбура, игра слов может преследовать и далеко не комические цели. Кроме того, языковая шутка обладает определенной смысловой и грамматической завершенностью и, даже если «не составляет цельного законченного текста, <...> обладает автономностью (разрядка В.З. Санникова. – *О.В.*) в структуре этого текста» [Санников 2002: 15]. Эти признаки в их совокупности позволяют считать языковую шутку жанровой формой речи. В противовес этому каламбур, балансирующий на грани жанра и стилистического приема, занимающий особое буферное положение между этими категориями, не может быть отождествлен ни с одной из них, поскольку обладает специфическими признаками.

В то же время языковая шутка как общее жанрово-стилистическое понятие, которое включает более конкретные малоформатные жанры (например, шуточные афоризмы, поговорки, прибаутки и т.д.), нередко имеет каламбурную основу. Так, каламбур является стилистическим «фундаментом» афоризмов *Заря подобна прилежному ученику: она каждое утро занимается* (журнал «Сатирикон») и *Чем менее искусен укротитель, тем более он искусан* (Э. Кроткий), поскольку в первом случае шутка строится на омонимии, а во втором – на паронимии каламбуробразующих лексических единиц.

Таким образом, каламбур в ряду смежных и сходных феноменов языковой игры логично полностью отождествить с понятием *игра слов* и – в целом – с понятием *каламбурность*, но отграничить от таких близких явлений, как *фигура (прием)*, которая нередко составляет конструктивную основу каламбура, и *языковая шутка* или *острота*, которые, в отличие от каламбура, способного быть стилистической основой той и другой, в большей степени носят характер малоформатных жанровых форм.

ЛИТЕРАТУРА

Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка. – М., 2006.

Балакин С.В. Деривационный потенциал концепта игра и его языковая реализация: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тамбов, 2008.

Бобылева Л.К. Обыгрывание значений слов как стилистический прием // Английская филология. Вып. 4. – Владивосток, 1973.

Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград. 2002.

Борев Ю.Б. Комическое, или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. – М., 1970.

Буйницкая Т.А. Языково-стилистические средства юмора и сатиры в публицистике Э.Э. Киша: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Львов, 1967.

Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. – М., 1978.

Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. – М., 1980.

Джанумов А.С. Каламбур и его функционирование в двуязычной ситуации (англо-русские соответствия): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1997.

Земская Е.А. Речевые приемы комического в советской литературе // Исследования по языку советских писателей. – М., 1959.

Иванов С.С. Игра слов и способы её создания: смысловая и звуко-смысловая игра слов // Вестник Нижегородского ун-та. 2009. № 6 (2).

Куранова Т.П. Языковая игра в речи теле- и радиоведущих: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ярославль, 2008.

Маслов Ю.С. Введение в языкознание. – М., 2005.

Мезенин С.М. Образные средства языка (на материале произведений Шекспира). – М., 1984.

Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь. – Ростов н/Д, 2007.

Рахимкулова Г.Ф. Языковая игра в прозе Владимира Набокова (к проблеме игрового стиля): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Ростов н/Д, 2004.

Сазонова Л.А. Закономерности передачи каламбура при переводе художественной литературы: дис. ... канд. филол. наук: – М., 2004.

Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. – М., 2002.

Сковородников А.П. Об определении понятия «языковая игра» // Игра как прием текстопорождения: коллективная монография. – Красноярск, 2010.

Уварова Н.Л. Логико-семантические типы языковой игры (на материале английской диалогической речи): дис. ... канд. филол. наук. – Горький, 1986.

Ушкалова М.В. Некоторые теоретические основания исследования каламбура [Электронный ресурс] // Теория языка и

межкультурная коммуникация. – Курск, 2012. № 2(12). URL: <http://www.tl-ic.kursksu.ru> .

Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). – М., 1983.

Штырхунова Н.А. Лингвистическая игра слов (каламбур) в английском языке и русском переводе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2005.

Щербина А.А. Сущность и искусство словесной остроты (каламбура). – Киев, 1958.

©Вороничев О.Е., 2017

Е. И. ГОЛОВАНОВА

*(Челябинский государственный университет,
г. Челябинск)*

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности реализации языковой игры в профессиональной среде. Утверждается, что в наименованиях, созданных с установкой на игру, отражается характерное для профессионалов восприятие объектов, явлений, их связей и отношений. Анализ ведется на материале лексики и фразеологии, функционирующей в устной профессиональной коммуникации и отражающей различные формы комического. Выявляются наиболее актуальные конструктивные принципы языковой игры в профессиональной среде: принцип ассоциативного наложения, принцип ассоциативного отождествления, принцип имитации и ассоциативной выводимости. Устанавливаются факторы и причины востребованности языковой игры и в целом комических средств в профессиональной номинации и коммуникации.

Ключевые слова: языковая игра, профессиональная коммуникация, профессиональное сознание, стереотип, профессиональная номинация, комическое, языковая личность.

В настоящей статье языковая игра будет пониматься в широком смысле – как любое отступление от привычного употребления языка, связанное с эвристической его сущностью, творческое использование потенциала языковых форм, словообразовательных и фразообразовательных моделей, семантических структур.

Предназначение языковой игры в профессиональных сообществах может быть различным: с одной стороны, возникшие в результате ее реализации единицы «расцветивают» обыденность повседневной жизни профессионалов, несут в себе яркий эмоциональный заряд, радость открытия нового, с другой стороны, каждое такое новообразование выступает проявлением

здорового психологического начала, поскольку тесно связано с коллективной установкой на балагурство, дружеское подтрунивание в профессиональной среде или содержит критику каких-то сторон действительности. С этих позиций языковая игра выступает для членов социально-профессионального сообщества способом избежать в процессе коммуникации дидактичности, назидательности, а также грубости в оценке чьих-либо качеств, действий или поступков.

В центре внимания настоящей статьи находится бытующая в устной профессиональной среде лексика и фразеология, которая представляет собой реализацию различных форм комического (юмор, ирония, сарказм и др.) и выполняет, помимо номинативной и идентифицирующей, людическую функцию. Анализируемые единицы могут отражать объективные свойства профессионально значимых предметов и (или) их субъективное восприятие человеком, фиксируя особенности взаимоотношений субъекта и объекта.

Данный языковой материал не только дает представление о творческих способностях различных категорий профессионалов, но и позволяет выявить присущие им ценности и стереотипы [Голованова 2011; 2016]. Как отмечает Ю. Б. Боров, комизм – это всегда «результат контраста, разлада, противостояния: безобразного – прекрасному, ничтожного – возвышенному, нелепого – разумному, автоматического – живому, мнимо основательного – истинному и основательному, внутренней пустоты – внешности, притязавшей на значительность, низсреднего – вышесреднему [Боров 1997: 177-178].

Чаще всего в основе комической номинации в среде профессионалов лежит остроумное наблюдение как результат сравнения специальных объектов или явлений (их характеристик, свойств и отношений) с общеизвестными объектами или явлениями. Например, в устной коммуникации журналистов-газетчиков зафиксированы следующие обозначения:

расстрел на рассвете – наименование бессюжетной фотографии, на которой группа людей выстроилась в ряд и смотрит в камеру (в основе фразеологизма – стереотипное представление о соответствующей прецедентной ситуации);

резьба по дереву – один из видов журналистской деятельности, связанный с обработкой заметок внештатников и практикантов (номинация актуализирует два устойчивых стереотипа: представление о мастерстве резчика по дереву и стереотипную ассоциацию невысоких интеллектуальных способностей человека с деревом и деревянными изделиями, ср.: *дубовый, дуболом, болван* и т.п.).

И в том, и в другом случае бросается в глаза парадоксальность сопоставляемого: трагизм ситуации расстрела и профанация работы фотографа, положительная оценка труда резчика и отрицательная оценка неопытного, не сведущего в тонкостях профессии человека.

Остроумие, присущее эстетически развитому уму, обнаруживает способность профессионалов к быстрой эмоционально-критической оценке различных явлений. В основе таких наименований, как правило, лежит эффект неожиданности [Санников 2002], например:

буратино-транс – название лесовозов в среде профессиональных водителей (налицо языковая игра на основе стереотипной модели номинации транспортных компаний: «*Автотранс*», «*Спецтранс*», «*Ресурс-Транс*», «*Мега-Транс*» и т.д.);

лизинг и *маркетинг* – шуточное обозначение операций при проведении прямой рассылки рекламных продуктов Direct mail (под внешне узуальной формой обозначений подразумевается «облизывание» конвертов и наклеивание марок);

гороскоп – в речи медиков: свежие анализы (реализуется представление о множественной интерпретации данных медицинских исследований).

Выражение *клиент затоптан*, используемое в устной коммуникации рекламных агентов, означает, что «клиент сверхутомлен сторонними предложениями и потерян для рекламного агентства» [Проект: Большая энциклопедия...]. Здесь в игровом контексте осмысливается типичное поведение рекламистов – их активное воздействие на клиентов. Иронические обозначения рекламодателей: *заказчик с тугой резьбой, квадрат (квадратный)* – отражают устойчивое противопоставление умственных качеств копирайтеров как людей творческих, креативных и тех, с кем им приходится общаться.

В речи рекламных агентов представлены и другие «карнавальные» (в духе известной концепции карнавализации [Бахтин 1965]) наименования: *морковка* – основная идея рекламного продукта; *краснощекие* – потребители, представители высокодоходного сегмента рынка; *медиапланирист* – специалист по медиапланированию; *пыльные ноги, топтуны* – рекламные агенты, работающие «от двери к двери»; *митинговальня* – переговорная; *огурцы* – эскизы, раскадровки будущего ролика (*рисовать огурцами* – рисовать примитивно, ср. «палка, палка, огурчик...»), *серпентарий* – эскаутский отдел.

В коммуникации рабочих промышленных предприятий широко используются наименования, в которых отражены негативные стереотипы, сформированные в процессе повседневной деятельности и оформленные как беззлобный юмор, ирония или сарказм:

брехаловка – рабочее собрание (в номинации отражено восприятие собрания как места, где много и бессодержательно говорят);

мухобойка – контролер ОТК (актуализировано представление о роли вспомогательного персонала на производстве: функции работника сведены к битью мух на рабочем месте);

белоснежка – экономист, бухгалтер (негативная оценка деятельности ИТР реализована через апелляцию к сказочному персонажу, в имени которого репрезентирован важный опознавательный признак – белый цвет (в фольклорном образе цвет кожи, а в среде рабочих цвет одежды, ср. аналогичные названия: *белые каски, белые рубахи* – название начальства и ИТР в среде шахтеров, *белые воротнички* и т.д.).

хронический шлангит – о вялом, медленно работающем человеке (профессиональные качества работника представлены здесь как болезнь, название которой восходит к фразеологизму *шлангом прикинуться*, означающему «притворяться глупым, непонимающим, незаметным, разыграть из себя простачка, обычно с какой-л целью, проявив хитрость» [Химик 2004: 67]).

Профессиональное восприятие, хотя и складывается в рамках определенной практической деятельности, не может не опираться на глубинные этнокультурные особенности. Так, в анализируемой лексике широко востребована актуальная для русской

культуры доминанта родственных отношений. В речи водителей пассажирского транспорта используется название *сирота* как обозначение кондуктора, не закрепленного за определенным водителем. Мотивировочным признаком выступает отсутствие устойчивой связи между водителем и кондуктором (которые, как следует из номинации, осмысляются в профессиональной среде как близкие, родные люди).

В речи продавцов одежды используется профессионализм *мамочка*, реализующий игровую интенцию (фирменный ярлычок, этикетка на изнаночной стороне изделия, где указаны размер, состав ткани и страна-производитель). В названии подчеркнута скрытая, «внутренняя» локализация предмета, с одной стороны, и особенности представленной на нем информации (сведения о стране-производителе), с другой. Первый концептуальный признак актуален также в профессиональной среде электриков: обозначение *мама* используется для наименования части штепсельного разъема с отверстиями (наружная часть разъема называется *papa*). Второй концептуальный признак актуализирован в обозначениях *мать*, *мама*, *мамка* (о материнской плате) в речи компьютерщиков.

В профессиональной коммуникации используются и другие наименования по родству: *воскресный папа* – ведущий еженедельной итоговой программы на федеральном канале (в речи телевизионщиков); *молочные братья* – напарники (в речи шахтеров); *братская могила* – в журналистской среде титры, быстро пробегающие в конце программы и содержащие список имен тех, кто работал над ее созданием (преподаватели вузов используют это обозначение применительно к сборникам научных работ, обладающим низкой эффективностью, т.е. малочитаемым или не читаемым вовсе); *племянник* – прицеп, следующий за полуприцепом, *теща* – длинномерный многоосный прицеп в речи водителей-дальнобойщиков; в коммуникации промышленных рабочих различаются *теща* – кувалда массой 8 кг и *свекровь* (*свекровка*) – кувалда массой 10 кг; *своячок* – участник эпизода (в речи сотрудников правоохранительных органов).

Отбор объектов для комической интерпретации в профессиональной среде диктуется самим содержанием практической деятельности. Так, у врачей в центре внимания оказывается боль-

ной, который характеризуется с самых разных сторон: с точки зрения внешнего облика, разновидности заболевания, особенностей поведения. Например: *флинт* – больной с ампутированной ногой (в названии отражен визуальный стереотип литературного персонажа), *колобок* – больной с выраженным асцитом, т.е. скоплением жидкости в брюшной полости (ассоциация с характерной формой фольклорного героя), *зайчик* – больной с обморожением костей (реализовано стереотипное представление о поведении зайца: «прыгает»), *лыжники* – пациенты преклонного возраста, передвигающиеся по коридору «шаркающей» походкой (стереотипное восприятие возникло на основе характерного движения спортсмена) и т.д. [Казакова 2013].

Журналисты выбирают в качестве главного объекта изучения интервьюируемых. В номинациях обычно реализуется критика отклонения от нормы или несоответствия ожидаемому: *горби* – тип людей, которые, отвечая на вопросы, говорят много, но бессодержательно (в наименовании закреплено стереотипное восприятие речи президента СССР М.С. Горбачева); *крокодил* – человек, который во время интервью неосознанно старается перехватить инициативу (актуализирован поведенческий стереотип крокодила: «хватает»); *данетки* – люди, которые на любой вопрос отвечают односложно (да или нет). Ироническое осмысление в журналистской среде может быть направлено и на коллег: *подергунчик* – журналист, который во время интервью ведет себя чрезмерно активно, постоянно «дергает» микрофон; *грустный филин* – корреспондент, который во время интервью, слушая собеседника, произносит «угу», «ага»; *безучастный столб* – журналист, никак не реагирующий на речь интервьюируемого.

Риелторы направляют свою познавательную активность на клиентов: *клепка* – не определившийся клиент («снова звонил клепка»), *турист, экскурсант* – клиент, который ездит на промотры, но ничего не покупает (не снимает); продавцы – на покупателей: *Достоевский* – тот, кто долго выбирает товар, но не покупает его; *трамвай* – о наплыве покупателей (ср. «не протолкнуться!»).

Яркие примеры игровой номинации содержит профессиональная лексика водителей. Их отличает внимание к средству передвижения, его частям, деталям, механизмам и особенностям

«поведения»: *глухонемой* – грузовик, не оборудованный рацией; *погремушка, сарай* – старый, выдавший виды троллейбус (или любая потрепанная машина); *курятник* – надстройка кабины, оборудованная спальным местом; *кочерга* – рычаг переключения передач; *стукач* – прибор, определяющий расход топлива; *мясорубка* – ручной стеклоподъемник. Отрицательная оценка выражена в наименованиях *ведро с болтами (с гайками, с мотором)* – о старом, разбитом автомобиле; *ошейник* – ремень безопасности в автомобиле. Водители пассажирского транспорта тех, кого перевозят, с сарказмом называют *мослы, дрова* (ср. «Не дрова везешь!»), медлительных пассажиров – *костыли*; пешеходов, которые, нарушая правила, лезут под колеса – *бесплатная наклейка*.

Работа сотрудников станций переливания крови, зачастую связанная с «пограничными» ситуациями, сформировала устойчивые единицы *летчик* – донор, потерявший сознание, и *пилотаж* – сама нестандартная ситуация («Как прошел день?» – «У нас сегодня был пилотаж»). Сходное восприятие в медицинской среде реализует название *парашютист*, означающее пациента, получившего травму в результате падения с высоты.

В устной коммуникации работников скорой медицинской помощи зафиксирован ряд игровых обозначений: *сектор приз* – встретить дорожную аварию по пути на подстанцию; *дискотека, цветомузыка (светомузыка)* – машина скорой помощи с включенными звуковыми и световыми сигналами; *сундук со сказками* – чемодан врача скорой помощи. В данных примерах в диссонанс вступают внешние обстоятельства называемых явлений (драматизм ситуации вызова скорой помощи) и содержательная наполненность сферы-источника метафоризации (игра, веселье, музыка, удовольствие). Эффект неожиданности, характерный для подобных номинаций, позволяет снять психологическое напряжение, обусловленное повышенной ответственностью медперсонала [Голованова 2015].

Ряд наименований в медицинской среде отражает типичное отождествление организма пациента с неживым объектом: *ремонт* (реанимация), *загрузить пациента* (ввести психотропные препараты), *перелить пациента* (ввести слишком много растворов внутривенно), *сделать скворечник* (провести трепанацию

череп), *размочить бабушку* (добиться возобновления мочеотделения у пациента с почечной недостаточностью), *завести больного* (восстановить синусовый ритм после остановки сердца) и т.п. В этих обозначениях закреплено представление о манипуляции с больными как технической процедуре, производимой над неодушевленным предметом.

И наоборот, многие названия лекарственных препаратов получают в среде медиков «человеческие» имена: *Ксюха, Оксана* – оксibuтират натрия; *Галочка с Фенечкой* – комбинация препаратов галоперидола и феназепамы; *Зинка* – аминазин; *Аллочка, Анна* – анальгин; *Дашка* – дропиридол; *Анна Дмитриевна* – сочетание анальгина с димедролом; *Дуська* – седуксен и т.д.

Иронические обозначения пациентов больниц *валежник* (лежащие больные), *консервы* (пациенты, находящиеся на консервативном лечении), *НЛО* (неподвижно лежащий объект) отражают устойчивое противопоставление динамических характеристик деятельности медперсонала и статичности тех, на кого эта деятельность направлена. По-видимому, состояние покоя – это то, о чем мечтают медработники (поэтому данная характеристика и находится в поле их внимания). Не случайно в связи с этим появление в речи сотрудников службы скорой помощи фразеологизма *свить гнездо* – «во время ночной смены урвать некоторое время для сна» (в основе номинации – восприятие гнезда как места уюта и покоя). Аналогичный смысл имеет и другое выражение, родившееся в той же среде: *на фаянс и под корягу* (в интерпретации самих профессионалов: «бегом в туалет и спать, пока не позвали на вызов» [Медицинский сленг]). Примечательно, что в обоих случаях актуализирована зооморфная метафора.

Весьма значимым для создателей субстандартных единиц оказывается фантазийный мир литературы и фольклора, ср.: *самоделькин* – травматолог («похож» на данный персонаж тем, что использует разнообразные инструменты, сходные со слесарными: молотки, кусачки, пилы, стамески); в языке шахтеров: *Баба Яга* – канатно-кресельная дорога для доставки шахтеров к месту работы (комизм основан на совпадении позы героини, летящей в ступе, и позы шахтера), *корчагин* – название шахтерской кирки (ирония обусловлена несовпадением отношения к тяжелому физическому труду в реальной жизни и в книге), *водяной* – обозна-

чение рабочего водоотлива (шутливое отождествление работника с демонологическим образом), *сын папы Карло* – слесарь-ремонтник (намек на слабые интеллектуальные способности рабочего через реализацию в обозначении стереотипной связи с деревом, деревянным человечком), *Гарри Поттер* – механик (иронически реализуется стереотип волшебника, чародея) (подробнее см. [Голованова 2014]).

