

Лаврова Н.А.

Кандидат филологических наук, кафедра лексики английского языка,
Московский педагогический государственный университет

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ ИГРЕ

Языковая игра осуществляется по правилам, к которым относятся: 1) наличие участников игры – производителя и получателя речи, 2) наличие игрового материала, 3) наличие условий игры, 4) знакомство участников с условиями игры, 5) поведение участников, соответствующее условиям и правилам игры [8]. Языковая игра нередко представляет собой процесс, направленный на нарушение словообразовательных, семантических и прагматических канонов, имеющее своей целью вникнуть в природу самого канона, а через него и в природу вещей. Феномен языковой игры есть не только стилистический прием, эксперимент, но и выявление скрытых, потенциальных возможностей языка. В современной лингвистике существуют различные определения языковой игры. По мнению Т.В. Матвеевой, языковая игра – речевое поведение с установкой на достижение дополнительных эффектов взаимодействия коммуникантов, обычно с целью развлечения и забавы [4]. В языковой игре слова осознанно выводятся за пределы их обычного использования, подвергаясь тем или иным преобразованиям, таким образом, создается эффект необычности высказывания [4]. Б.Ю. Норман определяет языковую игру следующим образом: «Языковая игра (в максимально широком понимании термина) – это нетрадиционное, неканоническое использование языка, это творчество в языке, ориентация на скрытые эстетические возможности языкового знака» [5, 168]. В.З. Санников в монографии «Русский язык в зеркале языковой игры» пишет: «Языковая игра – это языковая неправильность (необычность, неточность), намеренная допущенная говорящим и именно так и понимаемая слушающим» [7, 26]. Языковая игра рассматривается исследователями как нарушение языковых норм, однако, по мнению Б.Ю. Нормана, «...эти нарушения не бессистемны и случайны, а происходят по определенным правилам, подчиняются некоторым закономерностям» [6, 10]. Важно подчеркнуть, что языковая игра не ограничивается нарушениями языковых норм: играя со смыслом, субъект расширяет границы познания, выражая тонкие и многообразные оттенки своей мысли. Языковая игра создает особый мир, противопоставленный миру обыкновенному, это антимир, который как гиперболизирует и шаржирует негативные моменты окружающей действительности, так и намеренно принижает и маргинализирует положительные, что обусловлено целью и задачами, которые ставит перед собой адресант.

Языковая игра противостоит языковой норме, которая не является категоричной для *homo ludens* и которая преднамеренно нарушается, причем в последнее время наблюдается активное нарушение орфографических и графических норм, что обусловлено стремлением задействовать визуальный канал восприятия, а это особенно актуально для рекламистов. В рекламной и массовой коммуникации особую популярность получает псевдомотивация, (псевдочленение, псевдовосстановление) производящей основы. Графическую псевдомотивацию можно определить как «графическое выделение в структуре слова сегмента, образующего окказиональный фоносемант слова, тождественного по звуковому составу, но отличающегося от узуального коррелята оттенком значения или наличием ситуативно мотивирующего плана восприятия смысла» [1, 119]. Как указывает С.В. Ильясова, псевдомотивация с помощью графического выделения – новый для русского языка тип языковой игры, получивший активное распространения в 90-е годы XX века, прежде всего, в рекламных и газетных текстах. Игровое словотворчество оказывается прогнозируемым для языка периодики, так как информации, преподносимая газетами и журналами, сиюминутна и актуальна «здесь и

сейчас». В борьбе за внимание аудитории журналисты словно соревнуются в создании максимально необычного, броского, игрового заглавия, которое, в случае «желтой прессы», преувеличивает, искажает или затемняет положение вещей. Представляется, что эффект и эффективность языковой игры зависят от того, насколько адресанту удастся сочетать игру с формой и игру с содержанием. Разновидностью языковой игры, позволяющей играть как с формой слова или речи, так и с их содержанием, является контаминация. Исследование С.В. Ильясовой (2001) показало, что контаминированный тип словесной игры усиливает свою продуктивность в русском языке, при этом можно констатировать наличие следующих особенностей таких лексем: а) сфера функционирования – заголовки; б) характер выделенной части – нарицательное существительное, имя собственное, аббревиатура; в) модность освещаемой темы (нетрадиционная сексуальная ориентация, Интернет-коммуникация, СПИД, и т.д.).

Контаминанты с графическим выделением могут также образовываться посредством дефиса, скобок и точки (*Вера-ломный*, *Унифик(а)ция*, *У.Е.ли*). Контаминанты представляют собой интересный объект исследования по нескольким причинам: во-первых, контаминация есть компрессивное, прагматически нагруженное словообразование, являющееся не только эффективным средством передачи значительного объема информации, но также позволяющее автору выразить собственное мнение или оценку референта; во-вторых, игровая контаминация сближает понятия и референты различной дистанцированности, причем чем более дистантными оказываются понятия, тем более эффективным, неожиданным и комичным оказывается получившийся контаминант. Необходимо, однако, помнить о том, что в случае, если референту приписываются уничижительные характеристики, что типично, прежде всего, для контаминированных слов сленга, возникающий контаминант может вызвать чувство отторжения у реципиента, для которого скабрзность, осмеяние и принижение существенных характеристик референта оказывается неприемлемым. Для игровых контаминантов типичными являются характерологическая и оценочная функции.

