

А. М. ПЛОТНИКОВА
г. Екатеринбург, Россия
annamp@yandex.ru

УДК 811.161.1'42
DOI 10.26170/2306-7462_2021_02_05

НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ ЯЗЫК БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ: ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ДИСКУРСЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются современные дискурсивные практики в сфере благотворительной деятельности. В центре внимания активные процессы в русском языке, связанные со становлением терминологии благотворительности, в том числе освоением заимствованных терминов и распространением фразеологических калек. В наименованиях благотворительных фондов и благотворительных мероприятий использованы креативные стратегии, эксплуатирующие потенциал реплик разговорного диалога, прецедентных высказываний и текстов. Для обозначения социально незащищенных групп лиц, особенно детей с особенностями развития, используются метафорические номинации. Отдельное внимание уделяется графическим и словообразовательным особенностям языковой игры в дискурсе благотворительных организаций. Лингвокреативные стратегии формируют неофициальный язык благотворительности, позволяющий решать риторические и эстетические задачи, направленные на эмоциональное воздействие на всех участников благотворительной деятельности и создание привлекательного социального имиджа благотворительной организации.

Ключевые слова: языковая игра; терминология; благотворительность; благотворительная деятельность; благотворительные организации; дискурсивные практики; дискурс; лингвокреативные стратегии; лингвокреативность.

PLOTNIKOVA ANNA M.

Ekaterinburg, Russia

UNOFFICIAL CHARITY LANGUAGE: LINGUISTIC CREATIVITY IN THE DISCOURSE OF CHARITY ORGANIZATIONS

Summary: The paper deals with new discursive practices in the field of charitable activities. The focus is on the active development of the terminology of charity in the modern Russian language including active lexical borrowings and the spread of phraseological calques. Names of charity foundations and charitable events use creative strategies of tapping the potential of conversational speech, precedent statements, and texts, while the socially unprotected groups of people (particularly children with special needs) are often referred to metaphorically. Special attention is paid to the graphic and word-formation features of language play in the discourse of charity organizations. These creative linguistic strategies shape the unofficial language of charity with its own pragmatics, aimed at making an emotional impact on everyone involved in charitable activities and forming a positive social image of a charity organization.

Keywords: language play; terminology; charity; discourse; discursive practices; linguistic creative strategies; linguistic creativity.

Изучение языка благотворительности погружено в социальный, экономический, психологический контекст, который необходимо учитывать при теоретическом осмыслении того, как мы говорим о благотворительности. Значимость и своевременность изучения этой подсистемы не подлежит сомнению и обусловлены социальными факторами: благотворительность – фактор развития гражданского общества. Активизация разнообразных благотворительных практик – от деятельности крупных благотворительных фондов до частных инициатив – определяет и языковые предпочтения, формирует язык благотворительной сферы.

Не остается незамеченным тот факт, что благотворительная сфера стала отдельным социальным институтом, важнейшим для всего «третьего сектора» современной экономики. Забота о социально незащищенных категориях граждан, требующих особого внимания, находится в ведении государства, и в то же вре-

мя сострадание, сопереживание, желание прийти на помощь тому, кто в этой помощи нуждается, связано с психологическими, эмоциональными причинами. Именно поэтому при изучении того, как формируется терминология благотворительности, стоит учитывать как официальные документы и тексты, так и речевую коммуникацию в различных инициативных благотворительных проектах.

Обзор сайтов крупных благотворительных фондов позволяет говорить о том, что лексика и фразеология благотворительности активно пополняется в последние десятилетия новыми устойчивыми словосочетаниями (*фонд целевого капитала, корпоративная благотворительность, академический фандрайзинг, эндаумент*), в неформальном общении в социальных сетях распространены жаргонные номинации (*донатить, донейшн*). Некоторые процессы в лексике благотворительности отмечались в работах М. А. Флат [Флат 2014], М. В. Терских [Терских 2017]. Жаргонному слову «донат» и его производным посвящена статья Е. Д. Бондаренко [Бондаренко 2020]. Существует слой узкоспециализированной лексики и фразеологии, употребляемой отдельными представителями сектора (*донорские приоритеты*), возникают фразеологические кальки (*лейка для пожертвований*). Терминология благотворительности, с одной стороны, формируется под влиянием довольно развитой терминосистемы английского языка. С другой стороны, использование заимствований оказывается не всегда оправданным, иногда вызывает общественную критику, так как многие заимствованные слова сложны для понимания. В результате для поддержания коммуникации с инвесторами и волонтерами, воздействия на целевую аудиторию используются различные лингвокреативные техники, которые будут рассматриваться в статье. В значительной степени использование лингвокреативных техник в дискурсе благотворительных организаций связано с популяризацией благотворительной деятельности, привлечением общественного внимания к этой сфере.