Во многих приведенных номинациях задействованы образы, связанные с детством, детским миром. Ср. также: *гули-гули* (сигнал диспетчеру о том, что бригада скорой помощи освободилась), *бабка-нарушка* (пожилая пациентка с нарушением мозгового кровообращения), *телепузики* (см. *колобок*), *стукалка* (дефибриллятор), *поиграть в войнушку* (разбудить соседей на вызове, чтобы они помогли спустить больного на носилках) и проч.

В неофициальном медицинском общении нередки гротескные обозначения типа *девочки* – пожилые пациентки, не достигшие возраста 85 лет; *титан мыслей* – больной, страдающий слабоумием; *кремлевский курсант* – олигофрен; *фиалка мон-мартра* – женщина-бомж, обладающая характерным запахом (в речи сотрудников службы скорой помощи). Критическая оценка предмета с точки зрения профессионала представлена в номинациях, реализующих вещественные или зооморфные метафоры: *ремки* – реаниматологи, *намордник* – медицинская маска.

Значительный интерес представляет устная профессиональная лексика шахтеров, реализующая игровой потенциал их коллективной личности [Голованова 2013б]: *сушить лес (греть спиной распилы)* – спать на досках, распилах; *блуждающий форвард* – рабочий без определенного места; *джеки-чан* – колонковый перфоратор китайского производства; *лифчик* – система удержания груди забоя (*грудь забоя* – официальный горный термин); *орден Сутулова* – символическая награда, которую обещают особо рьяным работягам; *чача* – пульпа, полужидкая горная масса; *коловая* – табель учета рабочего времени; *карета* – людская вагонетка; *гинеколог* – небольшой домкрат; *луноход* – приспособление для перевозки длинномерных грузов и т.п.

В соответствии с концепцией Т.А. Гридиной, в исследуемой сфере выделяется ряд наиболее актуальных «конструктивных принципов языковой игры, моделирующих нестандартный ассоциативный контекст восприятия слова» [Гридина 1996: 16-17]. Самую большую группу примеров в нашей картотеке объединяет принцип «ассоциативного наложения»¹: *побалдеть* – поработать балдой (большая кувалда у шахтеров), *упырь* – проходчик (от названия участка УПР), *ложкарь* – водитель автопогрузчика (от *ложка* ‘автопогрузчик’), *БТР* (в речи шахтеров) – большая телега рештачная, *дом-музей* (в речи риэлторов) – квартира коллекционера, которая сдается в аренду вместе с ценным имуществом; *кровавая мэри* (в речи фельдшеров станций забора крови) – брак крови-хилез, инфицированная кровь; *консервы* (в коммуникации телевизионщиков) – снятый впрок сюжет на случай информационного дефицита; *медовый месяц* (в речи рекламных агентов) – месячная рекламная кампания с привлечением масс-медиа.

Не менее значим «принцип ассоциативного отождествления»: *ножка* – нош-па у медиков; *хитродобыча* – гидродобыча, *проходимец* – проходчик, *моника* – монорельсовая дорога (в речи шахтеров); *мышка-наружка* – наружная вывеска большого размера (в речи рекламных агентов); *сдаваться* – сдавать снаряжение после смены (светильник и самоспасатель) в шахтерской среде, *возбудиться* – возбудить уголовное дело в речи следователей (например, *возбудиться по разбою*), *Channel № 5* – название «Пятого канала» в среде телевизионщиков.

«Принцип имитации» имеет множественные варианты реализации в исследуемом материале. Нами зафиксирована экспрессивная стилизация: *пасхальный план* – операторский план чело века в кадре ниже пояса (в среде телевизионщиков); актуализация звукосимволического аспекта воспринимаемого слова: *ТВ-Цой*, *Хрен-ТВ* – каналы ТВЦ и Рен-ТВ соответственно (там же); звукоподражательная мотивация: *чих-ных* – пневмонасос, *дыр-*

¹ Анализируемые в статье конструктивные принципы (ассоциативное наложение, ассоциативное отождествление, ассоциативная выводимость, принцип имитации, принцип ассоциативной провокации и др.) сформулированы и описаны в: [Гридина 1996] .

дыр – трактор типа «Беларусь» (в профессиональной коммуникации шахтеров).

Еще один важный принцип языковой игры, представленный в единицах профессиональной коммуникации, – «ассоциативная выводимость». Например: *аикнутый* – пациент после операции, проведенной с использованием аппарата искусственного кровообращения (АИК); *беремчатые* – название беременных женщин (суффикс прилагательного отсылает к номинации «сумчатые»); *копытные* – доплата шахтерам за время нахождения в пути к рабочему месту (ср. северные, уральские, подъемные и т.д.), *дурскоп* – телевизор; *парфенята*, *парфеноиды* – последователи журналистской манеры Л. Парфенова, так называемой «ленинской школы» [Профессиональный сленг телевизионщиков].

В профессиональной среде ирония очень часто граничит с самоиронией, о чем можно судить по наличию самоназваний профессионалов: *тидоггер* – в среде преподавателей, *дизигнер* – в языке дизайнеров и рекламистов, *программеры* – в общении программистов и т.д.

Языковая игра широко представлена также в фольклорных текстах, бытующих в профессиональной среде: она выступает здесь средством снятия напряжения и особым способом освоения сложных профессиональных понятий. Приведем примеры словесного творчества программистов: «Закрой окно! Да нет, не щелкай мышкой...»; «Обычно для хранения информации и программ используется гибкий диск или мозги автора», «Компьютер, поставленный в угол, далеко не всегда чувствует себя наказанным».

Популярные в той или иной социально-профессиональной среде шутки, анекдоты, байки, построенные на языковой игре, отражают особенности профессиональной культуры, профессионального видения мира. Это ярко проявляется, в частности, в следующих анекдотах: «Вот у нас тут в конторе один программист изобрел самый короткий в мире вирус – 0 байт, и даже сам автор не знает, что он делает»; «Почему ваши дети все время ссорятся?» – «Конфликт версий», – отвечает программист»; «Фотограф приходит в гости к другому. Тот говорит: «Что ты стоишь в коридоре, сними куртку». Он достает фотоаппарат и начинает ее снимать».

Остроумный характер могут носить и афоризмы, широко распространенные в среде профессионалов, например: «Жизнь летчика пышна и коротка, как юбка балерины», «В авиации не пьет только автостоп, и тот иногда спиртом смазывают», «Настоящий летчик-испытатель с легкостью летает на всем, что может летать, и с легким затруднением – на том, что не может летать в принципе». Любимые шутки представителей других профессий: «Проявил себя? Закрепи!!!»; «Мир не идеален. Но мы над этим работаем» (фотографы); «наша сила – в плавках» (сталевары); «выйти на панель» (электрики); «бери конец!» (электрики).

В целом разнообразные формы комического – остроумие, юмор, ирония, сарказм – выполняют в профессиональной среде компенсаторные функции и используются с целью восстановить духовную гармонию, разрядить внутреннее напряжение, преодолеть монотонность повседневности. Игровой характер номинации способствует сохранению психического равновесия в профессиональной среде. В тех областях деятельности, которые связаны с выполнением каждодневных повторяющихся действий, заряженное эмоциональной энергией слово разрушает автоматизм восприятия окружающего мира, позволяет встряхнуться, посмотреть на все свежим взглядом. В итоге смех преобразует неидеальный мир, помогает профессионалу преодолеть сложные ситуации, остаться человеком.

Языковая игра может стать основой для осмысления целой ситуации, в результате чего в профессиональной коммуникации возникает ряд связанных между собой наименований. Например, на одном из промышленных предприятий Челябинска наряду с игровыми номинациями: *Хьюстон* – офис начальника, *Агент Малдер* – начальник, родилось название *Марс* для обозначения площадки под строительство нового объекта (на территории завода). Рабочие, которые привлечены к строительству (бригада из трех человек), получили в рабочей среде название *космонавты, марсиане*; их перемещение к новому месту работы (в 320 м. от основного здания завода) стали именовать *выходом в открытый космос*.

Востребованность языковой игры в профессиональной среде объясняется и с когнитивных позиций: познавательная актив-

ность индивида, как правило, сопровождается эмоцией, вследствие чего тот или иной значимый для специалиста объект (субъект) не просто получает осмысление, но и вызывает переживание, что кодируется языковыми средствами (подробнее см.: [Голованова 2013а]). В итоге специальная лексика и фразеология, функционирующая в обиходной речи профессионалов, помимо номинативной функции, как правило, выполняет и эмоциональную (экспрессивную) функцию, служит для создания иронического или шуточного коммуникативного контекста.

В целом проявления игрового начала в исследуемой сфере реализуют потребность профессионалов в нетривиальной, творческой интерпретации объектов и отношений, свободной от односторонности общепринятых стереотипов. Во многих случаях с помощью языковой игры в профессиональной коммуникации ненавязчиво формируются представления о подлинной природе значимых для профессионалов вещей.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М., 1965.

Борев Ю.Б. Эстетика: в 2 ч. Т. 1. – Смоленск, 1997.

Голованова Е.И. Обыденное профессиональное сознание в лингвистическом аспекте // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2016. № 2.

Голованова Е.И. Отражение профессионального восприятия мира в устной коммуникации фотографов // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239).

Голованова Е.И. Профессиональная когниция как разновидность интерпретирующей деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. 2013а. № 31 (322).

Голованова Е.И. Профессиональная языковая личность в когнитивно-коммуникативном аспекте. – Челябинск, 2013б.

Голованова Е.И. Профессиональные стереотипы и конвенции в обиходном языке медицинских работников // Язык медицины: международный межвузовский сборник научных трудов в честь юбилея В.Ф. Новодрановой. Вып. 5. – Самара, 2015.

Голованова Е.И. Социолект шахтеров как отражение стереотипов профессионального сознания // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 26 (355).

Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

Казакова Д. В. Категория комического в медицинском дискурсе: автореф. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2013.

Медицинский сленг [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://palerma-siti-03.ucoz.ru/publ/vsjo_o_skoroj_pomoshhi/medicinskij_sleng/3-1-0-13.

Проект: Большая энциклопедия сленга рекламиста [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://reklammer.livejournal.com/8934.html>.

Профессиональный сленг телевизионщиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibigdan.livejournal.com/8086386.html?thread=508562802>.

Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. 2-е изд., испр. и доп. – М., 2002.

Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. – СПб., 2004.

©Голованова Е.И., 2017

Т. А. ГРИДИНА,
А. А. БЕРСЕНЕВА

*Уральский государственный педагогический университет,
г. Екатеринбург)*

ВЕРБАЛЬНАЯ И ОБРАЗНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ТРЕНИНГА КРЕАТИВНОСТИ РЕБЕНКА

Аннотация. В статье представлена процедура организации тренинга креативности с детьми дошкольного возраста. В основу разработанной серии тренингово-диагностических процедур положен тезис о необходимости учета рецептивного и продуктивного аспектов спонтанной лингвистической креативности и наглядно-образной доминанты детского мировосприятия. Тренинг креативности рассматривается как процедура самореализации и «самонаучения» ребенка в условиях решения нестандартных задач (в данном случае это задачи, требующие от ребенка творческого применения вербальных и изобразительных навыков). Последовательное выполнение предложенных в игровой форме заданий позволяет диагностировать способности детей к восприятию и порождению словотворческих инноваций, выявляет ассоциативный потенциал производного слова и стимулирует сознательную установку ребенка на эксперимент со словом. На первом этапе тренинга применялась методика произвольного толкования окказионализмов, извлеченных из живой детской речи; на втором этапе – методика игрового конструирования: образования слов по заданному мотивационному перифразу, воспроизводящему значения стимульных слов. На завершающем этапе верифицировалось ассоциативное наполнение стимульных слов на основе созданных детьми рисунков. Анализ вербальных и невербальных реакций, полученных в ходе тренинга, отражает особенности способов постижения языка в младшем дошкольном возрасте и позволяет наметить траектории индивидуального развития креативности каждого конкретного ребенка.

Ключевые слова: детская речь, словообразовательные инновации, тренинги креативности, лингвокреативные способности, дошкольники, психолингвистика.

Проблема формирования творческой личности, способной проявлять свою «уникальность», одаренность, инновационность в разных сферах деятельности, в том числе в речевой практике, составляющей основу коммуникативного взаимодействия в социуме, имеет прямое отношение к развитию креативных способностей ребенка.

Важную роль в развитии речи ребенка имеет период «дошкольного» детства», который содержит ряд фаз, характеризующихся своей спецификой в плане формировании разных компонентов языковой способности и субъективных векторов моделирования образа мира. При этом «значение любого явления, пока симпракситическое, т.е. еще не обозначенное словом, не просто выстраивается в ходе активной деятельности, оно определяется условиями, в которых происходит встреча с ним» [Бубнова 2012: 59].

Особенно значим для становления языковой личности этап «самостоятельной речевой практики» [Леонтьев 2000], когда происходит освобождение речи ребенка от ситуативных условий выбора языкового знака или намеренного «навязывания» номинации взрослыми.

Стремительная социализация в процессе общения определяет необходимость развития и совершенствования все более сложных форм речевой деятельности ребенка. Именно на данной фазе развития ребенок «отводит» собственной речи особое внимание, поскольку она становится главным «транслятором» его когнитивного опыта, его номинативных потребностей, способом самовыражения в «диалоге со взрослым» [Гридина 2007], использовании языка как инструмента познания. Разного рода лингвистические инновации, создаваемые дошкольниками, рассматриваются как один из главных аргументов в пользу конструктивного характера овладения родным языком в онтогенезе [Цейтлин 2000], как яркий показатель креативности, творческого начала (см., например: [Гридина, 2013; Доброва 2011, 2012] формирующейся языковой личности.

Креативность связывается в психологической парадигме с «творческой уникальностью личности». Особо подчеркивается тот факт, что в процессе становления этого качества проявляет себя стремление субъекта к «самостоятельному нахождению ресурсов» для решения «творческой задачи»; при этом в любом

акте творчества «... можно условно выделить две возможности становления творца – стихийную и сознательную: стихийное творчество свойственно в основном детям, <которые> отличаются от большинства взрослых тем, что каждый момент жизни обладает для них большей значимостью, новизной, неповторимостью... Для сознательного <...> творца важен особый акт самосознания – рефлексии, в которой человек выделяет свое творческое усилие и свою творческую позицию <...> как основную возможность созидания...» [Варламова, Степанов 2002: 8-10].

Детская речь – «...сфера речевой деятельности, применительно к которой понятие креативности может рассматриваться двояко: с одной стороны, это креативность “вынужденная”, компенсирующая дефицит языкового и когнитивного опыта ребенка; данный вид креативности проявляет обостренную интуицию в использовании детьми потенциала языковой системы; с другой стороны, это креативность, обнаруживающая способность ребенка к осознанному нарушению языковых конвенций» [Гридина 2013: 8]. Оба выделенных вида креативности находят отражение уже в период дошкольного онтогенеза, тем не менее, проявляясь у каждого конкретного ребенка в разной степени, в разное время и в разных формах речевой деятельности.

Наиболее ярким показателем креативности ребенка-дошкольника выступают словотворческие инновации, которые могут замещать отсутствующее в языковом опыте ребенка готовое слово или языковую номинативную лауну (при отсутствии в нормативном языке однословного наименования для какого-либо объекта, явления). Вместе с тем «...словотворчество не просто компенсирует дефицит словарного запаса ребенка, но противостоит автоматизму употребления готовых слов, выражая приоритеты детского языкового сознания и особенности функциональных репрезентаций потенциала языка» [Гридина 2016: 7]. Неожиданно свежий взгляд на обозначаемые детьми «реалии» отражается в особенностях мотивации, в структуре и семантике создаваемых детьми слов. Переход от спонтанного к преднамеренно игровому словотворчеству в детской речи выступает в виде потенциальной тенденции.

Для формирования и дальнейшего стимулирования словотворческой компетенции ребенка продуктивно применение

тренинговых технологий, которые имеют одновременно диагностическую и развивающую направленность [Коновалова 2015]. Применительно к проблеме диагностики и развития словотворческих способностей ребенка в процессе тренинга важен постулат «о необходимости учитывать как рецептивный, так и продуктивный аспекты креативности данного типа» [Гридина 2014: 14-75]. Рецептивный аспект связан со способностью детей к считыванию семантики словообразовательно мотивированных окказиональных слов, продуктивный аспект – со способностью детей создавать собственные инновации. Оба эти процесса и их взаимообратимость лежат в основе формирования осознанной интенции ребенка к игре словом.

Именно игровой тренинг обеспечивает возможность общения с ребенком в наиболее комфортном и понятном для него коммуникативном регистре. Условия игрового тренинга позволяют «...смоделировать и преобразить языковую реальность, отличающуюся высокой степенью спонтанности и свободы, но в то же время протекающую в рамках четко заданных правил, структуры и времени и под руководством тренера-специалиста» [Телегина 2008: 48].

Данные положения представляются чрезвычайно важными в свете идеи организации тренингов креативности как процедуры, способствующей самореализации ребенка в области разных видов творчества (в нашем случае это тренинг лингвокреативных способностей, связанных с толкованием и конструированием окказионального слова, а также со способностью к образной визуализации детьми содержания слова в рисунке).

Участниками разработанного нами тренинга выступили дети в возрасте от 4-х до 6-ти лет (16 девочек, 18 мальчиков) – средняя группа детского сада «Капитошки» МКДОУ № 22 «Рябиношка» г. Талица Свердловской области. Тренинг проводился на занятиях по развитию речи (1 час в неделю) с октября по декабрь 2016 года.

На первом этапе тренинга применялась методика прямого толкования словообразовательных окказионализмов, извлеченных из живой детской речи. Такая процедура выявляет актуальные для респондентов аспекты восприятия значений слов, предполагая возможную опору детей на мотивационную структуру

(внутреннюю форму) предъявленных им инноваций (как это свойственно ребенку в спонтанных речевых практиках). Гипотеза, лежащая в основе данного этапа тренинга, базируется на том, что семантика компенсаторных словотворческих инноваций, созданных детьми, может быть не только считана (воспроизведена при толковании) респондентами того же возраста, но и получать новые, потенциальные интерпретации (см. экспериментальную верификацию данной гипотезы в: [Гридина 2015]). При установке на *произвольное толкование* проявляется ассоциативный потенциал заданных словесных стимулов, в том числе и осознанно игровой.

Стимульный материал (факты спонтанного словотворчества и некоторые окказиональные словоформы детей-дошкольников) взят из «Объяснительного словаря детских инноваций» [Гридина 2012]: *гамбурек, домоговорун, буквубики, бабаягастее, гудильник, гладильник*, а также из наблюдений над речью собственных детей одного из авторов данной статьи – А.Б.): *любимистая, грязнушчатый, руборуб, косисичница, минутики* и др. (всего 64 окказиональных слова разных частей речи).

Приведем некоторые наиболее типичные примеры полученных от детей толкований:

гамбурек – 1) «бутерброд такой», 2) «как чебурек, только круглый, с крошками» (ср. исходное значение данной инновации, обусловленное контаминацией значений и формы слов *чебурек* и *гамбургер*).

Толкование (1) демонстрирует стратегию генерализации (введения слова в более общий класс), толкование (2) – стратегию конкретизации (визуализации обозначаемого – характеристику по форме и составу компонентов – при считывании одного из мотиваторов стимульного слова-гибрида: *чебурек*);

буквубики – 1) «кубики с буквами», 2) «кубики, которые учат детей» (ср. буквубики «кубики с буквами»), 3) «цифрубики» – «какие-то странные машинки» (ср. исходный смысл «кубики с цифрами»).