Игровые контаминанты возникают и в речи детей и представляют собой лексемы, осмысленные по принципу народной этимологии. Слово с затемненной внутренней формой на определенном этапе освоения лексики родного языка кажется ребенку чуждым по сравнению с другими, «прозрачными» словами. В создании детских контаминантов немалую роль играет созвучность слов, которые объединяются в контаминанте, ребенку кажется, что слова связаны этимологически, хотя в действительности это не так (некоторые примеры: *гавстроном* – *гав* + *гастроном*, *гавтомобиль* – *гав* + *автомобиль*, *вертокат* – *вертолет* + *самокат*). На ценность и значимость детского словотворчества в свое время обращал особое внимание К.И. Чуковский, подчеркивая то обстоятельство, что для детей каждое слово творится и оживает в речи, именно поэтому и возникают контаминированные слова: «Для нас все слова уже готовы, скроены и сшиты, и голова у каждого из нас – как оптовый склад таких готовых форм, магазин готового платья. А у детей – это мастерская – все мерится и шьется, творится каждую минуту заново, каждую минуту сначала, – все – вдохновение и творчество» [11, 26].

Создавая в речи окказионально-игровые образования, говорящий ставит перед собой различные задачи: избежать тривальности, желание пошутить, состричь, скаламбурить (Е.Е. Тимофеева, 2006). Необходимо различать языковые лексические ошибки, представляющие собой ненормативное употребление слов, и языковую игру, которая используется в речи в прагматических целях. По мнению Е.Е. Тимофеевой, при изучении разделов «словообразование» и «лексика» в школе необходимо ввести некоторые теоретические сведения о языковой игре, поскольку мотивированное нарушение языковых норм – языковая (речевая) игра – один из важных приемов развития лингвокреативных способностей детей, однако правильно воспринимать его способен

лишь тот, кто хорошо владеет языковыми нормами. Почувствовать прелесть отступлений от языковой нормы можно тогда, когда у человека воспитано чувство нормы. Наверное, именно по этой причине наиболее удачной оказывается языковая игра в устах людей, владеющих языковой нормой и обладающих чувством языка.

Одной из активно исследуемых проблем современной лингвистики является дискурсивная обусловленность функционирования разноуровневых языковых единиц (Н.Д. Арутюнова, Б.М. Гаспаров, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова и т.д.). В последнее время все чаще обсуждается появление принципиально новой коммуникативной среды человека, отличающейся разнообразием, отсюда множество дискурсивных типов: политический, рекламный, виртуальный, формирующийся под влиянием интересов, норм, ценностей той или иной социальной, гендерной, возрастной и иных групп (Л.М. Гриценко, 2009). Многообразие дискурсов является благодатной почвой возникновения неологических единиц, в том числе не только терминологического характера, но и окказионального. Одним из актуальных направлений в исследовании типов дискурса и видов коммуникации является изучение Интернет-коммуникации, представляющей собой своеобразный гибрид устной и письменной форм речи. В связи с бурным развитием виртуальной коммуникации возникает вопрос о возможности присвоения ей статуса дискурса. На наш взгляд, это оказывается возможным в силу того, что общение в сети Интернет характеризуется определенными местом и временем (общение «здесь и сейчас»), имеет свою прагматическую специфику, а также характеризуется определенными лингвистическими особенностями, которые, хотя и не являются жесткими, все же обнаруживают тенденцию к особому рода сокращениям, элизиям и использованию разговорно-фамильярного стиля речи. В рамках последнего языковая игра приобретает особую функцию, которая характеризуется своеобразной двойственностью: носит одновременно маскировочно-карнавальным и раскрепощающий характер. Первое проявляется в том, что коммуникант скрывается за маской непринужденности, фамильярности, возможно, выставляя себя в приукрашенном виде. С другой стороны, налицо раскрепощающий характер Интернет-коммуникации, что позволяет субъекту свободно выражать свое мнение и свою оценку событий и явлений.