Интерпретация игровых приемов основана на предложенном Т. А. Гридиной понимании языковой игры как «особой формы лингвокреативного мышления, основанного на ассоциативных

механизмах актуализации и преднамеренного переключения стереотипов восприятия, порождения и употребления вербальных знаков» [Гридина 1996: 12].

В свете теории лингвокреативности, развиваемой Т. А. Гридиной, стоит обратить внимание на названия благотворительных организаций, образованные по различным моделям номинации. Конечно, в названиях чаще всего включаются слова, семантически связанные с помощью («Справедливая помощь Доктора Лизы», «Адреса милосердия», «Помоги спасти»), а также вообще с жизнью и её периодами («Жизнь как чудо», «Подари жизнь», «Река детства», «Домик детства»). В наименованиях используется широкий круг единиц, входящих в ассоциативное поле милосердия и связанных с идеями надежды, счастья, будущего: «Вера, Надежда, Любовь», «Дом друзей».

Наименование фонда может содержать прямое указание на адресата благотворительной помощи, однако по той причине, что адресатом помощи зачастую становятся больные люди и люди с ограниченными возможностями, в названиях используются различные эвфемистические конструкции со словом «особенный» («Каждый особенный», «Особенный город»), а также метафорические обозначения, указывающие на болезнь, её последствия: «Хрупкие люди» (больные остеогенезом), «Дети-бабочки» (дети с генными дерматозами). Метафоры в данном случае служат средством эвфемизации, а их распространение обусловлено как отсутствием в языке нейтральных обозначений адресата благотворительной помощи (см. подробнее: [Плотникова 2019]), так и социальными требованиями толерантного отношения к людям с ограниченными возможностями. В ряде случаев наименование мотивировано целью деятельности фонда, например: фонд «На одном дыхании» (фонд для больных муковисцидозом), проект «Услышать мир» благотворительного фонда Д. Маликова (проект для слепоглухонемых детей).

Одной из заметных тенденций в современных наименованиях становится использование конструкций разговорной речи, представляющие собой самостоятельные предложения: «Мама может», «Живи сейчас», «Найди семью», «Антон тут рядом» и др. Наименования, названные И. Т. Вепревой эргонимами-

репликами и представляющие лексикализацию коммуникативных структур, призваны удивлять неожиданной экспрессией [Ведрева 2019]. Стоит заметить, что некоторые наименования связаны с прецедентными высказываниями и текстами, например: «Синяя птица», «Антон тут рядом» (название фильма о человеке-аутисте). Разговорная тавтологическая конструкция наименования фонда задает модель образования целого ряда мероприятий («Забег тут рядом», «Лекторий тут рядом», «Мастерские тут рядом»).

Единичные случаи названий связаны с использованием графических приемов, например, фонд «NeTerpi», который имеет и кириллический вариант написания «НеТерпи: психологи за отношения без насилия». Можно предположить, что невысокая частотность графических приемов обусловлена преобладанием устной коммуникации в благотворительной сфере над письменной. Тем не менее, в социальной рекламе или объявлениях о проведении каких-либо благотворительных акций такие приемы встречаются, например: рекламное сообщение со слоганом из трех букв: «Делай звоНКО», где прописными буквами выделена аббревиатура, обозначающая некоммерческие объединения, к которым относятся все благотворительные организации. Графические и словообразовательные приемы языковой игры реализованы в наименовании «Благосфера», где можно заметить паронимическую аттракцию, основанную на намеренном соединении двух сближаемых слов – «благо» и «блог».