В данном случае толкование (1) совпадает с исходным (считаны мотивирующие компоненты слова-стимула *кубик* и *буквы*); толкование (2) содержит мотивацию «кубики, предназначенные для *выучивания* букв» (выделен признак функционального

назначения); толкование (3) дано через слово аналогичной структуры – при замене мотиватора *буквы* на *цифры*; при этом вместо ожидаемого значения «буквы с цифрами» предъявлено другое («странные машинки») – очевидно, из-за сходства внешней формы букв с какой-то изогнутой, причудливой формой, похожей на цифры или на конфигурацию игрушечных машинок); во всех трех случаях проявлена стратегия толкования через мотивационный перифраз, выявляющий актуальные для детей ассоциации (в опоре ребенка на собственный практический опыт);

бабаягастее – 1) «страшнее всех», 2) «это когда одна Баба-Яга лучше, чем другая», 3) «это вообще про самое страшное существо, так говорится, например, про людей» (ср. первичный контекст употребления данной словоформы: «о той, что больше похожа на Бабу Ягу»: – *Я буду Баба Яга. – Нет, я. Я бабаягастее!!!*).

Во всех толкованиях представлена экспрессивно-оценочная актуализация значения формы ср. степ., образованной непосредственно от *Баба Яга*²: толкования (1) и (3) транслируют семантику мотиватора как эталонный образ страшного сказочного существа, которым пугают детей; при этом ребенок в толковании (3) отождествляет грамматическую форму компаратива со значением превосходной степени; происходит также генерализация (отвлечение от конкретики мотивирующего образа и осознание переносного употребления слова по отношению к человеку); толкование (2) имеет сопоставительный характер (сравнение отражает меньшую выраженность отрицательных качеств у одной Бабы Яги по сравнению с другой), что антонимически «отзеркаливает» исходное значение детской инновации *бабаягастее* («с большей степенью выраженности черт Бабы Яги»);

гладильник – 1) «это и так понятно, что для мам штука такая, для вещей», 2) «там, где вещи гладят», 3) «это такая специ-

² Такой способ образования формы компаратива (непосредственно от существительного – при пропуске качественного прилагательного в словообразовательной цепи) свойствен детской речи (см. [Цейтлин 2000]).

альная ровная досочка, на нее ставится утюг и вещи ложатся, а потом всё, готово, вещи как новые!» (ср. детскую инновацию *гладильник* в значении «утюг»: буквально «то, чем гладят /белье»).

Все три толкования реализуют симпрактическую стратегию, «вплетая слово в практическую ситуацию» [Лурия 1998: 35]. При этом в толковании (1) содержится указание на «прозрачность» семантики окказионального слова, в котором ребенок опознает мотиватор *гладить*, указывающий на функцию утюга; толкование (2) приписывает слову потенциальный смысл «помещение, место, где вещи гладят»; толкование (3) описывает ситуативную конкретику, связанную с самим процессом глажки и его назначением;

любимистая – (1) «это которую просто все целуют», (2) «самая дорогая», (3) «которая всем нравится» (ср. исходный контекст, в котором зафиксирована данная инновация в значении «любимая»: – *Ой, мама, мы так сегодня Ольгу Геннадьевну любили, она у нас самая любимистая*).

Ни в одном из приведенных толкований нет прямой отсылки к непосредственному мотиватору *любимая* или глаголу *любить*, который выступает мотивирующим в исходном контексте появления данной инновации. Слово трактуется через обобщающую отсылку к ситуации проявления отношения к объекту «всеобщей» любви – «*все целуют*» (1); через синонимичное прилагательное в форме превосходной степени, которая дублирует значение суффикса *-ист* «признак, проявляемый в большой степени» (2); через синонимичный глагольный идентификатор с тем же значением (*всем нравится*). Толкование (1) можно рассматривать как реализацию актуальной для детей-дошкольников симпрактической стратегии; толкование (2) как синонимизацию (ср. *любимый – дорогой*), толкование (3) как синонимическое перефразирование;

минутики – (1) «часы», (2) «часики», (3) «у которых мы узнаем время», (4) «они отсчитывают наш день по минутам» (ср. контекст фиксации слова: – *Ну, вот почему их называют часами, а не минутиками?*).

В данном случае первичный окказиональный дериват обнаруживает «мотивационную рефлексию в виде детского вопроса»,

касающегося «логики» наименования [Гридина 2017: 149-153]. Более точной единицей измерения времени, по мысли ребенка, являются не часы, а минуты. При этом условность наименования ребенок не осознает и не принимает в силу свойственного его сознанию буквализма. *Минутики* по структуре аналогично номинации *часики* (небольшие наручные часы). В толкованиях этого окказионализма в условиях тренинга проявились стратегия идентификации с узуальными номинациями (1), (2), толкования по метонимическому принципу (3, 4) в соответствии с функцией «отсчитывать день по минутам» (формулировка значения спонтанно образна).

Особо выделим «...креативные стратегии толкования ребенком-респондентом окказионального стимульного слова через предъявление собственного новообразования» [Гридина 2013: 10]. В нашем материале эта стратегия представлена «дублированием» слова-образца по синонимическому и антонимическому принципу с использованием техники реноминации: **домогово-рун** – «*домопевун*», «*домомолчун*»; **буквубики** – «*цифрубики*»; **гудильник** – «*звонильник*» и др.

Полученные на данном этапе тренинга толкования позволяют судить о способности детей 4-6 лет выводить смыслы предъявленных им окказиональных слов в соответствии с описанными стратегиями. Способность к такому восприятию структуры и значения незнакомого слова проявляет «мотивационную рефлексию как форму лингвокреативного мышления и одну из ментальных доминант языкового сознания ребенка» [Гридина 2016].

На втором этапе тренинга диагностировалась и стимулировалась способность дошкольников к продуцированию новых слов по методике игрового конструирования: дети «пробовали» сами создать слово на основе предложенного им мотивационного перифраза (описания значения слова через отсылку к мотиватору).

Верифицировалась идея взаимообусловленности аналитической рецептивной составляющей и синтезирующей продуктивной словотворческой способности ребенка (при допущении совпадения и/или несовпадения новообразования с исходным окказиональным словом по структуре и значению).

Такие толкования-перифразы были предъявлены параллельной группе испытуемых (детей того же возраста).

Инструкция задавалась детям в виде игрового вопроса: Придумай, как можно это назвать ... (далее приводился мотивационный перифраз значения «загаданного» слова). Некоторые полученные от детей инновации и их комментарии приведены в Таблице.

<p>«Когда одна Баба Яга лучше, чем другая» – заданный мотивационный перифраз к словоформе БАБАЯГАСТЕЕ</p>	
Созданные детьми дериваты	Способ словообразования в сравнении с исходным дериватом
БАБУШКА-ЯГУШКА (от Баба Яга + -ушк)	– сложное существительное, созданное по принципу рифмовки-отзвучия с использованием уменьш.-ласкат. производного от <i>Яга</i> , выражает заданное перифразом значение номинации с положительной оценкой; однако ни прилагательное со значением выраженности признака того, что названо мотивирующим словом (ср. потенциальное <i>бабаягастый</i>), ни форма сравнительной степени не воспроизведены в полученной номинации.
ЯГЕЕ (словоформа ср. степ. от ЯГА)	– использование формообразующего суффикса <i>-ее</i> для образования компаратива непосредственно от существительного <i>Яга</i> при игнорировании первой части мотивирующего слова; здесь проявлена характерная для детской речи тенденция к расширению сферы образования форм простой ср. степ. (окказиональное образование таких форм наблюдается от существительных с оценочной характеристической семантикой).
БАБАЯГИСТЕЕ (словоформа ср. степ. от Баба Яга или	– использование суффикса <i>-ист-</i> со значением «обладающий чем-то в большом количестве» (коррелирует с заданной

потенциального прил. БАБАЯГИСТЫЙ)	словоформой БАБАЯГАСТЕЕ , отличаясь использованием вариативного словообразовательного форманта в лексической основе).
« Они отсчитывают наш день по минутам – заданный мотивационный перифраз к МИНУТИКИ (от минута + -ик, по аналогии с ЧАСИКИ)	
ЧАСЫ	– использование узуальной лексемы; отметим, что даже угадывание узуального слова при предъявлении ребенку достаточно неопределенного перифраза можно считать креативным актом (ср. ситуацию разгадывания кроссворда).
СЧИТОМИНУТ	– способ сложения с нулевой суффиксацией (слово создается на основе словосочетания «считать минуты»). Аналогией может служить номинация СЕКУНДОМЕР (с другой последовательностью глагольной и именной морфем).
« Кубики с буквами » – заданный мотивационный перифраз к слову БУКВУБИКИ (контаминация двух слов путем произвольного соединения начального сегмента слова БУКВЫ и финального сегмента слова КУБИКИ)	
КУБОБУКВЫ БУКВОКУБЫ	– представленные способы сложения аналогичны исходной модели словообразования, за исключением последовательности соединения составляющих гибридное слово сегментов;
КВАДРОБУКВЫ	– введение ребенком собственной (иной, чем в перифразе) мотивирующей основы в состав деривата (<i>квадраты</i> вместо <i>кубики</i>) отражает стратегию ассоциативной конкретизации обозначаемого (кубики имеют форму квадрата)

Создание слова по мотивационному перифразу позволяет диагностировать и развивать способности детей-дошкольников к

творческому использованию освоенных словообразовательных структур в процессах номинации, стимулирует ребенка к эвристическому поиску наиболее адекватного варианта решения нестандартной задачи.

На третьем (завершающем) **этапе** тренинга верифицировалось ассоциативное наполнение стимульных слов на основе созданных детьми рисунков.

Данное задание предполагало опору на образно-наглядный характер мышления ребенка-дошкольника, проявляемого в разных видах его речевой деятельности. Эта процедура должна была стимулировать фантазию, раскрепощать воображение детей, еще ярче проявляя те аспекты восприятия инновации, для описания которых маленькому ребенку, возможно, не хватило слов. Детям предлагалось нарисовать: *радужистую* воспитательницу, папу *полицейера*, *каблукастую* тетеньку, *зубатолога*, *музыкальник*, *домоговорун* и др.

Приведем некоторые иллюстрации дошкольников на слово РУБОРУБ (в спонтанной детской речи данная номинация зафиксирована в значении «тот, кто рубит лес», «дровосек»). Ср. представленные ниже визуальные корреляты вербальных стимулов.



Рис. 1

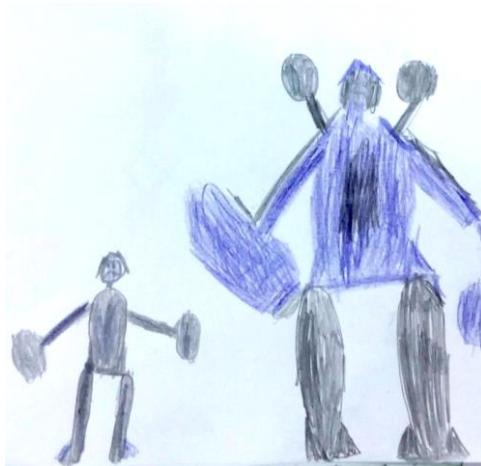


Рис. 2

Представленные иллюстрации (рис. 1, 2) на один и тот же стимул РУБОРУБ свидетельствуют о том, что каждый ребенок по-разному представляет себе данное значение через визуальный образ. Если на первом рисунке это человек, рубящий дерево – *дровосек*, то на втором рисунке это уже «робот, который приводится в действие пультом управления, и он помогает людям рубить деревья на зиму» (*пояснение ребенка*).



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

Вербальным стимулом для рисунков 3,4,5 была инновация ГУДИЛЬНИК. Возникшие у детей образы обусловлены некоторыми ситуативными контекстами, что становится ясным из пояснений авторов соответствующих рисунков: «Папа, всегда ставит свой *гудильник-чайник* перед тем, как нам ехать в садик» (рис.4). «Наша *Тося* (=собака) никому не даст поспать, она у нас *гудильник!*» (рис 5). Совершенно очевидна корреляция между данным рисунком и осознанной шуткой, проявляющейся в установленной метафорической аналогии.

Интересными и детализированными оказались иллюстрации на слово-инновацию ДОМОГОВОРУН (в детской речи эта инновация является синонимом слова *домофон*) – см. рис. 6,7.

В иллюстрациях актуализировано иное значение, отражающее буквальное восприятие мотивационной формы окказионализма: дом, который может говорить/ дом, откуда можно позвонить по телефону.



Рис.6.



Рис.7.

На обоих рисунках ДОМОГОВОРУН – это «живое» существо: дом, имеющий глаза, рот. Рис. 6 автор дополняет специальными кабинками, «из которых можно позвонить куда угодно, в любое место Космоса, папе и маме» (пояснение ребенка).

Как в данных, так во всех остальных рисунках ярко проявляются считываемые детьми смыслы и мотивация стимульных слов: *каблукастая тетенька* изображается в туфлях на **высоких каблуках**; *полицейонер* на всех рисунках – в полицейской форме, чаще с жезлом в руке или на патрульной машине; *радужистая воспитательница* – в яркой цветной одежде и т.п. Значения окказионализмов предстают в виде предметных образов, актуальных для детского сознания.

Приведенные толкования и визуальная репрезентация содержания словотворческих инноваций со всей очевидностью подтверждают тот факт, что «...поведение и умственная деятельность ребенка в онтогенезе <...> развиваются через собственное практическое познание реальности, а речевая деятельность – почти исключительно – через усвоение готовых образцов... Весьма часто речевые умения остаются менее развитыми, чем интеллектуальные» [Горелов 2012: 178].

Представленный тренинг доказывает, что создание нового слова и считывание смысла словообразовательной инновации в

значительной степени «взаимообратимы». Последовательное выполнение предложенных в игровой форме заданий позволяет диагностировать способности детей к восприятию и порождению словотворческих инноваций, выявляет их ассоциативный потенциал и стимулирует сознательную установку ребенка на словесный эксперимент. Совокупный анализ вербальных и невербальных реакций, полученных в ходе тренинга, отражает особенности способов постижения и репрезентации языковой семантики детьми-дошкольниками и позволяет наметить траектории индивидуального развития креативности каждого конкретного ребенка.

ЛИТЕРАТУРА

Бубнова И.А. Индивидуальный «образ мира» как объект психолингвистического анализа // *Язык, сознание, коммуникация.* – М., 2012. Вып. 45.

Варламова Е.П., Степанов С.Ю. Психология творческой уникальности человека. – М., 2002.

Горелов И., Седов К. Основы психолингвистики. – М., 2014.

Гридина Т.А. Объяснительный словарь детских инноваций. – Екатеринбург, 2012.

Гридина Т.А. К истокам вербальной креативности: творческие эвристики детской речи // *Лингвистика креатива-1: коллективная моногр.* / Под общей ред. проф. Т.А. Гридиной. 2-е изд. – Екатеринбург, 2013.

Гридина Т.А. Ассоциативные проекции детских словотворческих инноваций и тренинги вербальной креативности // *Лингвистика креатива-3: коллективная моногр.* / Под общей ред. проф. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург, 2014.

Гридина Т.А. Детский вопрос как форма лингвокреативного мышления // *Вестник Кемеровского государственного университета.* 2017. №1.

Гридина Т.А. «Своя игра»: ребенок в мире языка: монография. – Екатеринбург, 2016.

Гридина Т.А. Коммуникативные стратегии диалога «взрослый-ребенок»: факторы конструктивного речевого взаимодействия // *Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности.* Вып. 5. – Екатеринбург, 2007.

Гридина Т.А. Языковая интуиция как эвристический вектор детской речи // Педагогическое образование в России. 2015. № 11.

Доброва Г.Р. Креативность языковой личности в аспекте вариативности речевого онтогенеза // Лингвистика креатива-2. Под общей редакцией профессора Т.А. Гридиной. – Екатеринбург, 2012.

Доброва Г.Р. Детская речь: универсальное – общее – дифференциальное – индивидуальное // Онтолингвистика – наука XXI века. Материалы международной конференции, посвященной 20-летию кафедры детской речи РПГУ им. А. И. Герцена. Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. 2011.

Коновалова Н.И. Ресурсы речевой психодиагностики в образовательном процессе // Педагогическое образование в России. 2015. №11.

Леонтьев А.Н. Психологическое исследование речи // Избр. психол. произв.: в 2 т. – М., 2000.

Лурия А.Р. Язык и сознание. – М., 1998.

Телегина И. Границы метода: большая психологическая игра // Школьный психолог. 2008. №3.

Цейтлин С.Н. Язык и ребенок: лингвистика детской речи. – М.: Владос, 2000.

©Гридина Т. А., 2017

©Берсенева А. А., 2017

С. В. ИЛЬЯСОВА
(Южный федеральный университет,
г.Ростов-на-Дону)

СЛОВОТВОРЧЕСТВО? СЛОВОЕРНИЧЕСТВО? К ОЦЕНКЕ ИГРОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

Аннотация. Игровые стратегии рассмотрены в статье на примере инноваций, мотивированных ключевыми словами – антропонимами, называющими первых лиц США, что позволяет поставить вопрос о существовании ограничений для словотворчества применительно к объекту языковой игры – ограничений, диктуемых внеязыковыми факторами. Как достаточно продолжительный по времени охвата, так и представительный в количественном отношении материал позволяет сделать выводы о наборе игровых стратегий – активном использовании, например, приема контаминации, а также (что более важно) – о специфике политического словотворчества – его подчеркнутой оценочности, для реализации которой используются как средства, относящиеся к интеллектуализации языка СМИ (аллюзия, прецедентные феномены), так стилистически маркированные средства (жаргонизмы, обценная лексика). Таким образом, граница между словотворчеством и словоерничеством в языке современных российских СМИ оказывается весьма размытой, неконтролируемой внеязыковыми факторами.

Ключевые слова: язык СМИ, языковая игра, словотворчество, словоерничество, ключевые слова, антропонимы, оценочность, коннотация, медиадискурс.

Антропонимы языка СМИ не случайно называют *ключевыми словами текущего момента*, т.к. они актуальны «именно для данного, текущего, сравнительно короткого исторического периода развития общества» [Сковородников 2003: 243]. Жизнь антропонимов, называющих первых лиц государства, можно прогнозировать с точностью до одного года, но тем интереснее

наблюдать за тем, как эти ключевые слова «обрастают» производными, свидетельствующими о явном сдвиге в способах и приемах выражения оценки – сдвиге в сторону эпатажа. Мы полностью разделяем точку зрения тех исследователей, которые считают, что «мы являемся свидетелями либерализации языка, речевых норм в печати, возникновения принципиально иных стилистических стандартов в новых масс-медиа, участниками информационной революции» [Рацибурская 2014: 135].

Любую тенденцию, как известно, нужно рассматривать с позиций диахронии, поэтому перечислим вкратце отмеченные нами ранее приемы языковой игры (ЯИ) с именами собственными первых лиц Америки [Ильясова 2010]. Напомним также, что в наших работах мы опираемся на понимание языковой игры, предложенное Т.А.Гридиной: «ЯИ как форма лингвокреативного мышления эксплуатирует механизмы ассоциативного переключения узуального стереотипа восприятия, создания и употребления языковых единиц, характеризуется **условностью и интенциональностью** – установкой на творчество, эксперимент над знаком на основе различных лингвистических приемов его трансформации и интерпретации» [Гридина 1996: 12].

Языковая игра с фамилией Джорджа Буша, который, как известно, дважды избирался президентом Соединенных Штатов Америки – в 2000 и в 2004 году, – представлена такими приемами, как *игра с внутренней формой слова*, ср.: *Америка БУШует* (Версия, 2000, №42); *ГОРячились. Бушевали, президента выбрали* (КП.09.11.2000). Т.А. Гридина называет эту разновидность ЯИ приемом «намеренно ложной мотивации парадоксального типа» [Гридина 1996:119] и отмечает, что омонимический (в широком понимании термина) сегмент графически выделен [там же]. Мы полностью согласны с этим наблюдением, игра с внутренней формой слова, *псевдомотивация*, как правило, сопровождается *графической игрой*, что, с одной стороны, усиливает игровой эффект, т.к. *капитализация* – графическое выделение сегмента в слове – является для русского языка нарушением орфографической нормы, с другой – несколько снижает отрицательный эффект от восприятия так называемых *орфографических окказионализмов* (термин наш. – С.И.) – искаженных двойников узуальных слов, с подробным анализом которых можно

познакомиться в нашей работе [Ильясова 2016а]. В данном исследовании ограничимся примерами орфографических окказионализмов с графически выделенным сегментом: *Откровенный ЦЕНизм; НеВИЗучие; АрЕстократы делят страну* – и без графического выделения: *Грабовое молчание; Блоготворное; Бедный катенок*.

