

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, предъявите 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