Рифмованные конструкции, рассчитанные на слуховое восприятие, встречаются и в названиях фондов («Старость в радость»), и в наименованиях мероприятий («Печенье на лечение»).

При образовании наименования фонда «Дедморозим» используется ассоциативный потенциал производящего слова, именующего сказочного персонажа. Идея новогоднего чуда отражена в названии и миссии фонда: «Дедморозим» – это фонд чудес для детей-сирот и ребят со смертельно опасными заболеваниями, который создан обычными людьми» (<https://dedmorozim.ru/fond/>). Наименование состоит из глагольной формы 1 лица множественного числа, образованной от преце-

дентного имени, окказионализм реализует значение: 'дарим чудеса'. Глагол, безусловно, нетипичная часть речи для имени собственного. Кроме того, удачность такой номинации не вполне очевидна по той причине, что в разговорной речи у слова «дедморозить» существует другое значение, см., например: «Дедморозить», «снегурить» – эти глаголы означали подхалтурить (это тоже советояз) на Новый год. А сколько анекдотов про актерские елки! На летний отпуск точно можно было заработать...» (<http://old.rk.karelia.ru/blog/chto-takoe-dedmorozit-i-snegurit/>).

Разговорное слово «ночлежка», используемое в наименовании благотворительного фонда, современные словари не рассматривают как устаревшее слово, в отличие от словаря Д. Н. Ушакова [Толковый словарь русского языка]. Негативный оценочный фон этого слова, связанный со спецификой организации быта в ночлежных домах позапрошлого века, проявляется в иллюстрациях к словарям: *мрачная ночлежка, нары ночлежки*. В этот же ряд вписывается диалектный фразеологизм *бесова ночлежка* (о тюрьме) [Словарь русских поговорок]. В этом контексте выбор наименования для фонда помощи бездомным можно считать спорным, однако распространенность этой лексической единицы в неофициальном дискурсе представителей благотворительного сектора показывает его актуальность для современного коммуникативного пространства. Так называют не только конкретный фонд, но и в целом сферу благотворительной помощи бездомным. Любопытно, что хромотопное несогласование высказывания, когда рядом оказывается слово, называющее реалию, скорее относящуюся к прошлому, и современное слово, создает модернизирующий, по выражению Т. В. Шмелевой [Шмелева 2015: 157], контекст: «Ночлежка – это живое комьюнити, присоединяйтесь, будем знакомы!».

Игровой потенциал усиливается в номинациях, называющих отдельные благотворительные проекты, нацеленные на привлечение внимания журналистов, пишущих о благотворительности, и потенциальных жертвователей. Например, известная номинация ежегодного международного праздника благотворительности «Щедрый вторник» трансформируется во множество проектов, включающий слово «щедрый»: «Щедрый не только по

вторникам», «Щедрая история», при этом прилагательное получает новое значение: 'связанный с благотворительностью'. В проекте фонда «Ночлежка» с наименованием «Неравнодуш» (душевой пункт, где любой человек может бесплатно вымыться) словотворческая инновация образована путем окказионального членения слова с выделением мнимых морфем (душ), и вместе с тем происходит усечение производящей основы прилагательного (неравнодушный), что в результате создает двойную мотивацию слова.

По словам А. В. Петровой, исследующей благотворительность как социальный феномен, «фандрайзеру необходимо работать так, чтобы не было негативных последствий и душевного дискомфорта ни у одной из взаимодействующих в данном процессе сторон. Обе стороны взаимодействия в результате должны получить максимальное удовлетворение от сотрудничества, своеобразный партнерский вектор в будущее» [Петрова 2003: 20]. Лингвокреативные стратегии, применяемые в языке благотворительных организаций, направлены на выстраивание партнерских отношений между всеми участниками благотворительных акций. Прагматическая интенция благотворительности как вида деятельности определяет специфику дискурса благотворительных организаций. Этот дискурс формирует привлекательный для современных людей образ благотворительности, нацелен на вовлечение широкого круга лиц в благотворительную деятельность, которые осознают значимость благотворительности для формирования гражданского общества. Соответственно можно сделать вывод о имиджевой и эстетической функциях лингвокреативных приемов в дискурсе благотворительных организаций. Если первоначально благотворительность связывалась с морально-нравственным аспектом безвозмездной помощи, то сегодня она рассматривается как инструмент консолидированных гражданских действий. Лингвокреативные приемы активно формируют новые способы коммуникативного взаимодействия в обществе.