Следующим приемом ЯИ является *игра с прецедентными феноменами*, – приемом, в котором мы склонны видеть проявление тенденции к интеллектуализации языка СМИ (в противоположность тенденции к демократизации), «которую исследователи связывают с необходимостью при восприятии текста пользоваться специальными знаниями [Лейчик 2003], а также с усложнением смысла, требующим дополнительных усилий читателя при восприятии и интерпретации текста...» [Петрова 2011: 16].

В использовании этого приема явно можно увидеть усиление оценочности, точнее, переход от весьма безобидной, шутливой прецедентности, ср.: *Белый дом станет изБУШкой на ковбойских ножках* (КП.20.01.2001), имеющей следующее объяснение: «... на главный бал инаугурации то ли в шутку, то ли всерьез гостей приглашают прийти в смокингах и в остроносых ковбойских ботинках», – к прецедентности подчеркнуто оценочного характера, ср.: *Обыкновенный бушизм* (Известия.19.05.2004); *БУШечное мясо* (АиФ, 2004, №37). Заметим, что в данных примерах, помимо игры с прецедентными феноменами, представлена и такая продуктивная для языка современных российских СМИ разновидность ЯИ, как словообразовательная – создание инноваций, образованных как по языковым моделям (*бушизм*), так и окказиональным способом – *контаминацией* (*БУШечное*). Данные примеры позволяют также поставить вопрос об *аксиологических коннотациях* [Арутюнова 1999] в языке СМИ, которые, по справедливому замечанию Е.И. Коряковцевой, пока еще мало изучены, между тем как «СМИ формируют моральные нормы, эстетические вкусы и оценки, выстраивают иерархию этических и эстетических ценностей, а нередко даже навязывают читателю образцы рецепции истин – исторических, социально-политических, психологических и др.» [Коряковцева 2016: 7]. Полагаем, что сказанное в полной мере относится к приве-

денным примерам, содержащим в первом случае аллюзию на сходство политики Буша с фашистским режимом (фильм М. Ромма «Обыкновенный фашизм»), во втором – на сходство с наполеоновским режимом, когда новобранцев называли сырьем и пушечным мясом [Берков 2005: 417].

Так как далее в статье будет также использоваться термин *прецедентный феномен*, считаем необходимым сказать, что этот термин мы используем вслед за Д. Б. Гудковым [Гудков 2003].

Перейдем к анализу ЯИ с фамилией 44-го президента Соединенных Штатов, которую мы в проделанном ранее исследовании оценили как масштабную и разнообразную по использованию игровых приемов [Ильясова 2010: 93].

Как уже рассмотренные, так и более поздние примеры позволяют говорить, что игра с этим антропонимом лишена той доли элегантности, которая прослеживалась в игре с антропонимом *Буш* и гораздо больше соответствует стилистике современных СМИ. Так, чего стоят такие каламбуры, как *Большой Обаман* (Известия.28.07.2008) и *Нас не обаманеешь* (Версия, 2009, №12), контаминации: *В Поднебесную приехал ОбаМао* (Известия. 17.11.2009); *Барак Обаба* (АиФ, 2016, №32 – словообразовательная шутка, поводом для которой стало высказывание Обамы о роли женщины); *Анастасию Стоцкую продюсеры, неведомые мне, по ее словам, обокрали на миллион «баракообамов»* (Версия, 2010, №23 – игровое название американской валюты).

Выделим инновацию, в которой имеет место псевдомотивация, ср.: *Барачный период* (КП.07. – 14.11.2013). Безусловно, последний пример очень интересен с точки зрения прагматики, т.к. здесь явно сталкивается «свое» и «чужое». «Свое» содержит аллюзию: заимствованное слово *барак* не должно было бы иметь отрицательной коннотации, если бы бараки в нашей стране использовались только как временные сооружения для военнослужащих, рабочих, но превращение их в некий символ нашей действительности придало слову коннотацию, которая вряд ли будет понятна американцам.

Заметим, что в языке СМИ явно преобладает игра с фамилией 44-го президента США над игрой с его именем. Фамилия *Обама* оказалась более «приспособлена» для игровых транс-

формаций как уже представленных, так и других, например: *Обошамились* (Известия.04.08.2008).

Нейтральные производные от рассматриваемого антропонима редки, ср.: *Обаманомика* (Известия.04.08.2010); ... что за культ «*ОБАМАличности*»? (АиФ, 2012, №51). Вместе с тем инновация *обаманомика* интересна тем, что дополняет цепочку производных, образованных «телескопическим способом (*имя лица* + формант *-номика*, сегмент слова *экономика*)» [Земская 1996: 100], в которых присутствуют фамилии президентов США: *рейганомика*, *клинтономика* [там же].

Завершим обзор ЯИ с антропонимами *Барак Обама* следующим примером: *Облом Обамы* (Версия, 2016, №34). Как видим, для игры на снижение журналист удачно использовал здесь прием *звуковой анафоры*.

Полагаем, что нелишним для характеристики *барачного периода* будет привести и производные от других антропонимов, каждый из которых, несомненно, может быть назван ключевым словом эпохи. Способ их образования отражает усиливающуюся в языке современных СМИ тенденцию к расширению функциональной нагруженности иноязычности в широком понимании этого термина: как иноязычные слова, так и иноязычные форманты активно вовлекаются в орбиту ЯИ, которая может служить и средством освоения новых заимствований или формирующихся формантов (ср, например, *-голик*, вычленившегося из *алкоголик*, или *-бургер*, вычленившегося из *гамбургер*), и актуализацией давних заимствований и уже освоенных языком формантов (см. [Руденко 2012]). К последним относится формант *-гейт*, вычленившийся, как известно, из названия «вашингтонского отеля «Уотергейт», которым стали именовать крупнейший в истории США политический скандал» [Сенько 2007: 235]. В настоящее время этот формант свободно сочетается как с топонимами, так и с антропонимами, что можно подтвердить такими примерами, как: *Сноуденгейт* (АиФ, 2014, №23); *Сплошной хилларигейт* (Совершенно секретно, 2016, №11). Полагаем, что скандал с бывшим сотрудником ЦРУ и Агентства национальной безопасности Эдвардом Сноуденом, случившийся в период президентства Барака Обамы, был не менее заметным, чем уотергейтское дело, но нас больше интересует вторая инновация –

хилларигейт, т.к. она открывает следующий ряд: *Трэвелгейт*, *Уайтуотергейт*, *Файлгейт*, *Чайнагейт*, *Моникагейт*, *Пардонгейт*, *Снайпергейт*, *Эмейлгейт*, *Бенгазигейт* – названия скандалов, связанных с четой Клинтон.

Перейдем от *барачного периода* к периоду, который, несмотря на относительную непродолжительность, уже отмечен яркими примерами оценочных инноваций: *Трампец?* (Версия, 2016, №44); *Трамплин для народа* (АиФ, 2016, №47); *Успешная трамплантация* (АиФ, 2017, №5); *Готовьтесь к трампкалипсису* (НТВ. 28.01.2017). Представим их в порядке появления.

Трудно сказать, где впервые появилось словечко *трампец* и кто был его создателем, т.к. в настоящее время оно весьма популярно в разных дискурсах. Так, например, его можно было увидеть на телеэкране во время аналитической передачи Д. Киселева (телеканал «Россия» 13.11.2016).

Эта экспрессема дополняет ряд инноваций, развернутый анализ которых был представлен в нашей недавней публикации, посвященной политическому словотворчеству [Ильясова 2016б]. Мы отметили, что инновации на *-ец* в языке «чувствуют себя весьма вольготно, порой появляются самые причудливые сочетания основы и аффикса (во многих случаях с концовкой *-здец* можно усматривать не суффиксацию, а контаминацию с суффиксальной обценной лексемой, ср.: *Полный Джигурдец* (КП. 27.02.2011 – от *Н.Джигурда*); *Полный криздец* (АиФ, 2011, №51 – от *кризис*); *Полный рецессец* (АиФ, 2013.№29 – от *рецессия*)» [Ильясова 2016б:29]. К этим инновациям можно добавить как появившиеся ранее: *песнец*, *хрустец*, *бензец*, *стабилизец*, *витаминЕц*, *Армагеддец*, – так и свежие примеры: *Крымздец* (Версия, 2015, №15); *Крымздец Сбербанка* (Версия, 2017, №6).

Вернемся к производным от антропонима *Трамп* – *трамплин*, *трамплантация* и *трампкалипсис*, первое из которых является продуктом псевдомотивации, т.к. сегмент *трамп* выделен в нем более ярким цветом, второе и третье – продуктом контаминации. Полагаем, что все они, так же, как и инновация *трампец*, оценочны. В первом случае оценка содержится в самой инновации, в способе ее образования, в контекстах же *Трамплин для народа* и *Успешная трамплантация* характер оценки определяется в одном случае указанием на интересы народа, в другом –

оценочным прилагательным *успешная*. Наконец, в последнем из примеров коннотация инновации, безусловно, определяется значением сегмента *покалипсис*, восходящего к *апокалипсис*.

Завершим наше исследование следующим очень показательным для языка современных СМИ примером: *Трамп-пам-пам и наш большой бабах* (КП.01.03.2017), т.к. в нем представлено неприкрытое ёрничество в оценке как политики Трампа, так и нашей военной политики.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М., 1999.

Берков В.П. Большой словарь крылатых слов русского языка: ок. 4000 единиц/ В.П. Берков, В.М. Мокиенко, С.Г. Шулежкова. – М., 2005.

Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество: Монография. – Екатеринбург, 1996.

Гудков Д.Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003.

Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985– 1995). – М., 1996.

Ильясова С.В. Бушефрения и обамомания: языковая игра с ключевыми словами в языке современных СМИ // Современная языковая ситуация в свете лингвокреативной деятельности: Материалы Всероссийской научной конференции «Язык. Система. Личность. Современная языковая ситуация и ее лексикографическое представление», Екатеринбург, 15-17 апреля 2010 г. – Екатеринбург, 2010.

Ильясова С.В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия: монография / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – М., 2016а.

Ильясова С.В. *Крымец Украине*, или Политическое словотворчество // Политическая лингвистика. 2016б. №3(57).

Коряковцева Е.И. Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты). – Седльц (Польша), 2016.

Петрова Н.Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии / Н.Е.Петрова, Л.В.Ращибу́рская. – М., 2011.

Ращибу́рская Л.В., Самыличева Н.А., Шумилова А.В. Новые тенденции в современном медийном словотворчестве // Новые тенденции в русском языке начала XXI века. – М., 2014.

Руденко О.Ю. Феномен иноязычности в современном русском языке (на материале словарей и языка СМИ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2012.

Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект. – СПб., 2007.

Сковородников А.П. Ключевые слова // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003.

©Ильясова С.В., 2017

М. Н. ЛЯШЕВА
*(Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону)*

ЛИНГВОКРЕАТЕМЫ В СОВРЕМЕННОМ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Аннотация. Данная статья посвящена такому явлению современного русского языка, как языковая игра, представленная в интернет-коммуникации лингвокреатемами. Описываются различные точки зрения на обозначение данного термина в современной лингвистике, а также основные способы образования лингвокреативных слов. В качестве материала для анализа взяты примеры из развлекательного интернет-дискурса и, в частности, из популярных среди молодежи социальных сетей и специализированных сообществ, целью которых является развлечение пользователей. Рассматриваются разные функции языковой игры – от комической до оценочной. Комический эффект реализуется в так называемых словообразовательных шутках. Реализация оценочной функции языковой игры более разнообразна и достигается различными приемами: варьированием прецедентных феноменов, игрой с графикой и др. В заключении обобщаются основные цели создания лингвокреативных слов.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, языковая игра, лингвокреатеми, комическая функция, оценочная функция.

Интернет настолько прочно вошел в жизнь каждого человека, что иметь собственный аккаунт в социальных сетях стало почти обязательным. На сегодняшний день социальные сети перестали быть только лишь платформами для коммуникации. Теперь они выполняют гораздо больше функций. Так, из них можно почерпнуть информацию, узнать последние новости или продемонстрировать общественности продукты собственной деятельности, не создавая при этом специальный сайт. В связи с таким богатым набором функций стало появляться все больше всевозможных сообществ, групп и страничек по интересам, которые можно обнаружить в любой социальной сети (Facebook, «В кон-

такте», «Одноклассники», «Мой мир», Twitter, Instagram и др.). Создаются специальные сообщества, целью которых является развлечь «сообщников» игрой со словом, со смыслом. Зачастую уже само их название говорит об этом: «Трахни нормальность», «Сальвадор в Дали», «Леонардо дай Винчик», «Окей, Гоголь». Таким образом, эти странички можно приравнять как к неофициальным СМИ, так и к средствам асинхронной коммуникации, поскольку каждый желающий вправе оставить комментарий под любой опубликованной заметкой.

При номинации сообществ активно используются богатейшие возможности лингвокреативной деятельности, основанной на языковой игре. Т.А. Гридина определяет языковую игру как «осознаваемое нарушение ассоциативных стереотипов употребления словесных знаков и реализацию потенциальных регистров словотворчества и текстопорождения» [Гридина 2016: 143]. Языковая игра подразумевает творческий процесс, в основе которого лежит эксперимент над знаком на основе различных лингвистических приемов его трансформации и интерпретации.

Мы, вслед за Т.А. Гридиной, считаем, что наиболее распространенным эффектом языковой игры является комический, но его достижением цели языковой игры не исчерпываются [Гридина 1996: 12]. В некоторых случаях развлекательность – лишь прикрытие, в то время как истинным эффектом является акцентирование внимания на проблемах, актуальных в той или иной социальной среде.

Продуктом языковой игры является креатема. Этот термин был предложен В.П. Григорьевым применительно к поэтическому языку. Позже многие исследователи, занимающиеся проблемами языкового творчества, адаптировали его для «лингвистики креатива»³. Н.А. Купина определяет креатему как «стратегически отобранную, осознанно реализованную или преобразованную языковую единицу, а также индивидуально-авторское

³ Само направление «Лингвистика креатива», инициированное Т.А. Гридиной (2009), получило разработку в серии коллективных монографий: «Лингвистика креатива-1» (2009, 2013), Лингвистика креатива-2 (2012), «Лингвистика креатива-3 (2014) / Под общей ред. проф. Т.А. Гридиной.

новообразование» [Купина 2012: 25]. А.П. Сквородников предложил употреблять термин *лингвокреатема*, поскольку данное понятие более соотносимо с явлением именно языковой игры, в отличие от креатем, которые обозначают продукт любой творческой деятельности [Сквородников 2016].

Лингвокреатемы рассматриваются в различных типах текста – от художественного до рекламного. С.В. Ильясова подробно описывает явление языковой игры применительно к газетному тексту, рассматривая контаминацию с графическим выделением как один из основных способов создания лингвокреативных слов [Ильясова: 2001]. На основании этого способа строится и большинство лингвокреатем интернет-дискурса. Однако если для газетного текста (особенно для заголовка) характерно и даже является обязательным условием графическое выделение, то сетевой развлекательный дискурс может этим пренебрегать. Например, *мне плохуй, предьявите деньгументы, никогда-нибудь, умственно усталый*. На наш взгляд, это обусловлено тем, что цель привлечь внимание читателя не является перво-степенной, поскольку, появившись в специальной сетевой группе, новое слово заведомо привлечет к себе внимание. Даже наоборот, основной целью здесь выступает маскировка нового слова, с тем, чтобы максимально приблизить его к традиционному варианту. Важным является вложенная в лингвокреатему игра со смыслом и сам факт творческой деятельности.

В отдельных выражениях в ходе языковой игры в исходном слове одна фонема или морфема заменяется на другую (*пожиреешь об этом; мир, дружба, жрачка; девушка-замкадка; я хочу попасть в май; уделите мне обнимание*). Иногда таким образом смысл высказывания меняется на противоположный. Например, *любовь до сугроба* в своем новом значении говорит об очень временном и непродолжительном чувстве в отличие от исходного – *любовь до гроба*. Или *сдаюсь, ты подебил*. На первый взгляд, новое слово кажется обычной опечаткой, но в условиях языковой игры это намеренное изменение. Как и в первом примере, смысл изменяется на противоположный. Когда мы говорим в ходе спора: «Сдаюсь, ты победил», – то подразумеваем, что оппонент оказался более компетентным в каком-либо вопросе. В измененном варианте креатема «*подебил*» отсылает нас

к существительному, которое в русском языке имеет оскорбительный, уничижительный характер, принижает умственные способности человека. Подобное происходит и в следующих примерах: *ты разочаровательна, уродственники, нужно уметь перепить трудности, б/у дни*.

В некоторых случаях языковая игра строится по распространенным языковым моделям, однако по смыслу она обращена к стереотипизации. Например, в словосочетании *слезоточивый ВАЗ* происходит изменение фонемы в аббревиатуре (г//в), но комический эффект создается за счет стереотипа о низком качестве работы отечественных автомобилей. Или *как художник без поллитра* – палитра меняется на *поллитра*, что отсылает нас к стереотипу о пьянстве людей творческих профессий.

Иногда языковая игра строится на аллюзии, подвергая трансформации так называемые *прецедентные феномены* – поговорки, названия произведений, крылатые выражения.

Есть еще похер в похеровницах (Есть ещё порох в пороховницах);

Нет Будды без добра (Нет худа без добра);

Над пропастью во ржи (роман Дж. Сэлинджера «Над пропастью во ржи»);

Мужчина в самом расцвете сил (*мужчина в самом расцвете сил* – из произведения «Малыш и Карлсон» А. Линдгрена).

Развлекательность достигается путем варьирования в устойчивом словесном комплексе как нарицательных (*похер* вместо *порох*, *ржи* вместо *ржи*), так и собственных имен (*Дэвид Греховны*, *Милая Йовович*).

Следует отметить, что в интернет-дискурсе лингвокреатемы могут иметь как оценочный, так и чисто игровой характер, выступать в качестве так называемой *словообразовательной шутки*, когда в одно слово соединяются абсолютно не связанные понятия, соответственно, и получившаяся лингвокреатема лишена смысла: *пекинесквик* (пекинес + несквик), *дельфиники* (дельфин + финики), *осало* (оса + сало), *хомякишь* (хомяк + мякишь), *пенопласточка* (пенопласт + ласточка), *мухоморж* (мухомор + морж), *соколокол* (сокол + колокол). В большинстве случаев такая лингвокреатема сопровождается картинкой, иллюстрирующей ее.

Развлекательность выступает основной целью создания лингвокреатива в сетевых сообществах. Однако за развлекательностью также скрыты глубинные проблемы. Поскольку языковая игра является популярной в социальных сетях, то можно также сделать вывод, что молодежь внимательна к языку.

ЛИТЕРАТУРА

Григорьев В. П. Поэтика слова. – М., 1979.

Гридина Т.А. Лингвокреативные механизмы порождения текста: экспериментальный ресурс языковой игры. Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. 2016. №7.

Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996

Ильясова С.В. Языковая игра в газетном тексте // RELGA. 2001, № 23 (77). <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main%3Ftextid%3D395%26level1%3Dmain%26level2%3Darticles>.

Иссерс О.С. Лингвокогнитивные игры в пространстве интернета: от смешного до серьезного // Лингвистика креатива-2 [Текст]: Коллективная моногр. / под общей ред. проф. Т.А. Гридиной. 2-е изд. – Екатеринбург, 2012.

Копнина Г.А., Сквородников А.П. Стилистика креатива и эколингвистика: точки соприкосновения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. I.

Купина Н.А. Креативы в речи детей. // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2012. №3.

Сквородников А.П. Экология русского языка: очерки: монография. – Красноярск, 2016.

Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М., 2003.

Шаховский В.И. Креативы как индикатор бесконечных потенций языкового развития // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. №2.

©Ляшева М.Н., 2017

А. М. ПЛОТНИКОВА

*(Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург)*

ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО АКТА «УГРОЗА»⁴

Аннотация. В статье рассматривается угроза как речевой акт и как дискурсивная стратегия. Угроза предполагает деструктивное воздействие на адресата речи и направлена на ухудшение его эмоционально-го состояния. Для достижения коммуникативного эффекта адресант угрозы осознанно использует лингвокреативные механизмы, целью которых является формирование страха у адресата речи. В основе этих механизмов лежит стратегия детализации действий, осмысляемых говорящим как справедливое возмездие. Адресант угрозы демонстрирует изобретательность в выборе способов осуществления угрозы, используя приемы интенсификации наказания. Рассматриваются приемы, основанные на использовании образных средств языка, прецедентных знаков, грамматических и семантических аномалий. Лингвокреативные механизмы используются с целью маскировки интенции угрозы, что обусловлено социальной табуированностью речевого акта «угрозы» и юридической ответственностью за высказывание угроз.

Ключевые слова: угроза, речевой акт, дискурсивная стратегия, лингвокреативность, речевое воздействие.

Структура речевого акта угрозы, его связи со смежными речевыми актами, такими как предостережение, предупреждение, побуждение, совет, описаны в работах А. Н. Баранова, А. Вежбицкой, М. Г. Безяевой, М. Я. Гловинской, А. Ю. Масловой и др. Угроза рассматривается как конфликтный речевой акт, в семантике которого присутствует два компонента: это побуждение к совершению действия в интересах говорящего и обещание

⁴ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02005)

негативных последствий в случае неповиновения [Гловинская 1983: 80]. Лингвистические исследования направлены на установление пропозиционального содержания угрозы и языковых средств ее выражения: интонационных, лексических и грамматических. Наиболее типичной формулой угрозы является предложение с придаточным условия («Если ты не..., то я...»), однако репертуар средств настолько разнообразен, что их систематизации посвящены диссертационные и монографические исследования М. Г. Безяевой [Безяева 2002], В. В. Быстрова [Быстров 2001], Д. О. Жучкова [Жучков 2010], Н. В. Хохловой [Хохлова 2004] и др.

В психологии подчеркивается деструктивная сущность угрозы и те эмоции, которые становятся причиной появления угроз. В работе К. В. Злоказова и А. Ю. Софроновой, выполненной на материале анонимных угроз, сделан акцент на реальности осуществления угрозы: *«Я хочу сжечь кабинет директора»* еще не говорит о готовности сделать это. Другое дело, если человек определяет условия претворения угрозы в жизнь, детализирует модель действий: *«Если мне не дадут зарплату, я принесу канистру с бензином, оболью стол директора и подожгу»*. Исследования, выполненные на материале английской речи, показывают, что люди, операционализирующие интенцию, чаще достигают своих целей [Злоказов, Софронова 2016: 102].

В последние годы угроза неоднократно становилась предметом рассмотрения в аспекте лингвистической экспертизы текста [Баранов 2013, Бринев 2009, Шахматова 2015], что вполне естественно, так как угроза входит в состав ряда законодательных норм. В теории права угроза рассматривается как вид психического насилия над личностью, чьи права и интересы охраняются законом.

Т. Б. Радбиль и В. А. Юматов, характеризуя угрозу в аспекте проблем лингвистической экспертизы, выделяют следующие условия успешности речевого акта «угроза»:

1) предварительные условия:

а) наличие определенного психологического состояния враждебности говорящего и наличие адресата или объекта угрозы;

б) физическая возможность говорящего осуществить требуемое действие;

2) существенное условие: четко оформленное намерение (обещание) нанести вред кому-либо, что в общем и относит данный акт к классу комиссивов (акты, в которых говорящий берет на себя обязательство совершить какое-либо действие);

3) условие искренности: говорящий искренне намерен совершить данное действие, но не в любом случае, а при условии неисполнения необходимых с его точки зрения требований;

4) условие пропозиционального содержания: акт угрозы должен относиться к плану будущего времени (как и любые другие речевые акты обещания или побуждения) [Радбиль, Юматов 2015: 108-110].

Регулярное совмещение угрозы с другими речевыми актами и жанрами (предложения, предупреждения, совета) также создает трудности в лингвистическом анализе. Например, склоняя Ю. к увольнению, П. произносит: *«Я предлагаю тебе простой вариант, самый простой: ты сейчас пишешь заявление, сегодня последний день, деньги получаешь, и до свидания, все. В противном случае я буду вынужден: выговор один есть, сейчас оформляем выговор, второй есть. Понедельник, вторник, среду – запись в трудовую. Выбирай!»* Говорящий начинает с конструкции «я предлагаю», которая, на первый взгляд, сигнализирует о речевом акте предложения, однако далее он обозначает условия невыполнения предложения (*«в противном случае»*), что переводит высказывание в разряд угроз: адресат должен выполнить требования, а их невыполнение приведет к наказанию. Формально предоставляя адресату речи выбор (то есть произнося «Выбирай!»), говорящий на деле не оставляет возможности выбора, так как невыполнение требований приведет к выговорам и записи в трудовую книжку. Следовательно, в данном фрагменте, несмотря на нейтрализацию иллокутивной силы угрозы и ее маскировку под предложение («предлагаю») реализовано значение угрозы-побуждения.

Поскольку угроза представляет собой асоциальное действие и высказывание угроз может иметь правовые последствия, то говорящий использует приемы маскировки речевой цели угрозы. При этом возникает конфликт между желанием уйти от пра-

овой ответственности и намерением такого речевого воздействия, которое оказало бы максимальный прагматический эффект на адресата. Одним из способов решения такой коллизии служат лингвокреативные механизмы. По словам Т. А. Гридиной, интерпретация вербальной креативности в психолингвистическом освещении «связывается с механизмами лингвокреативного мышления, в основе которого лежит способность говорящих к ломке и переключению ассоциативных стереотипов, созданию нового речевого продукта на базе переработки уже существующего языкового материала» [Гридина 2008: 14; см. также: Гридина 2016]. В исследуемом материале лингвокреативные механизмы реализуют антиэстетические функции, а игровой лингвистический код используется с целью выражения речевой агрессии.

Как показывает практика судебной лингвистической экспертизы по делам об угрозе, игровой код чаще всего используется для экспликации наказания. Говорящий демонстрирует изобретательность, изощренность в выборе методов наказания. Например, в высказывании *«Готовься поменять свой статус патентоведа на импотента»* использован прием паронимазии, при котором выбор номинации обусловлен необходимостью дискредитации объекта угрозы.

Более сложный механизм, основанный на трансформации прецедентного высказывания, использован в высказывании *«Докурю тебя до окурочка, Леночка»*, в котором основанием для ассоциативной обработки служит строчка песни А. Новикова *«Выгорает до окурочка... Дурочка!»*. Адресованное судье и отправленное в виде смс-текста высказывание актуализирует метафорически выраженный смысл уничтожения объекта, хотя и не содержит указания на конкретный способ совершения действий.

В материалах, становившихся объектом судебной практики, имеются высказывания, в которых осуществляется детализация угрозы с указанием на последовательность совершения действий. Например, в последнем слове обвиняемый произносит текст с внутренней рифмой (читает рэп): *«Ведь выйду я скоро, надену на шею крестик, возьму в руки пестик и буду по своему черному списку отстреливать каждому из вас мениски»*.

Как указывает М.Г. Безяева, «угроза «любит» гиперболизацию и метафоричность, поэтому даже при экспликации конкретного возмездия часто называется действие, которое далеко не всегда реально будет и может быть выполнено» [Безяева 2002: 493]. В результате вместо конкретного действия-возмездия используются фразеологические обороты *зубами загрызу*, *башку оторву*, *сотру в порошок* или иные конструкции (например, *порву тебя на флаг Великобритании*), эксплицирующие желание говорящего совершить некоторое отрицательное действие, которое реально не может быть реализовано. Квалификация подобных высказываний как угроз требует анализа коммуникативной ситуации, так как отсутствие побудительной агрессивной интенции может переводить такие высказывания в шутку, например, так происходит в фильме «Подкидыш», где брат, уходя, говорит своей маленькой сестре: *«Сейчас же спи до двух часов. Если до двух часов пикнешь – я тебе голову оторву!»*

Угроза допускает появление таких импликатур, которые требуют от адресата достраивания элементов угрозы: *«Проще промолчать, чтобы родные потом не оплакивали тебя»*. Однако и сам адресант угрозы эксплицирует свое участие в совершении наказания. Угроза может быть связана с коммуникативной целью клятвы, обладая суггестивной силой. Говорящий готов совершить действия даже в том случае, если они причинят ему самому ущерб: *«Но ты у меня будешь привлечен к уголовной ответственности. Я тебе даю слово офицера. Вот тебе ксива моя. Если я не привлеку тебя к ответственности, я съем ее. Давай на спор. Вот свидетель»*; *«Я клянусь своим сердцем, что она забудет, как выглядит в реале»*.

Содержание угрозы может быть восстановлено с опорой на коммуникативный контекст, препятствующий буквальному пониманию значения слова и позволяющий восстановить угрозу, выраженную в форме намека. Такой случай обнаруживается в приведенном ниже диалоге:

А: На дне рождения, как мне помнится, ты был в розовом галстуке.

Г: У меня не было никогда розового галстука. Почему розовый?

А.: Он красивый. Я так хочу.

С: Почему не желтый, не зеленый?

А: Он догадается. Мы друг друга поняли.

Коммуникативный контекст, в котором прозвучало спорное высказывание, имеет официальную направленность, связан с расследованием преступлений и конкретными следственными действиями (очная ставка между обвиняемым и подозреваемым в уголовном преступлении), характеризуется наличием общих фоновых знаний собеседников, которые знакомы много лет).

Слово «галстук» в переносном значении в сочетании с прилагательным цвета (*красный* и т.п.) или оттопонимическим прилагательным (*колумбийский, итальянский, мексиканский* и т.д.) указывает на смерть посредством удушения, на то, что у жертвы перерезано горло. Словосочетание «*красный галстук*» представляет собой метафорический перифраз. Перенос обусловлен сходством раны на шее жертвы и вытекающей из нее крови с галстуком красного цвета (сходство по форме и по цвету).

В исследуемом высказывании употреблено словосочетание не «*красный*», а «*розовый галстук*», которое не зафиксировано в толковых словарях. Использование говорящим выражения «*розовый галстук*» в том контексте, который предполагает употребление кодифицированного словарями выражения «*красный галстук*», может быть обусловлено несколькими причинами либо их совокупностью. В исследуемом случае с большой степенью вероятности можно говорить о том, что адресант в высказывании «*На дне рождения, как мне помнится, ты был в розовом галстуке*», используя выражение «*розовый галстук*» вместо общепринятого «*красный галстук*», неточно воспроизводит цвет на основании синонимичного сходства лексем «*красный*» и «*розовый*». Говорящий намеренно искажает лексический состав фразеологизма, так как, не имея возможности в условиях следственного действия прямо высказать угрозу, стремится ее замаскировать под воспоминание. При переносном значении выражения вне зависимости от причин, по которым говорящий произвел замену прилагательного, общий смысл словосочетания сохраняется: «*зарезать кого-л., убить ударом ножа в шею*».

Информация о грозящих адресату неприятностях представлена в имплицитной форме, но восстанавливается из контекста. В этом случае значение высказывания в целом: «*быть тебе в*

розовом галстуке», то есть «*быть тебе с перерезанным горлом*», «*убитым ударом ножа в шею*». Конечно, существует вероятность того, что говорящий вследствие каких-либо психологических причин прервал очную ставку немотивированным личным воспоминанием, на что указывают конструкция «*как мне помнится*» и выбор формы синтаксического индикатива прошедшего времени, однако коммуникативная ситуация препятствует такому пониманию значения высказывания. Анализ коммуникативной ситуации в данном случае имеет определяющее значение для установления коммуникативных целей и характера взаимодействия между коммуникантами.

Следовательно, анализ угрозы как дискурсивной стратегии предполагает учет коммуникативной ситуации, тональности общения, специфики коммуникативного взаимодействия и выбора коммуникативных стратегий и тактик.

Лингвокреативные механизмы конструирования речевого акта угрозы, с одной стороны, направлены на маскировку коммуникативной интенции, а с другой, – служат средством актуализации агрессивной тональности, присущей угрозе.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А. Н. Семантика угрозы в лингвистической экспертизе текста // Международная конференция по компьютерной лингвистике «Диалог – 2013». URL: <http://www.dialog-21.ru/media/1223/baranovan.pdf>.

Безяева М. Г. Семантика коммуникативного уровня звучащего языка: Волеизъявление и выражение желания говорящего в русском диалоге. – М., 2002.

Бринев К.И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза. – Барнаул, 2009.

Быстров В.В. Функционально-семантический анализ менаживных диалогических реплик. Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Тверь, 2001.

Гловинская М.Я. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых актов //Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – М., 1993.

Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте. – Екатеринбург, 2008.

Гридина Т.А. Лингвокреативные механизмы порождения текста: экспериментальный ресурс языковой игры. Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. 2016. №7.

Жучков Д.О. Речевой акт угрозы как объект прагмалингвистического анализа (на материале английского языка). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2010.

Злоказов К. В., Софронова А. Ю. К оценке риска воплощения анонимной угрозы // Политическая лингвистика, № 3 (57), 2016.

Радбиль Т.Б., Юматов В.А. Выявление языковых и содержательных признаков речевого акта угрозы в экспертной деятельности лингвиста // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2015, № 9.

Хохлова Н.В. Способы и средства реализации коммуникативной категории угрозы в русском и английском языках. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2004.

Шахматова Т.С. Речевой акт косвенной угрозы в практике судебной лингвистической экспертизы // Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки», 2015. Т. 154, кн. 5.

©Плотникова А.М., 2017

Е. С. РЕДКИНА

*(Российский государственный педагогический университет
им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург)*

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В НОВЕЙШЕЙ РУССКОЙ ПОЭЗИИ

Аннотация. Статья посвящена использованию приемов языковой игры, основанной на включении в текст прецедентных феноменов. Материалом статьи являются стихотворения современных русских поэтов, опубликованных в журналах «Новый мир», «Октябрь», «Звезда», «Урал» в период с 2012 по 2016 год. Под прецедентными феноменами понимаются прецедентные тексты, прецедентные имена и прецедентные высказывания. В статье выделяются некоторые актуальные для современной поэзии механизмы языковой игры, анализируются принципы лексико-семантической организации текстов с использованием прецедентных феноменов. На основании контекстуального анализа выделяются функции языковой игры в использовании прецедентных феноменов, среди которых можно назвать такие, как: снижение статуса прецедентного феномена, создание абсурдного художественного образа (или художественной реальности), комической, иронической интонации, выявление смысловых несоответствий, обнаружение ценностных противоречий.

Ключевые слова: языковая игра, прецедентные феномены, прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные тексты, новейшая русская поэзия, современная поэзия, интертекстуальность.

Языковая игра, основанная на использовании и трансформации прецедентных феноменов, является одним из важнейших речевых приемов в современном медиа-дискурсе. Однако, если в последнем подобная языковая игра связана преимущественно со стратегиями привлечения внимания и манипуляции [Фашанова 2012], то в поэтическом тексте она имеет принципиально другие функции.

Современная литература, в том числе и поэзия, отчасти остается связанной с традицией постмодернистского дискурса, «специфика которого во многом определяется ориентацией культуры не на действительность, а на саму культуру с ее сложными ассоциативными связями, обеспечивающими интертекстуальность, прецедентность, пародию литературным текстам» [Попова 2012: Электронный ресурс]. Стилистические функции использования прецедентных феноменов заключаются в том, что они помогают автору выразить свое отношение к миру путем сопоставления двух или более «реальностей», «создающих многослойное семантическое поле» текста [Александрова 2010: Электронный ресурс]. Зачастую в современных поэтических текстах «контраст с претекстом оборачивается связью, в результате которой интертекстуальная связь приобретает характер каламбура, гиперболы или их взаимоналожения», таким образом «соединяются «высокий» и «низкий» регистры» [Фатева 2000: 33]. Интертекст в художественном произведении может являться «своеобразным интерпретатором» [Денисова 2003: 171], который выявляет в нем новые смыслы. Описанная функция может коррелировать с прочими функциями интертекста: выражения авторской оценки или оценки персонажа, обобщения ситуации, сравнительно-уподобительной функцией, характерологической, орнаментальной, функцией воздействия на адресата текста [Николина 2014: 227]. Однако «помимо прецедентных текстов, которые являются аксиологически нагруженными единицами, оценку несет и языковая игра» [Гриценко 2009: 16].

Для новейшей русской поэзии характерно вовлечение читателя в пространство языковой и литературной игры с автором, «который порой глубоко ироничен, и, как бы резвяся, <...> открывает перед нами неизвестные ранее измерения и ракурсы непостижимого до конца универсума» [Фатева 2001: Электронный ресурс]. Основой языковой игры в современной поэзии зачастую является обращенность авторов к прецедентным текстам и высказываниям, как элитарной, так и массовой культуры. По замечанию И.А. Чемезовой, «прецедентная модель языковой игры» основана на несоответствии исходного смысла прецедентного текста и его новой референтной соотнесенности, направлена на переакцентуацию «ценностных установок восприятия

смысла общеизвестного культурного факта» [Чемезова 2008: Электронный ресурс].

В современной поэзии актуальными при использовании прецедентных феноменов являются следующие механизмы языковой игры: языковая игра, основанная на многозначности лексем; контаминация прецедентных высказываний и прецедентных имен; буквализация значения лексемы, входящей в состав прецедентного высказывания; использование созвучных лексем. Обращает на себя внимание то, что в процессе языковой игры исходное значение прецедентного феномена и его актуальное в контексте значение, зачастую соотносятся, как «высокое» и «низкое», создавая деромантизированный, сниженный художественный образ.

Следует отметить тенденцию к трансформации сюжетов из прецедентных произведений на основании переосмысления лексического значения того или иного слова. Так, в стихотворении Александра Корамыслова «Рассказать тебе сказку про белого бычка?» языковая игра строится на жаргонном значении слова «бычок» и грубом разговорном значении лексемы «корова»:

Рассказать тебе сказку про белого бычка?

Жил-был бычок. В пепельнице.

И звали его Салем-с-Ментолом.

*Был он весь белый, только у хвоста — два зеленых колечка
и тавро: Салем-с-Ментолом...*

*Но однажды некая толстая **корова с покрашенными губами***

*достала из уютного загончика именно его —
и стала целовать в засос, прижигая.*

*Что было делать — Салем-с-Ментолом в ответ страстно
загорелся —*

*и пламенно отдался **толстой корове,**
вместе с дымом и всеми потрохами.*

*Увы, их жаркий союз длился недолго —
попыхтев минут пять,*

***толстая корова, наконец, отлипла —**
и вяла его в пепельницу.*

Обращение к языковой игре и простому, «примитивному» по своей форме жанру детской сказки позволяет автору метафорически описать историю любви мужчины и женщины, не прибегая к описанию реальных жизненных событий и развернутым характеристикам героев.

Стихотворение Григория Кружкова «О том, как Филипп в компьютер влип» использует прецедентную сказку «Репка», выстраивая языковую игру на актуальном для современного языка значении слова «мышка» (компьютерная мышь):

Мальчик Филипп

В компьютер влип.

Дедушка тянет-потянет,

Вытянуть не может.

Позвал бабушку...;

Кошка прибежала,

Хвостиком махнула.

Мышка упала

И разбилась.

Стихотворение Владимира Гандельсмана «По-весь» полностью построено на интертекстуальных связях, в первую очередь, со стихотворением Эдгара По «Ворон». Важно отметить игровое начало в дефисном выделении аффикса *по-*, образующем новый смысл слова – *весь* от По. Ироничный и игровой характер «По-вести» становится ясен еще с первых строк, в которых автор изменяет устойчивую фразу «в гордом одиночестве» на «в одиночестве не гордом» и строчку из известного стихотворения А.С. Пушкина «Дар напрасный, дар случайный», основывая языковую игру на созвучии, точной рифме слов «дар» и «бар», создавая, таким образом, в тексте «высокие» коннотации, составляющие инвариант восприятия текста А.С. Пушкина, переводя его в сниженный, бытовой дискурс.

В стихотворении Анатолия Наймана используется словосочетание «Щастье Общин Рабочих Селян», содержащее в себе анаграммное написание фамилии Щорса:

*И советская власть — вне пространств и сезонов: обрыскай
слеты многостаночниц, ячеек, подполий. И Щорс,*

Щастье Общин Рабочих Селян,

*в топке бьется с Лазо. А на сладкое пляшут Нуф-Нуф и
Наф-Наф
и Ниф-Ниф...*

Выделенное словосочетание не имеет смысла, и, очевидно, пародирует коммунистические лозунги революционной эпохи 20-х гг. Данная языковая игра, встроенная в хаотическое смысловое поле текста, где сталкиваются между собой прецедентные имена из разных дискурсов, поддерживает мысль о том, что суть истории советской России – абсурд.

В стихотворении Григория Петухова «Сам я не видел, но есть, говорят, равнины» языковая игра также связывает две противопоставленные друг другу эпохи и предполагает знание читателем творчества Ф.М. Достоевского:

*Мерзостно как-то глядеть в старшеклассниц лица,
в них призыв Достоевского заголиться...*

Реминисценция на рассказ Достоевского «Бобок» содержит буквализированное толкование призыва «заголиться» в отношении старшеклассниц, в то время как в самом рассказе глагол «заголиться» употреблен в значении «говорить правду».

Языковая игра в стихотворении Дмитрия Румянцева «Ночь. И мафия вновь открывает глаза» обнаруживает противопоставление разных эпох:

*Эти черные улицы, черный разбой,
черный бумер и визг тормозов
объяснят ли мне Бубер, Бердяев, Толстой
вплоть до зауми – с самых азов?*

Таким обращением автор ставит под сомнение состоятельность философии великих умов в условиях бандитских реалий современного мира. Внутрискочная рифма «бумер – Бубер», построенная на созвучии упомянутых слов, выстраивает временную парадигму от Бубера до современной криминальной России, выделяя для одной в качестве знакового явления философию Мартина Бубера, а для другой – черный бумер, отсылая читателя к прецедентному фильму «Бумер», демонстрирующему философию нового времени.

Языковая игра в стихотворении Вадима Дулепова «Июльские аллеи веселее» основана на актуализации одной лексемы одновременно в двух значениях:

*...в тени укryвшись, артемиды алчет
несчастный актеон...но деве лень
сказать контральто: кыш отсюда, мальчик! –
ведь мальчик с виду – ну такой олень...*

Сюжет мифа об Актеоне, превращенном Артемидой в оленя, в данном случае становится поводом для языковой игры. Автор переводит речь греческой богини в низкий регистр, приписывая ей использование разговорных конструкций «кыш отсюда» и «ну такой олень», где лексема *олень* использована в жаргонном пренебрежительном значении «глупый, наивный, несообразительный человек». Вадим Дулепов помещает героев древнегреческого эпоса в современную бытовую ситуацию, тем самым размывая границы «высокого» и повседневного, сниженного.

В стихотворении Григория Петухова «Александр Александрович и другие» представлен образ современного поэта. Название отсылает к имени Блока, а под «другими» подразумеваются прочие русские поэты, в частности А.С. Пушкин, что понятно из дальнейшего контекста. В описанном пейзаже появляется герой-автор стихов:

*Сочиненьем стихов о Прекрасной Няне
сам из жизни изъят,
автор заметит: у местной пьяни
кроткий, кроличий взгляд.*

Название стихов о «Прекрасной няне» апеллирует сразу к двум прецедентным названиям, соединение которых никак не мотивировано, а основывается лишь на созвучии, создает комический эффект и, соответственно, формирует образ стихотворца в несерьезном, пародийном ключе. Подразумевается, что описываемый герой не может написать ничего стоящего, а «продуктом» его лирических переживаний являются «стихи о Прекрасной Няне», то есть бессмыслица, абсурд.

Языковая игра «как средство передачи мыслей, чувств, эмоций, ощущений, невербализованных идей автора» [Захарова 2006: Электронный ресурс] является востребованным в новейшей поэзии приемом при введении в текст прецедентных феноменов. «Дискредитация», снижение статуса того или иного значимого культурного факта в процессе языковой игры, направлена, как правило, на обнаружение противоречий и несоответ-

ствий (комических или трагических), возникающих в изображаемом «антимире».

ЛИТЕРАТУРА

Александрова И.Б. Стилистические функции и лингвистические механизмы аллюзии и реминисценции в поэзии постмодернизма [Электронный ресурс]. – 2010. Режим доступа: http://www.philol.msu.ru/~rlc2010/abstracts/rlc2010_abstracts_sec03.pdf

Гриценко Л.М. Языковая игра как способ реализации прецедентного текста в чат-коммуникации // Вестник Томского государственного университета. 2009. №318

Денисова Г.В. В мире интертекста: язык, память перевод. – М., 2003.

Захарова М. Языковая игра как факт современного этапа развития русского литературного языка [Электронный ресурс] // Знамя. – 2006. №5. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/znamia/2006/5/za12.html>

Николина Н.А. Филологический анализ текста. – М., 2014.

Попова Е.Ю. Прецедентные феномены в современном художественном дискурсе: Автореферат дис. ... канд.филол.наук. [Электронный ресурс]. – 2012. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/pretsedentnye-fenomeny-v-sovremennom-hudozhestvennom-diskurse#ixzz3XljzTJim>

Фатеева Н.А. Контрапункт интертекстуальности или интертекст в мире текстов. – М., 2000.

Фатеева Н.А. Основные тенденции в развитии поэтического языка в конце XX века [Электронный ресурс] // НЛО. 2001. №50. Режим доступа: <http://www.levin.rinet.ru/ABOUT/fatte.htm>

Фацанова С.В. Языковая игра в радиодискурсе: Автореферат дис. ... канд.филол.наук. – Томск, 2012.

Чемезова И.А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке [Электронный ресурс] – 2008. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/pretsedentnaya-model-yazykovoy-igry-v-gazetnom-zagolovke>

©Редкина Е.С., 2017

Г. М. ШИПИЦЫНА

*(Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород)*

О КРЕАТИВНОСТИ СОЗДАНИЯ АКТУАЛЬНОГО СОВЕТСКОГО ЛЕКСИКОНА

Аннотация. В статье рассматриваются пути и способы создания слов и выражений, которые в советский период эффективно выполняли функцию пропаганды и агитации. Актуальность исследования обусловлена необходимостью описания этих средств современными носителями языка, в сознании которых они еще сохраняются в прежнем значении. Для выражения положительной оценки реалий советской действительности были приспособлены уже имевшиеся в языке слова, которые в своей семантике содержали символический элемент чего-либо прекрасного и значительного. Эти слова продолжают и дальше функционировать в русском языке в различных функциях, тогда как созданные искусственно тексты малых жанров – лозунги, призывы, пословицы и поговорки – в языке последующих периодов не сохранились.

Ключевые слова: советский период, официальный язык, лексическая семантика, прагматика, трансформация значений, лозунг-призыв, искусственные и народные пословицы и поговорки.

Введение. В советский период для выполнения пропагандистской функции партией власти был создан особый лексикон (советизмы). Этот лексикон оказался вполне эффективным, в целом он обеспечивал идеологическую переориентацию народных масс (во всяком случае, значительную ее часть, безусловно) и решал задачу воспитания строителя коммунизма как человека, озаренного мечтой о светлом будущем. Учитывая эффективный характер слово- и фразотворчества создателей советского лексикона, полагаем, что проникновение в языковые механизмы этого творчества интересно с лингвистической точки зрения, что и обусловило выбор предмета нашего исследования.

Основная часть. Изучение лексико-семантических инноваций современности в различных аспектах всегда будет важной задачей лингвистов соответствующего исторического периода (сколь бы малым по протяженности он ни представлялся), поскольку семантика и прагматика слов изменяются очень быстро. По прошествии же некоторого времени появляется опасность перенесения понимания слова новой эпохи на старую, поскольку слово воспринимается в изоляции от своей прошлой семантической среды [Виноградов 1955: 17] и под влиянием уже новой лексической парадигмы, а также нового ореола его смыслов и прагматики (что и подтвердили проведенные нами эксперименты [Шипицына, Мамонова 2016: 21 – 28]).

Рассмотрим лексический состав советизмов с точки зрения таких их свойств, которые обеспечивали словам их вхождение в активный запас пропагандистской сферы. Разумеется, эти слова играли важную роль в вербализации основных концептов советской эпохи для создания ее картины мира и подлежали усвоению социумом. Названия предметов окружающего мира оказывают определенное воздействие на носителей языка. Постоянное обновление словарного состава в зависимости от ментально-мыслительных процессов в сознании народа, меняющихся коммуникативных потребностей и оценки объектов действительности определяют особенности категоризации познанных явлений, а также их последующую номинацию средствами языка.

Прежде всего, к новой функции выражения положительной оценки реалий советской действительности были приспособлены уже имевшиеся в активном словарном запасе слова, в семантике (точнее – в смысловой структуре семемы) которых уже был символический ореол чего-либо высокого, прекрасного и значительного, то есть сема с функцией положительного символа той или иной степени яркости. Например, такие, как *авангард* (*авангард рабочего класса*), *будущее* (*наше светлое будущее*), *вожак* (*комсомольский вожак*), *вождь* (*вожди мирового пролетариата*), *зарница* (*в пионерском лагере играют в зарницу*), *заря* (*заря коммунизма*), *знамя* (*знамя борьбы за великое дело*), *класс* (*класс рабочих и крестьян*), *маяк* (*маяки производства*), *наставник* (*наставник молодежи*), *передовик* (*передовики производства*), *порыв* (*патриотический порыв молодежи*), *прожектор* (*комсо-*

мольский прожектор), *слет* (*пионерский слет*), *совет* (*сельский совет*), *соцобязательства* (*принять соцобязательства к съезду партии*), *союз* (*союз рабочих и крестьян*), *ударник* (*ударник коммунистического труда*) и т.п., а также большой арсенал оценочных имен прилагательных типа *беззаветный* (*беззаветная преданность партии*), *великий* (*великие свершения*), *героический* (*героический труд*), *гигантский* (*гигантские свершения*), *доблестный* (*доблестная армия*), *заслуженный* (*заслуженный артист*), *исторический* (*исторические решения Пленума КПСС*), *красный* (*красный уголок в общежитии*), *пламенный* (*пламенный революционер*), *почетный* (*почетный сталевар*), *принципиальный* (*принципиальный подход*), *прогрессивный* (*все прогрессивное человечество*), *расцвет* (*расцвет народов СССР*) и т.п.

Эти и им подобные слова объединяет следующее: их внутренняя форма базируется на ярком мотивировочном признаке, а исходная семантика этимона в той или степени проступает через слои последующих семантических наслоений, что в сознании носителей языка вызывает образы возвышенной качественности, превосходства номинируемого объекта над однотипными. Это могут быть образы ярких предметов или природных явлений – света, огня (*заря, зарница, маяк, прожектор, пламенный, яркий, светлый*), образ особо интенсивного действия с преодолением стоящих на пути преград (*порыв, подъем, ударник, героический*), образ чего-то превосходящего других по своим размерам или иным достоинствам (*большой, великий, огромный, гигантский*), образ находящегося впереди чего-либо и в первую очередь принимающего на себя все то, что встретится впереди (*авангард, вожак, вождь, передовик, прогрессивный*), а также образ своеобразного успокоения, утешения, удовлетворения результатом чего-либо и достигнутой цели (*союз, совет, заслуженный, почетный, триумф, коллективный разум, полная и окончательная победа социализма*). Подобные образы влияют на прагматическую составляющую в общей семантике слова. В прагматическом блоке сем смысловой структуры семемы находятся семы, обусловленные осознанием коллективом носителей языка социально значимого содержания слова, сформированного общими для этого коллектива ассоциациями и представлени-

ями, сложившимися в национальной картине мира. Сознание людей сосредоточивает весь ментальный опыт, усвоенный ими в течение жизни, и отражает накопленные впечатления, ощущения, представления и образы в виде смыслов или концептов единой концептуальной системы народа [Кубрякова 1994: 9].

Многие из этих языковых средств имели символическую функцию и в лексиконе прошлых периодов. Будучи изначально нагруженными прагматическим компонентом смысловой структуры языковой единицы, они составили актуальную для всякого времени часть активного состава языковых средств и по своему обобщенному значению и официальной сфере употребления приобрели признаки идеологических символов своей эпохи. Символическое значение слова можно определить как особый тип коннотативного значения слова, мотивировка которого лежит не внутри семемы, а вне языка, фактически в сфере жизни и быта народа. «Изначально символичным является не значение отдельно взятого денотата, семемы, <а само обозначаемое>, потому что какое-то действие или предмет в жизни людей обретают символическую функцию» [Медведева 1999: 61] Так, слово *знамя* в своем основном значении (*знамя-1*) употреблялось и в дореволюционный период и, в советское время, употребляется и сейчас: «прикрепленное к древку полотнище определенного цвета (цветов), с надписью, украшениями и т.п., служащее эмблемой воинской части, соединения, корабля, а также государства, какой-либо организации и т.п.» (*Уже видны были мохнатые шапки солдат, уже можно было отличить офицеров от рядовых; видно было, как трепалось о древко их знамя.* Л.Н. Толстой. *Война и мир*). В советский период второе значение слова – *знамя-2*. – «руководящая идея, служащая основой единства действий какой-либо группы, организации и т.д.» значительно расширило свою сочетаемость, породив новые обороты речи (*знамя коммунизма, знамя борьбы и труда, Ленинское знамя* и т.д. (ТСЯС), Это значение (*знамя-2*) и становится одним из символов эпохи. Ведь символ связан «с идеей некоторого содержания, которое в свою очередь служит планом выражения для другого, как правило, культурно более ценного содержания» [Лотман 1987: 11].

Другие слова ранее в общенациональном языке имели иное значение, а в роли советизмов значительно изменили свою семантику в несвойственной ранее для них сочетаемости. Например, если слово *знатный* в дореволюционный период обозначало «относящийся к знати» (*Знатный дворянский род*) (МАС-2), то в советское время оно приобрело значение «известный, знаменитый, прославленный» (*Знатный пчеловод, знатный колхозник*) (МАС-2). Если слово *красный* в прошлом обозначало «радостный, счастливый» (устар.) (*на миру и смерть красна*) и традиционно поэтическое употребление «красивый, прекрасный» (*Невеста красная моя*), то в советское время слово приобрело значение «относящийся к революционной деятельности» и в рамках этого значения стало составной частью фразеологизмов-советизмов (*Красная Армия, Красный уголок* – «помещение в учреждении, общежитии и т.п., отведенное для культурно-просветительной работы») (МАС-2). Для появления новой семемы необходимо осмысление и последующая вербализация на базе внутренней формы каких-либо отличительных признаков у обозначаемой реалии в сравнении с однотипными. «Выбор той или иной внутренней формы всегда обусловлен идеологически и, следовательно, культурно-исторически и социально» [Виноградов 1972: 20]. В процессах выбора внутренней формы важны также моменты фантазии, языкового творчества носителей языка, то есть их креативной деятельности.

Поскольку в языковой памяти народа сохраняется интертекстуальная и мотивационная связь языковых средств с кодами культуры прежних эпох, возникает своеобразный синхронно-диахронный диалог семиотических систем разных эпох. Часть значений у слов сохраняется в неизменном виде, тем самым в семантике слов отражается след прежнего национального сознания. С другой стороны, происходит обновление состава значений в слове и обновление внутренней структуры некоторых значений у ранее имевшихся в языке слов в результатах креативной деятельности носителей русского языка, стимулированной новыми условиями общественной коммуникации.

Языковые средства являются основными репрезентантами концептуальных категорий, так как они закрепляют в языковой картине мира результаты когниции, полученные и на перцеп-

тивном, и на креативном уровнях познавательной деятельности. Для носителей русского языка (так уж случилось в его истории) тема войны была и остается наиболее «болезненной», способной резко повысить внимание к происходящим событиям и их номинативному фону. Поэтому неслучайно для повышения социальной активности населения советской пропагандой с успехом использовалась лексика, содержащая в смысловой структуре своих семем сему «военные действия»: *бой (пьянству и разгильдяйству – бой), борьба (классовая борьба), передовая (передовой отряд), диверсия (происки и диверсии вредителей), завоевание (завоевание Октября), передний край (передний край борьбы за урожай), лагерь (социалистический лагерь), поджигатель (поджигатели войны), дружина (пионерская дружина), ликвидация (ликвидация кулачества как класса), завоевание (завоевания революции), подвиг (трудовые подвиги), фронт (маяки трудового фронта), командир, командный (командные высоты народного хозяйства), доблесть (трудовая доблесть) и т.п.* Многие из них частотно употреблялись в одной и той же сочетаемости и породили устойчивые обороты – *враг народа, Герой социалистического труда, Победитель социалистического соревнования* и т.д.

Устойчивые сочетания слов в советский период значительно увеличили свой состав за счет новообразований. Создавались минитексты высокой патетики для выражения мифологического содержания эпохи, и благодаря многократному тиражированию в пропагандистских материалах они становились устойчивыми. Для образования новых оборотов речи использовались те же механизмы фразообразования, которые уже подтвердили свою эффективность в прошлые периоды развития языка. Среди них наиболее частотные:

1. Изменение денотативного содержания стержневого слова исходного словосочетания путем внедрения в его смысловую структуру идеологических сем ограничительного типа, поддержанное определенным набором сочетаемости, – *комсомольский, (профсоюзный) вожак, буржуазная гидра, путеводная звезда, комсомольский прожектор, пионерский салют, великий машинист локомотива истории, железная (твердая) поступь социализма, опиум для народа, великий кормчий революции* и др.

2. Изменения в семном составе зависимых слов в исходной конструкции в связи с закреплением их особой сочетаемости и перепрофилированием общей семантики в сторону выполнения идеолого-пропагандистских функций – *строгий выговор, зеленая застава, ворошиловский стрелок, общенародное дело, комсомольская стройка, большой и светлый завтрашний день, родимые пятна (капитализма), закрытый кинопросмотр, загнивающая капитализм* и т. п.

Разновидностью этого способа образования устойчивых сочетаний слов является такое изменение зависимых слов, которое приводит к общей гиперболизации семантики оборота, вследствие внедрения в его смысловую структуру особо интенсивных сем с функцией высочайшей оценки номинируемого понятия – *небывалые успехи промышленности, великие свершения, великий почин, гениальное предвидение вождя, недостижимые темпы роста, немеркнущая слава КПСС, неисчерпаемая сила духа большевиков, неизбежный крах капитализма, незыблемое единство партии, неуклонный рост благосостояния народа, неутомимые борцы за пролетарское дело, нерушимая дружба стран социалистического лагеря, безграничная вера в партию большевиков, беспримерный трудовой порыв, гениальный план вождей пролетариата, великий вождь всех времен и народов, все дороги ведут к коммунизму, бескорыстное служение народу, сияющие горизонты коммунизма, бессмертное дело Ленина, Сталина* и т. п.

3. Изменение денотативного содержания всех слов словосочетания с их метафоризацией как механизм преобразования слов в компоненты фразеологизма с цельным значением – *белая жатва* («сбор хлопка»), *зеленая жатва* («сенокос»), *голубой (степной) корабль* («хлебоуборочный комбайн») и т.п. Этот способ образования фразеологизмов продуктивно использовался не только в официальном языке, но и в его народно-разговорной разновидности – *железный занавес* (о самоизоляции Советского союза), *черный ворон* (*жарг.*) (в значении «закрытый грузовик для перевозки арестованных (заключенных))

Для создания перечисленных выше языковых средств использовались слова, уже имеющиеся в языке. Их семантическая трансформация заключалась лишь в обновлении сочетаемости и

приобретении дополнительной семы с коннотативным и прагматическим содержанием.

Однако советский период языкового творчества был также ознаменован преднамеренным изобретением новых языковых средств для более действенного влияния на носителей языка. Это различного рода речовки, лозунги и призывы, специально предназначенные для усвоения и принятия их содержания в качестве руководящей идеи, принципа жизни и поведения граждан, например, *Будь готов к труду и обороне! Пионер – всем ребятам пример! Даешь пятилетку в четыре года! Народ и партия едины!*) Многие из них имели специальный зачин – *Пусть крепнет и процветает, Да здравствует ...* и т.п.

Особого внимания заслуживают сочиненные специально для воспитания народных масс паремии, то есть наиболее эффективные минитексты нравоучительного характера. Настоящая народная паремия, выражая традиционную ментальную направленность народного мышления, оказывается весьма действенным средством фиксации и трансляции многовековой народной мудрости. Ведь паремия выступает как своеобразный регулятор общественной морали, она авторитетна, ей верят, поскольку ее содержание проверено и подтверждено опытом предыдущих поколений [Семененко, Шипицына 2005]. Народная паремия учит, воспитывает, предостерегает (*Не в свои сани не садись, Стреляного воробья на мякине не проведешь, Готовь сани летом, а телегу зимой*). Эти же функции «поручены» и искусственным паремиям: *Сегодня он играет джаз, а завтра Родину продаст; Без коллектива жизнь несчастлива; Новатору – почет и уважение, а лодырю – позор и презрение. Маменькин сынок на целину не ездок* [Жигулев 1969, ТСЯС]. Кроме того, многие псевдопаремии создавались даже по модели народных паремий, копируя их двучленную структуру: *Новатор лодырю не товарищ* (ср.: *Гусь свинье не товарищ*); *Красно поле снопами, а советская власть – делами* (ср.: *Не красна изба углами, а красна пирогами*). Однако все это не обеспечило живучесть искусственным паремиям, и дело не только в экстралингвистических факторах (у многих, но не у всех, псевдопаремий устарело денотативное содержание, поскольку исчезли номинируемые понятия). Причина нежизнеспособности искусственных паремий еще

и в том, что, в отличие от народных паремий, они создавались «на злобу дня» (организация колхозов, выполнение решений съездов КПСС, выполнение пятилетнего плана, освоение целинных земель и т. д.), тогда как народная пословица всегда уходит от конкретики. З.К. Тарланов справедливо утверждает, что пословица не допускает использования слов, конкретизирующих значение синтаксической структуры в пространственном, временном, конкретно-личном и других подобных отношениях, что синтаксическое значение пословицы реализуется как всевременное и вневременное [Тарланов 1993: 185]. Действительно, народная пословица представляет собой внехронотопную и внесюжетную ментальную концепцию организации жизненного пространства человека и принятия решений в типовых житейских ситуациях. В приведенных же выше псевдопословицах речь идет вовсе не о стереотипах, отраженных в народном сознании, а о конкретных событиях (свершениях) и их результатах в той форме, как они увязаны с пропагандистскими задачами политических лидеров. Причем, эти задачи и их решения часто выражались с чрезмерной, но неубедительной для народного сознания самоуверенностью о великолепных результатах будущей жизни, тогда как народная пословица базируется на прошлом и реальном, а главное, всем понятном и убедительном опыте (ср. псевдопословицы: *В колхоз пойдешь – богато заживешь, С богом пойти – счастья не найти, У нас сил много, чтобы жить без бога, За коммунистом пойдешь – не пропадешь* и народные афоризмы *Тише едешь – дальше будешь; Непойманную курицу уже отеребили; Не спеши языком, торопись делом*). Псевдопословицу нельзя использовать для передачи каких-либо других жизненных ситуаций, тогда как истинно народная пословица независимо от поверхностного сюжета применяется к самым разным случаям в практике жизни. Псевдопаремии отличаются от фольклорных афоризмов особо усиленной и в то же время односторонней прагматической устремленностью, прямолинейной лозунговостью и категоричной призывностью. В приведенных выше псевдопословицах также отсутствует сюжетный план поверхностной структуры, базирующийся на простейших образах и названиях предметов крестьянской жизни – *воробей, мякина, изба, пироги, сани, телега, курица, цыплята*, на которые

и возложена обобщающая функция, выражение подтекста и передачи тональности предупреждения о необходимости осторожно подходить к оценке своих будущих достижений (ср.: *Цыплят по осени считают, Сказала Настя: «Коли ж удастся!»*, *Бабушка надвое сказала, Собралась баба в рай, да черти не пустили*). Таким образом, псевдопаремии слишком прямолинейно и даже агрессивно выражали свое прагматическое содержание с целью воздействия на сознание народа в отличие от народных афоризмов, дающих ненавязчивые советы в стиле сообщения о том, что уже в прошлом случилось с людьми в подобных ситуациях. Отчасти и поэтому при всем формальном сходстве с настоящими народными изречениями псевдопаремии не смогли пополнить собой языковую картину мира русского народа.

Выводы. Как показывает проведенный нами анализ языкового материала, при создании агитационных советизмов их безымянные (или уже забытые) творцы использовали устойчивые языковые образцы и модели, однако жизнеспособность дериватов даже на период советского времени была относительной и зависела как от внешних для языка факторов, так и от действия внутриязыковых процессов и законов, а также от соответствия новообразований традиционным принципам народной ментальности.

ЛИТЕРАТУРА

Виноградов В.В. Русский язык (Грамматическое учение о слове). – М., 1972.

Виноградов В.В. Слово и значение как предмет историко-лексикологического исследования // Вопросы языкознания. 1955, № 1.

Жигулев А.М. Русские пословицы и поговорки. – М., 1969.

Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Известия АН. Серия литературы и языка. Т. 63. № 3, 2004.

Лотман Ю.М. Символ в системе культуры // Ученые записки Тартуского университета. Вып. 754. – Тарту, 1987.

Медведева А.В. Символическое значение слова в когнитивной структуре знаний // Реальность, язык и сознание. Межвузовский сборник научных трудов. – Тамбов, 1999.

Семененко Н. Н., Шипицына Г. М. Русская пословица: функции, семантика, системность. – Белгород, 2005.

Тарланов З. К. Язык. Этнос. Время. – Петрозаводск, 1993.

Шипицына Г.М., Мамонова Ю.О. Общий взгляд на лексикон русского языка советского периода // Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки. – Белгород, № 14 (235), выл. 30. 2016.

Словари

МАС-2 – Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой; в 4-х т.; АН СССР, Институт русского языка. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 1981–1984;

ТСЯС – Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Толковый словарь языка Совдепии. – СПб., 1998.

©Шипицына Г.М., 2017

Г. М. ШИПИЦЫНА, Е. А ОГНЕВА.
(Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород)

О НЕОБЫЧНОМ СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИИ В ПЕРЕВОДАХ ЛЕКЦИЙ ПО ЛИТЕРАТУРЕ В.В. НАБОКОВА

Аннотация. В аспекте категории «языковая игра» в статье рассматриваются отдельные слова в текстах лекций по русской литературе Владимира Набокова, переведенных с английского языка на русский. Это слова, оказавшиеся в необычных для речевого стандарта русского языка словосочетаниях вследствие усилий переводчика не только точнее донести до читателя основное содержание лекций великого писателя, но и сохранить тончайшие нюансы прагматики текста, а также моменты языковой игры. С использованием различных словарей авторы статьи проводят углубленный историко-лингвистический анализ изучаемых языковых средств, сопоставительный анализ текстовых фрагментов лекции Владимира Набокова на русском и английском языках, приводят данные проведенных экспериментов.

Ключевые слова: словари, переводной текст, обновленная сочетаемость слов, контекстные смыслы, прагматика текста.

Введение. Владимир Набоков относится к числу наиболее ярких талантов среди выдающихся писателей мировой литературы XX века, создававший свои произведения и на английском, и на русском языках. Его творчество и особенности идиостиля в России пока не получили тщательного изучения, что делает наше исследование достаточно актуальным.

Материалом для наших разысканий послужили лекции по русской литературе, прочитанные Владимиром Набоковым для американских студентов, очевидно, на английском языке. В качестве исследуемого текста мы использовали сборник этих лекций [Набоков 1996]. Сам Владимир Набоков относился к переводам с недоверием и критически, эмоционально ругал всякого

переводчика, который «Вместо того, чтобы облечься в одежды автора, <...> наряжает его в собственные одежды» (В. Набоков. «Искусство перевода»).

В данной статье мы ограничимся лингвистическими наблюдениями за необычными для русского языка словоупотреблениями (с обновленной сочетаемостью слов) в аспекте языковой игры.

Основная часть. В переводном (с английского языка на русский) тексте лекции «Максим Горький» (переводчик А. Курт) наше внимание обратило на себя не характерное для русского речевого стандарта употребление слова *меню* в обновленной сочетаемости (в рассуждении Владимира Набокова о Московском Художественном театре):

«Наверное, сейчас уместно сказать несколько слов об этом удивительном театре. До его возникновения самое изысканное меню, которое могли получить российские театры, в основном предлагалось столичными императорскими театрами. У них было достаточно средств, чтобы привлечь самые дорогостоящие таланты, но возглавляли их люди весьма консервативные, что в искусстве нередко приводит к убогости и ограниченности, так что даже лучшие постановки отличались необычайной банальностью».

Как очевидно из контекста, заимствованным русским языком из французского словом *меню* обозначено понятие *репертуар (театра)*. Однако в русском языке не было и нет ни такого значения, ни такого употребления у слова *меню*. В словарях исторических толковых словарей, в том числе словарей иностранных слов, его нет (Даль, СЯ XI-XVII, ТСУ, СИС, ЯП и др.). До периода компьютеризации нашей деятельности слово *меню* во всех словарях современного русского языка (БТС, РТС, МАС, ТСУ и др.) фиксировалось с двумя значениями (в разных словарях они даны в разном порядке): *меню-1* – «набор кушаний в столовых, ресторанах и т. п.» и *меню-2* «листок бумаги с записью этого набора». Сочетаемость этого слова была в пределах этих двух значений: *нравится меню, богатое меню и подайте меню, блюдо есть в меню (УССС)*. В конце XX века в специальном языке информатики появилась семема *меню-3* со значением «список программ или функций, предоставляемых пользователю на вы-

бор», которая и стала из трех вышеназванных наиболее частотной в речи современных россиян (ТСХХI, ТСЯИ). В НКРЯ все примеры во всех его отделах иллюстрируют только эти три значения. Таким образом, употребления слова *меню* в значении «репертуар (театра)» для русского языка прошлых времен и языка современности в иных источниках нами не зафиксировано.

Образование окказионализма *меню-4* – «репертуар театра» в результате внутрисловной деривации от любого из трех вышеназванных словарных значений слова *меню* исключительно в пределах русского языка маловероятно. Если все же пойти этим неправильным путем, можно предположить, что окказиональная семема *меню-4* в набоковской лекции мотивируется семемой *меню-3* «список программ или функций, предоставляемых пользователю на выбор», однако «мотивирующая» семема *меню-3* появилась не в результате внутрисловной деривации, а путем заимствования из английского языка, который, в свою очередь, заимствовал само это слово из французского языка. Полагаем, что окказиональное *меню-4* в тексте лекции появилось под влиянием английского, а также и французского языков, и *меню-4* это заимствованная семема, как и семема *меню-3*. Обратимся к анализу семантической структуры этого слова в оригинальном тексте лекции и в языке-источнике, то есть во французском языке.

Контекст из оригинала лекции В. Набокова «Maxim Gorki»: *«Perhaps it is appropriate at this juncture to say a few words about this amazing Theatre. Before it came into existence, **the best theatrical food** the Russian theatre-goer could obtain was largely confined to the Imperial companies of Petersburg and Moscow. These had at their disposal considerable means, sufficient to engage the best available talent, but the administration of these theatres was very conservative, which, in art, may often mean very stuffy, and the productions, at best, were on extremely conventional lines» (Nabokov V. Maxim Gorki).*

В оригинале текста лекции В. Набокова нет слова *menu*, но есть словосочетание *the best theatrical food* («наилучшая театральная пища»). Именно это словосочетание переводчик заменил словосочетанием *изысканное меню (театра)*, стремясь сохранить не только основную семантику этого словосочетания, но и нюансы смысла, исходящие из семы «пища» – В. Набоков:

театральная пища, переводчик: *изысканное меню* (театра) в смысле «его репертуар».

В базовом французском словаре «Le Robert Misco» зафиксировано два омонимичных слова *menu*. Имеется две словарные статьи: в первой словарной статье *menu*, *ie adj.* 1. *menu* (имя прилагательное) «то, что имеет небольшой объём, синоним – *маленький*». 2. «То, что имеет небольшую значимость, небольшую ценность, *незначительные детали чего-либо, копеечное меню*». 3. Adv. *menu* «нечто мелкое, например, *en menus morceaux* (*мелкие кусочки*)». Во второй словарной статье *menu*, *n,m* 1. *menu* (имя существительное) «подробный перечень блюд, например, *меню ресторана (с фиксированными ценами)*». 2. «Перечень операций, представленных на экране компьютера для пользователя» (Le Robert Misco, 1993).

Наш вывод: поскольку во французском языке, так же, как и в русском, нет ни отдельного значения, ни употребления слова *меню* как «репертуар театра» и поскольку В. Набоков употребил в оригинале словосочетание *the best theatrical food* («наилучшая театральная пища»), переводчик нашел удачный вариант перевода этой конструкции и, что особенно важно, сохранил при этом момент языковой игры самого Набокова. В целом это обеспечило донесение до русскоязычного читателя всего комплекса смысловых нюансов контекста лекции В. Набокова.

Обратимся ещё к одному необычному для языкового сознания современного русского человека, обновленному словоупотреблению в лекции Владимира Набокова «Пошляки и пошлость» (перевод с английского А.Курт), оно связано со словом *галантерейный*:

Обыватель и мещанин – в какой-то степени синонимы: в обывателе удручает не столько его повсеместность, сколько сама вульгарность некоторых его представлений. Его можно назвать «благовоспитанным» и «буржуазным». Благовоспитанность предполагает галантерейную, изысканную вульгарность, которая бывает хуже простодушной грубости.

Лекция В. Набокова в оригинале называется «Philistines and Philistinism» («Мещане и мещанство»), но в переводе это название звучит как «Пошляки и пошлость». Полагаем, что переводчик удачно подобрал эквиваленты, поскольку слово *мещане* в

период жизни В. Набокова в основном значении обозначало «принадлежащие к мещанскому сословию» (МАС-2). Это значение не имело никакой коннотации, потому не могло выразить тончайшие смыслы набоковского словоупотребления *мещане и мещанство*, следовательно, переводчик сумел точнее выразить содержание этой лекции в ее названии.

Рассмотрим оригинал вышеприведённого контекста: "*Vulgarian*" is more or less synonymous with "*philistine*": the stress in a *vulgarian* is not so much on the conventionalism of a *philistine* as on the vulgarity of some of his conventional notions. I may also use the terms *genteel* and *bourgeois*. *Genteel* implies **the lace-curtain refined vulgarity** which is worse than simple coarseness» (Nabokov V. *Philistines and Philistinism*). В своей лекции В. Набоков употребил словосочетание *the lace-curtain refined vulgarity* (*обывательская/мещанская вульгарность*), однако переводчик предложил вариант перевода *галантерейная, изысканная вульгарность*, в котором *the lace-curtain* (*обывательская/мещанская*) заменено на *галантерейная*. Проанализируем эту замену.

В современном русском языке во всех его стилевых разновидностях заимствованное из западноевропейских языков слово *галантерейный* употребляется с единственным значением «относящийся к галантерее», то есть товарам личного обихода, мелким принадлежностям туалета – булавки, гребенки, перчатки, пуговицы, кружева, шнурки и т. п.» (БТС, МАС, РТС), например, *галантерейный отдел магазина*. А значение, в котором употреблено слово в переводном тексте набоковской лекции, то есть *галантерейный-2*, зафиксировано в словарях второй половины XX века, например, в МАС-2 с пометами *перен., разг., устар., ирон.*: «чрезвычайно любезный, вежливый до слащавости». Эта семема устарела, тем не менее, известна читающей публике, поскольку она функционировала в языке персонажей классической русской литературы, например, в знаменитом монологе Осипа, слуги Хлестакова, это слово выглядело естественно в его воспоминаниях о жизни в Петербурге: *Галантерейное, черт возьми, обхождение! Невежливо слово никогда не услышишь, всякий тебе говорит «вы»* (Н.В. Гоголь. Ревизор). Очевидно, что семема *галантерейный-2* и раньше имела ограничения в использовании (сфера разговорного языка).

Неверное истолкование значения слова в произведении литературы приводит к непониманию его содержания и замысла писателя. Проведенный нами эксперимент в студенческой аудитории это вполне подтвердил. Большая часть наших информантов (84 %) (студенты-филологи) на вопрос *Что Вы можете сказать о словосочетании галантерейное обхождение в монологе Осипа* (предлагался контекст с вышеприведенной в данной статье фразой из «Ревизора») ответили примерно так: «Осип неграмотный, он перепутал слова *галантное* и *галантерейное*. А Н.В. Гоголь так написал, чтобы было соответствие речи слуги с его необразованностью». А 10 % опрошенных дали такой примерно ответ: «Это смешно сказано. Так нельзя говорить, но это надо знать стиль Гоголя, его выкрутасы». Подобные ответы ожидаемы, поскольку осмысление устаревшего слова базируется на языковом сознании современности, носители языка опираются на собственные представления о семантике слов, не зная их истории. Концептуализируя, номинируя и оценивая реалии действительности, «человек не может выйти из круга своей жизни» [Потебня 1976: 256] (в современной лингвистике это принято это называть отражением человеческого фактора в языке).

Время закрывает от нас фрагменты культуры общения прошлого, особенно, если это устное общение. Однако если стать на точку зрения студентов, получается, что в переводном тексте лекции Владимира Набокова слово *галантерейный* тоже выполняет смеховую функцию, тем более, что его употребление напоминает фразу гоголевского Осипа, то есть выглядит еще и как реминисценция в функции языковой игры. Однако такой вывод без специального анализа был бы необоснованным. Как писал академик В.В. Виноградов, «Историко-лексикологическое изучение слова предполагает точное знание его семантических границ в разные периоды развития языка» [Виноградов 1955: 7], поскольку последующие поколения носителей языка, как правило, переносят современное им понимание значений слов на предшествующие эпохи развития языка и не могут учитывать процессы постоянных семантических изменений в слове.

На самом же деле у слова *галантерейный* как производного от слова *галантерея* было то же значение, что и у слова *галант-*

ный, и гоголевский Осип и переводчик А. Курт употребили слово правильно, в соответствии с потенциалом его смыслов,

Есть основания полагать, что под единой звуковой оболочкой *галантерея* в русском языке ХУ111 – Х1Х веков были объединены два разных, заимствованных из разных языков слова с общим по происхождению латинским корнем *gallant*. Они имели не только близкое для русского уха звучание, но и могли иметь в восприятии народа близкие значения. Первое слово с ХУ1 века было известно как *галантерия* от французского *galanterie* со значением «обходительность, учтивость, любезность, галантность» (ЭССРЯ). Французское выражение *galant chevalier* – «любезный кавалер» употреблялось в светском обществе: *Он мало был знаком с Ириной, но очень ею интересовался и, увидав, что она лежит, как в забытии, <...> а потому счел своим долгом, d'un galant chevalier, прийти ей на помощь.* (Тургенев. Дым). (СИВиС). То же можно сказать о выражении *salant homme* – «порядочный, благородный человек», и во втором значении – «изысканно вежливый человек». В словаре В.И. Даля (а это 1-я половина Х1Х века) приводится именно та сочетаемость, какая дана Н.В. Гоголем в монологе Осипа: *галантерейная вежливость, лакейская* (Даль). Оба вышеназванных выражения встречаются в русской литературе прошлого века как иноязычные вкрапления на французском языке, написанные по-французски (СИВиС0). Во французском языке у слова *galanterie* несколько значений, оно обозначает 1. «Обходительность, вежливость», 2. Любовное томление, страсть (СИВиС).

Второе слово от голландского *galanterien* – «галантерейные товары» (*galanterie* – «галантерейный»). (ЭССРЯ). В СИС указано, что слово *галантерея* – «галантерейные товары» заимствовано из итальянского языка – *galanteria*. Самое интересное истолкование его в словаре В.И. Даля: в нем показана семантическая основа сближения двух самостоятельных слов *галантерейный* на базе общих сем «изысканность, франтоватость», «педантичность, утонченная вежливость» и «мелочность». Буквально у В. Даля: «Галантерейный *товарь, фрн.* Нарядный, щепетильный: кольца, перстни, серьги, цѣпочки, запонки». Все эти предметы галантереи, безусловно, не были в обиходе простого народа, не являлись вспомогательными деталями украшения их

внешности или костюма и могли восприниматься как изысканные, очень красивые. *Галантерейный товар* – это мелочи для щепетильного человека, а *щепетильный человек*, по Далю, чѣловекъ чопорный, докучливый, мелочной, занятый бездѣлушками, свѣтскими пустячками, внѣшними мелочами и придающий имъ важное значение» (Даль). Слово *щепетильный*, с помощью которого В.И. Даль истолковал семантику слова *галантерейный*, производное от устаревшего имени существительного *щепетиль* со значением «щегольство, образованного на базе диалектного глагола *щепетить* со значением «щеголять, франтить, модничать», восходящего к глаголу *щепать*, то есть «измельчать, крошить» (*щепка, отщепнуть*) (ЭССРЯ, Даль). Слово *щепетильный* использовалось для характеристики человека и раньше, а в современном русском языке в этой функции употребляется только оно, а не слово *галантерейный*. Интересно, что А. С. Пушкин слова *галантерейный* не употреблял в своих произведениях, его нет в «Словаре языка Пушкина» (СЯП). В романе «Евгений Онегин» А.С. Пушкин, опираясь на сочетаемость слова *щепетильный*, употребил его так, что оно играет всеми своими значениями, потенциальными смыслами и коннотациями: *Всѣ, чем для прихоти обильной Торгует Лондон щепетильный И по Балтическим волнам За лес и сало возит нам, Всѣ, что в Париже вкус голодный, Полезный промысел избрав, Изобретает для забав, Для роскоши, для неги модной*

Таким образом, получается, что в монологе Осипа Н.В. Гоголь использовал выражение *галантерейное обхождение* в полном соответствии с разговорным языком своего времени, поскольку в его время (а это время также В.И. Даля и А.С. Пушкина) оно устаревшим не было. Это подтверждает и факт его использования В. Г. Белинским без придания ему особой коннотации: *Вы видите деревенского слугу (Осипа), который пожил в Петербурге, постиг достоинство столичной жизни и галантерейного обращения.* (В. Г. Белинский. Горе от ума. Сочинение А.С. Грибоедова).

Однако вернемся к выражению *Благовоспитанность предполагает галантерейную, изысканную вульгарность* в переводном тексте лекции Набокова. Полагаем, что гоголевское *галантерейное обхождение* оказало свое влияние на выбор этой фразы

переводчиком лекции В.В. Набокова, тем самым она фактически оказывается еще и реминисценцией, выполняющей образную функцию в аспекте языковой игры. Словосочетание это весьма удачно подобрано, поскольку оно тянет за собой представление о среде людей низкого культурного уровня, говорящих на особом разговорном языке с элементами жеманности и слащавости. В этом выражении имеется богатая гамма коннотативных нюансов, позволяющих разным носителям языка выражать с его помощью различные оценочные смыслы. Так, если для Осипа *галантерейное обхождение* только безусловно хорошее и желаемое, то в контексте лекции В. Набокова оно передает оценку отрицательного стиля поведения, граничащего с пошлостью и вульгарностью..

Национальные особенности восприятия значения слова оказывают определенное влияние на само это значение, поскольку «существует общественно закрепленная семантика слова. Слово аккумулирует общественное коллективное знание, которое наследуется благодаря языку» [Верещагин, Костомаров 1980: 208]. Поскольку словосочетанием *галантерейное обхождение* обозначались существенные черты низкой культуры этноса как мировоззрения угодничества и подхалимажа, в этой культуре выработался особый стиль общения. Он оказался живучим, способным мимикрировать, и это словосочетание продолжает функционировать в современной речи для выражения иронии, насмешки, издевки и т.п., то есть с переоценкой закрепленного за словом содержания и прагматики, измененным общественным восприятием. «Все эти изменения в характере пользования словом, в способе его восприятия обычно сопровождается экспрессивной переоценкой слова» [Виноградов 1955: 23], что мы и наблюдаем в современной речи.

Например, *Обхождение теперь самое галантерейное: весь пакет социальных услуг, реальная помощь в покупке билетов, заказе гостиниц.* (О. Новикова. Сибирские огни. 2012 – пример из НКРЯ).

В примере явная реминисценция с намеком на фразу Осипа, она обеспечивает гамму иронии и обогащает смыслы фразы, естественно, что ее смысловой и прагматический потенциал не

будет воспринят теми, кто не знает монолога Осипа из пьесы «Ревизор» Н.В. Гоголя.

Заключение. Изучение особенностей переводных текстов лекций по русской литературе В.В. Набокова интересно не только с собственно лингвистической точки зрения, но и как образец мастерского использования русского языка для создания точных и ярких образов, соответствующих времени создания текстов, идейному содержанию и идиостилю великого писателя. Дело в том, что в переводных текстах при их сопоставлении с оригиналом мы наблюдаем результат сознательного и вдумчивого отношения к выбору слова, который может служить образцом отношения к языку любого человека, стремящегося к развитию своей языковой компетенции.

ЛИТЕРАТУРА

Верецагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. – М., 1980.

Виноградов В.В. Слово и значение как предмет историко-лексикологического исследования // Вопросы языкознания. 1955. № 1.

Набоков В.В. Лекции по русской литературе. Пер. с английского. – М., 1996.

Потебня А.А. Мысль и язык // Эстетика и поэтика. – М., 1976.

Nabokov V. Lectures on Russian literature. URL: https://archive.org/stream/VladimirNabokovLecturesOnRussianLiterature/Vladimir_Nabokov_Lectures_on_Russian_LiteratureBookFi.org_djvu.txt (date 25.01.2017)

Словари их условные сокращения

БТС – Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова; Рос. акад. наук, ин-т лингвистич. исслед. – СПб., 1998;

Даль – Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / Под ред. И. А. Бодуэна де Куртенэ (1903 – 1911), в 4-х томах. – М., 1994;

МАС-2 – Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой, в 4-х томах. АН СССР, Институт русского языка. 2-е изд., испр. и доп. М., 1981 – 1984;

РТС – Лопатин, В. В., Л. Е. Лопатина. Русский толковый словарь. – М., 2006;

СЯ XI – XVII – Словарь русского языка XI –XVII вв. Вып. 1 – 28. – М.: 1975 – 2008;

СИБИС – Бабкин А.М., Шендецов В.В. Словарь иноязычных выражений и слов. – СПб., 1981;

СИС – Словарь иностранных слов / Под ред. И. В. Лехина и др. Изд. 6-е . перераб и доп. – М., 1964;

ТСХХI – Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / Под ред. Г.Н. Складчиковой. М., 2007;

ТСУ – Толковый словарь русского языка / Под ред. проф. Д. Н. Ушакова. В 4-х томах. – М., 1935 – 1940;

ТСЯИ – Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / Под ред. Г.Н. Складчиковой. – СПб., 1998;

Шан – Шанский Н.М. и др. Краткий этимологический словарь русского языка. Пособие для учителя. Изд. 2-е, испр. и доп. / Под ред. чл. кор. АН СССР С. Г. Бархударова. –М., 1971;

УССС – Учебный словарь сочетаемости слов русского языка / Под ред. П.Н. Денисова, В. В. Морковкина. – М., 1978;

ЭССРЯ – Этимологический словарь современного русского языка / Сост. А. К. Шапошников. В 2-х томах. – М., 2010;

ЯП – Словарь языка Пушкина. В 4-х томах. АН СССР. 1961; Le Robert Micko. Dictionnaire d'apprentissage de la langue français. Rédaction dirigée par A. Rey. Paris, 1993.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка.

©Шипицына Г.М., 2017

©Огнева Е.А., 2017

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Авдеева Галина Анатольевна – к. филол. н., доцент Нижнетагильского государственного социально-педагогического института, г. Нижний Тагил, Россия.

E-mail: g_avdeeva_64@mail.ru

Адясова Оксана Александровна – аспирант Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург, Россия.

E-mail: lokotkova.oksana@gmail.com

Беглова Елена Ивановна – д. филол. н., профессор Нижегородской академии МВД России, г. Нижний Новгород, Россия.

E-mail: beglova-elena@yandex.ru

Берсенева Алёна Александровна – магистрант Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург, Россия.

E-mail: alenkagolden@yandex.ru

Вороничев Олег Евгеньевич – д. филол. н., доцент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, г. Брянск, Россия.

E-mail: voonid@mail.ru

Голованова Елена Иосифовна – д. филол. н., профессор Челябинского государственного университета, г. Челябинск, Россия.

E-mail: ligol@csu.ru

Гридина Татьяна Александровна – д. филол. н., профессор Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург, Россия.

E-mail: tatyana_gridina@mail.ru

Ильясова Светлана Васильевна – д. филол. н., профессор Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия.

E-mail: Ilyasova_rnd@mail.ru

Ляшева Марина Николаевна – преподаватель Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия.

E-mail: marina-lyasheva@mail.ru

Огнева Елена Анатольевна – д. филол. н., профессор Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия.

E-mail: OgnevaE.A.@bsu.edu.ru

Плотникова Анна Михайловна – д. филол. н., профессор Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия.

E-mail: annamp@yandex.ru

Редкина Елизавета Сергеевна – аспирант Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: red.elizaveta@gmail.com

Шипицына Галина Михайловна – д. филол. н., профессор Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия.

E-mail: shipitsina@bsu.edu.ru

SUMMARY

Avdeeva Galina. Game potential of the intertextual elements in the literary text: on the material of M. Veller's "Arbat legends" compilation

Annotation. In the article the game potential of intertextual elements in the literary text is analyzed. Various types of intertextual elements are actively represented in analyzed M. Veller's works ("Arbat Legends" compilation), such as: quotes, pseudo-quotes, quote-titles, various allusions, etc. The folklore and literary allusions partially preconditioned by genre characteristics of the works turn out to be the most significant. In most cases the inclusion of intertextual elements is caused by author's intention to create a comic effect. In a number of the works quotes and allusions are systemic in nature and semantically enrich the text. For example, in "Pentateuch" the fairytale allusions emphasize the irreality, absurdity of the described situation. Eclectic manner of quotes in the "Gulliver" emphasizes inorganic integration of hero's sculptural works into the city space. Eclecticism, absurdity of the combination of stylistically heterogeneous intertextual elements in one context is one of the main techniques implemented in M. Veller's "Arbat Legends" compilation.

Keywords: intertextual elements, language game, quote, allusion, precedential phenomena, stylistic contrast.

Adyasova (Lokotkova) Oksana. Lingvocultural specificity of language games in external advertising

Annotation. The article presents a description of the basic techniques of language game in modern Russian outdoor advertising. There is reflected the linguocultural specificity in the identified methods. Particular attention is paid to the gaming effect created by the interaction of the elements of verbal and visual level the series.

Keywords: language game, outdoor, cultural linguistics, advertising slogans.

Beglova Elena. The Potential of the Non-Normalized Lexical Means in the Modern Newspaper Speech

Annotation. In this article the special attention is given to the newspaper texts of 2010s in terms of using in them slang and collo-

quial vocabulary which is a part of non-normalized lexical means of the Russian language. Author analyzes newspaper headlines which contain slang and colloquial language in terms of identifying the functions of the mentioned groups of non-normalized words. It is also studied the use of non-normalized vocabulary in the newspaper text from the point of view of its functions in accordance with the author's intention and concrete pragmatic tasks. Linguistic and stylistic analysis of several newspaper texts of 2010s revealed that the use of non-normalized vocabulary and phraseology by the addresser in the modern newspaper text is motivated, in contrast to the similar use of non-normalized lexicon in the 1990s. That indicates an increase of the level of professional and linguistic competence of the modern addresser of newspaper speech.

Keywords: newspaper text, slang, colloquial vocabulary, negative assessment, meaning of the word, sema, the function the non-normalized words.

Voronichev Oleg. Pun in a number of related phenomena of the language game

Annotation. The article deals with differential and integral characteristics of a pun on the background of such related phenomena and the synonymous concepts of the language game as the game of words, punning, stylistic device or a figure, a language joke and witticism. The relationship and the volume of the analyzed concepts are examined, the arguments in favor of the fact that the pun is the main form of the language game, a semantic-phonetic phenomenon of speech, combining the characteristics of the stylistic device and small-format genre are reproduced, which is why the concept of the pun is logical to recognize as the word game, but it should be distinguished that, on the one hand, from strictly stylistic figures of speech that may be its only constructive basis, and, on the other hand, from the language joke and witticism as phenomena, which are of a genre nature.

Keywords: language game, pun, joke, witticism, value, concept, expressive speech, stylistic figure, semantic-phonetic phenomenon, small-format genre.

Golovanova Elena. Language game in professional communication

Annotation. The article considers peculiarities of realization of language play in a professional environment. It is argued that the names created by the game, reflected a characteristic for professionals perception of objects, phenomena, their connections and relationships. The analysis is performed on the material of vocabulary and phraseology, functioning in oral professional communication and reflecting the various forms of the comic. The author identifies the most relevant design principles of the language game in a professional environment: the associative principle of superposition, the principle of associative identification, the principle of imitation and the associative inference. Factors and reasons for the demand for language games and, in general, comic means in professional nomination and communication are established.

Keywords: language game, professional communication, professional consciousness, stereotype, professional nomination, comic, professional language personality.

Gridina Tatiana, Berseneva Alena. Linguistic training as a method of developing abilities of the preschool child

Annotation. The article presents the procedure of organizing linguistic training in a preschool educational institution, which is based on the statement of necessity to consider the receptive and productive aspects of creativity. The phased analysis of developing linguistic capabilities of children during the period of training is given reflecting the characteristics of the ways of understanding the language in preschool age.

Keywords: children's speech, word formation innovations, language training, linguistic creative abilities.

Ilyasova Svetlana. Word creation? Word tricking? About evaluation of the playful strategies in the language of the modern russian mass media

Annotation. The present article regards playful strategies through the example of the innovations motivated by such key-words as anthroponyms of the USA first persons. That allows to put a question

of word creation restrictions that concern the object of the word game. These restrictions are prescribed by the extralinguistic factors.

The empirical material, that is quite longstanding in analyzed time period, as well as extensional in quantitative relations, allows us to draw a conclusion about the set of playful strategies being used. These are the following: active use of contamination and also (which is more important) specific features of political word creation, such as its emphasized evaluativity expressed through the means of intellectualization of the Mass Media language (allusion, precedent phenomena) and through the stylistically marked elements (jargon words, obscene lexis). Consequently, the boundary line between word creation and word tricking in the modern Russian Mass Media language turns out to be quite indistinct and uncontrolled by the linguistic factors.

Keywords: Mass Media language, language game, word creation, word tricking, key-words, anthroponyms, evaluativity, connotation.

Liasheva Marina. Lingua-creative words in modern entertaining internet discourse.

Annotation. This article is devoted to the phenomenon of lingua-creative words in the modern Russian language presented in internet communication. The author describes different points of view on the designation of the term in modern linguistics and the basic ways of formation of lingua-creative words. As a material for analysis are presented the examples from entertaining internet discourse such as specialized communities that are the most popular among young people. The author considers different functions of language game – from the comic to the evaluation. The comic effect is realized in the word-formation jokes. Implementation of the evaluative function is more diverse and accomplished by various methods as variation of precedent phenomena, game graphics etc. In conclusion summarize purposes of lingua-creative words.

Keywords: internet communication, language game, lingua-creative words, comic function, evaluative function.

Plotnikova Anna. Linguistic Creativity in Threat Speech and its Mechanisms

Annotation. The article focuses on threat both as a speech act and as a discursive strategy. A threat expresses a destructive intention directed against the addressee of the speech act and is often used to cause a negative impact on the addressee's emotional state. In order to achieve this communicative effect the speaker deliberately uses mechanisms of linguistic creativity to incite fear in the addressee. Speakers can be demonstratively inventive in their choice of linguistic means to describe the way they are planning to carry out their threats: for example, they may be excessively specific about their intended actions, which may be presented as a just retaliation, or use means of intensification, figurative language, precedent signs, grammar and semantic anomalies. Mechanisms of linguistic creativity are used to conceal the intention of threat since threat as a speech act is a social taboo and threats of violence against individuals are prohibited by law.

Keywords: threat, speech act, discursive strategy, linguistic creativity, speech impact.

Redkina Elizaveta. Language game in a case phenomena usage in newer Russian poetry

Annotation. The article is devoted to the features of language game methods usage in newer Russian poetry texts including case phenomena. Case phenomena include case texts, case names and case statements. The poems of modern authors published in literary magazines «Noviy mir», «Oktiabr», «Zvezda», «Ural» in 2012-2015 years were reviewed. The article highlights some relevant for modern poetry mechanisms of language games. On the basis of the contextual analysis, functions of language play with a case phenomena usage are marked out. For example, reducing the status of case phenomenon; creation of absurd art image (or art reality); comic or ironic tone; semantic contradictions detection.

Keywords: language game, case phenomena, case names, case statements, case texts, newer Russian poetry, modern poetry, intertextuality, modern literature.

Shipitsina Galina. About the creativity of composition of actual soviet lexicon

Annotation. The article deals with the ways and methods of word and expressions composition to realize the propaganda and agitation function at the Soviet period. The actuality of research is caused of description of such words by the nowadays native speakers who use such words in their former meaning. To represent the positive value of soviet reality some words were used. These words semantics has the symbol of beautiful and important things. Such words are functioning in the nowadays Russian, whereas the other texts as slogan, call, proverbs and sayings are disappeared in the language after Soviet time.

Keywords: Soviet period, official language, propaganda, agitation, lexical semantics, connotation, pragmatics, meaning transformation, slogan, call, people proverb, people saying, artificial proverb, artificial saying.

Shipitsina Galina, Ogneva Elena. About the unusual word-using in the translations of “Lectures on russian literature” by V.Nabokov

Annotation. The article deals with the category the “lingual play”. Some words from “Lectures on Russian literature” by V. Nabokov are researched. Such words using in the word-compositions which are unusual for Russian speech standard explain as the base plot and the textual grammar nuances as the “lingual play” of “Lectures on Russian literature” thanks to the translator. Using the different dictionaries the article authors do the historical and lingual analysis of studying words and comparative analysis of contexts of “Lectures on Russian literature” by V. Nabokov in the Russian and English languages, present experimental data.

Keywords: Russian language, English language, French language, word, word compatibility, dictionaries, translated text, meaning, update word compatibility, contextual meaning, text pragmatics

Научный журнал

УРАЛЬСКИЙ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. 2017.

Серия

**«ЯЗЫК. СИСТЕМА. ЛИЧНОСТЬ:
ЛИНГВИСТИКА КРЕАТИВА»**

вып. 2(26)

Издатель: ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»

Адрес издателя и редакции:

620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, каб. 281

E-mail: linguacreativ@mail.ru

Тел.: (343)235-76-64

Периодичность издания: 1 раз в квартал

Периодичность серии: 1 раз в год

Подписано в печать 19.05.2017. Формат 60x84 ¹/₁₆

Гарнитура «Times New Roman»

Бумага для множительных аппаратов. печать на ризографе.

Усл. печ. л. – 7,8. Уч.-изд. л. – 5,7

Тираж 500 экз. Заказ

Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета

620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: uspu@uspu.me