Языковая игра может быть культурно маркированной, служить фундаментом коллективного дискурса, условием идеологического взаимопонимания и критерием социальной идентификации, иными словами вербальная игра обладают культурологической значимостью. Исследование Л.М. Гриценко показало, что языковая игра с привлечением прецедентных текстов свидетельствует о фрагментарном усвоении культуры: «Коллажированность, мозаичность современного постмодернистского сознания приводит к отражению в языке «частичной личности», незнакомой со всей культурой, социальными практиками, владеющей ограниченным числом социальных умений и навыков» [2, 14]. Прецедентная языковая игра в массовой коммуникации основана на знании популярной культуры – телевидения, рекламных роликов, популярных песен. В Интернет-коммуникации языковая игра проявляется в выборе так называемого «ника» (прозвища) – имени, под которым большинство участников известны в виртуальном общении. Функция такого имени – маскировочно-лудическая и идентификационная, участник выбирает аксиологически значимое имя: «Выбирая ник, участники общения помимо личностных могут задавать и поведенческие параметры. Другими словами, коммуникант выбирает ту линию поведения, общения в чате, которая соответствует его ценностным установкам (и это может быть отражено в нике) <...>. С другой стороны, употребление прецедентного текста дает возможность коммуниканту в случае коммуникативной неудачи спрятаться за «чужим» ... текстом и тем самым смягчить ситуацию, получить шанс вернуться и возобновить общение в следующий раз» [2, 15-16].

Языковая игра также активно эксплуатируется в рекламе («сникерсни», «припиваючи», «экспериментос»), при этом нередко для сегментации рынка используются жаргонные слова. Вероятно, использование сниженного регистра в массовой коммуникации обусловлено стремлением эпатировать и шокировать аудиторию, а также показаться «своим» для определенного сегмента реципиентов. Представителям определенного круга жаргонизированная языковая игра импонирует, так как к ним обращаются на знакомом им языке, а это всегда приятно. Безусловно, здесь присутствует элемент юмора, который, однако, предполагает знакомство с жаргонными словами. К некоторым причинам популярности языка преступного мира относятся: особенность русского менталитета, русский человек с некоторой долей уважения относится к тем, кто может обмануть государство. В то же время использование жаргонных слов, как и другой ненормативной лексики, может вызвать раздражение у остальной аудитории, не являющейся целевой. Языковая игра является одним из основных средств создания выразительного эффекта в рекламном тексте. Приемы его многочисленны, однако в последнее время особую популярность получает использование так называемых графических контаминантов, в которых релевантная часть слова маркируется либо жирным шрифтом, либо курсивом, а чаще всего капитализируется: «РасПУШажа!», «оПУМеть можно» (сеть магазинов спортивной одежды марки “Puma”), сеть копировальных центров «КОПИтон» (капитан + копировать). Данные примеры, на наш взгляд, представляются не очень удачными: первый – потому что «увидеть» слово «распродажа» достаточно сложно, так как графем «рас...ажа» недостаточно для опознавания этой лексемы. Второй пример содержит в качестве маркированного компонента транслитерированное “Puma” и поэтому неопознаваем реципиентом без наличия опоры на латинизированное “Puma”, его транслитерированный вариант звучит и выглядит бессмысленным. В последнем примере целевое слово «капиатн» также остается за кадром, а сам графический контаминант ассоциируется со словом «питон», которое не имеет никакого отношения к рекламируемому товару.

Итак, языковая игра активно эксплуатируется в различных сферах массовой коммуникации и различных типах массового дискурса. Языковая игра призвана, прежде всего, привлечь и удержать внимание реципиента и, по возможности, вызвать в нем более сильную реакцию, чем при использовании узуальных языковых единиц и средств. Языковая игра оказывается равноважной как для отправителя информации, так и для ее получателя, выполняя разнообразные функции в зависимости от целей и задач, которые ставит перед собой коммуниканты. Помимо установки на лингвокреативность, языковая игра выполняет маскировочную, карнавальную, дисфемизирующую и дискредитирующую функции.

Литература

1. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург: Урал. ГПИ, 1996. – 215 с.
2. Гриценко Л.М. Языковая игра как способ реализации прецедентного текста в чат-коммуникации // Вестник Томского государственного университета № 318, 2009. – С. 14-18
3. Ильясова С.В. Языковая игра в газетном тексте // Образование. – 2001. – № 23. – С. 77
4. Матвеева Т.В. Учебный словарь. – М., 2003. – С. 143, 414-415
5. Норман Б.Ю. Язык: знакомый незнакомец. – Минск: Высшая школа, 1982. – 220 с.
6. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка. – М.: Наука, 2006. – С. 5-10
7. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. – М., 2002. – 547 с.

8. Секербаева Ж.С. Языковая игра в газетном тексте [электронный ресурс] // URL: http://www.old.mediascope.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=170&Itemid=185 (дата обращения 10.05.2010)
9. Тимофеева Е.Е. Языковая игра и лексические ошибки // Рус. словесность. – 2006. – № 2. – С. 55-59.
10. Федосюк М.Ю. В каком направлении развивались стили русской речи XX века // Филология и журналистика в контексте культуры (Лиманчик-98): Материалы Всерос. Науч. конф. – Ростов-на-Дону, 1998. Вып. 4. – С. 3-4
11. Чуковский К.И. Живой, как жизнь // Соч.: В 6 т. – Т.3. – М.: Художественная литература, 1966. – 839 с.