Литература

Большой словарь русских поговорок. М: Олма Медиа Групп. В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. 2007.

Бондаренко Е. Д. К изучению неформального языка русской благотворительности. // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 2: Гуманитар. науки. 2020. Т. 22. № 3 (200). С. 211–228.

Вепрева И. Т. Современный эргонимикон: в поиске новых форм выражения // Вопросы ономастики, 2019. Т. 16. № 4. С. 169–179.

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

Петрова А. А. Благотворительность как социально-ролевое взаимодействие: Теория и история процесса. Автореф. дис. ... кандидата социологических наук. Екатеринбург, 2003.

Плотникова А. М. Наименования социально незащищенных групп лиц в правовом пространстве и за его пределами // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2019. Т. 21, № 4 (193). С. 209–218.

Терских М. В. Ключевые концепты дискурса благотворительных организаций // Международный научно-исследовательский журнал, 2017. № 12 (66). С. 74–77.

Толковый словарь русского языка: В 4 т./ Под ред. Проф. Д. Ушакова. М.: ГЕРРА - Книжный клуб, 2007. 752 с.

Флат М. А. Концептосфера «Благотворительность» в русской языковой картине мира: динамический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Барнаул, 2014.

Шмелева Т. В. Анахронизм как погрешность и стилистический прием // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 1. С. 146–159.

REFERENCES

Bol'shoy slovar' russkikh pogovorok. M: Olma Media Grupp. V. M. Mokiienko, T. G. Nikitina. 2007.

Bondarenko YE. D. K izucheniyu neformal'nogo yazyka russkoy blagotvoritel'nosti. // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 2: Gumanitar. nauki. 2020. T. 22. № 3 (200). S. 211–228.

Vepreva I. T. Sovremennyy ergonimikon: v poiske novykh form vyrazheniya // Voprosy onomastiki, 2019. T. 16. № 4. S. 169–179.

Gridina T. A. Yazykovaya igra: stereotip i tvorchestvo. Yekaterinburg, 1996.

Petrova A. A. Blagotvoritel'nost' kak sotsial'no-rolevoye vzaimodeystviye: Teoriya i istoriya protsesssa. Avtoref. dis. ... kandidata sotsiologicheskikh nauk. Yekaterinburg, 2003.

Plotnikova A. M. Naimenovaniya sotsial'no nezashchishchennykh grupp lits v pravovom prostranstve i za yego predelami // Izvestiya Ural'skogo

federal'nogo universiteta. Ser. 2, Gumanitarnyye nauki. — 2019. — Т. 21, № 4 (193). — S. 209–218.

Terskikh M. V. Klyuchevyye kontsepty diskursa blagotvoritel'nykh organizatsiy // Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal, 2017. № 12 (66). S. 74–77.

Tolkovyy slovar' russkogo yazyka: V 4 t./ Pod red. Prof. D. Ushakova.- M.: TERRA - Knizhnyy klub, 2007. 752 s.

Flat M. A. Kontseptosfera «Blagotvoritel'nost'» v russkoy yazykovoy kartine mira : dinamicheskiy aspekt : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. Barnaul, 2014.

Shmeleva T. V. Anakhronizm kak pogreshnost' i stilisticheskiy priyem // Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika. 2015. № 1. S. 146–159.

©Плотникова А.М., 2021

Плотникова Анна Михайловна – доктор филологических наук, профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения. Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия).

Адрес: 620083, Россия, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, 313.

E-mail: annaplotnikova@urfu.ru

Plotnikova Anna Mihajlovna – Doctor of Philology, Professor of the Department of Fundamental and Applied Linguistics and Text Science. Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia).