

УДК 811.161.1' 42

## Текст улицы и языковая игра

**Савченко А. В.**

*Украинский государственный химико-технологический университет,  
г. Днепрпетровск, Украина*

*Рассматриваются работы отечественных и зарубежных лингвистов относительно нарушения языковой нормы, анализируются разновидности языковой игры, особое внимание уделяется контаминации как основному виду языковой игры в тексте улицы.*

**Ключевые слова:** *текст улицы, языковая игра, нарушение нормы, контаминация, каламбур, графические средства.*

Современная языковая ситуация характеризуется не только низкой культурой речи, небрежным и даже пренебрежительным отношением к слову, но и модой на иностранную лексику, приведшей к настоящей «экспансии» англоязычных заимствований. Тревогу вызывают именно сдвиги в публичной и письменной речи. То, что молчаливо «позволялось» языку непосредственного общения, не разрешалось нормативному языку. Наука о нормативном языке – это одно, а жизнь языка непосредственного общения – совсем другое. И границы между ними в значительной мере существуют в головах филологов. Постмодернистская литература доказала, что литературный язык может вбирать в себя все регистры языка – от арго, до жаргона и инвектив. Все дело в языковом вкусе, понимании, уместности – где, когда и с кем, что говорить и для чего.

По мнению В.Г. Костомарова, высказанному в книге «Языковой вкус эпохи», русский язык сегодня переходит на очередной этап эволюции и, не теряя своих функциональных возможностей, приспособливает их к новому состоянию общества [6]. Можно предположить, что культура владения русским языком и его функциональная жизненность будут сохраняться и за счет стандарта, и за счет развития новых средств, раскрывающих богатство и выразительность русского языка. Отсюда вытекает *актуальность* основной проблемы статьи – проблемы нарушения нормы как языковой игры. Рассматривать эту проблему мы будем на материале русскоязычного текста улицы г. Днепрпетровска. Под данным термином мы понимаем все письменные лингвистические образования, представленные в городе, способные идентифицироваться как текст, независимо от их характера, размера или содержания [8, с. 40].

Следовательно, *целью* данной работы является рассмотрение возможных видов языковой игры в исследуемом нами тексте улицы, а задачи, которые помогут в осуществлении этой цели, следующие:

- проанализировать уже существующие исследования по данной проблематике;
- применить их к имеющемуся фактическому материалу.

В лингвистике предметом изучения языковая игра становится сравнительно недавно. Понятие игры и бытие ее в мире рассматривалось как понятие феномена культуры (Й. Хейзинга [10]), способа коммуникации (Э. Берн [2]), способа эстетизации и «очеловечивания» человека (Ф. Шеллинг [11]), как лингвистической реальности (Л. Витгенштейн [4]), логического механизма (Л. Кэрролл [7]) и математического алгоритма (теория игр). Австрийский философ Людвиг Витгенштейн, который ввел в современную науку понятие «языковой игры», утверждал, что нельзя определить четкие границы понятия «игра» и дать его точное определение [4, с. 66–67].

Опровергая утверждение Л. Витгенштейна о том, что мы не знаем границ, поскольку их никто не проводил, А. Вежбицкая отмечает, что границы существуют, однако в разных языках они проведены по-разному, но носитель языка интуитивно осознает и соблюдает эти границы [3].

В отечественном языкознании термин вошел в широкий научный обиход после публикации работы Е.А. Земской, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой [5].

В современной лингвистике термин «языковая игра» получил несколько иную (более узкую) трактовку: под языковой игрой понимается осознанное нарушение нормы.

Так, Ю.Д. Апресян в работе «Языковые аномалии: типы и функции» подчеркивает, что в стилистических целях можно «совершить насилие практически над любым правилом языка, каким бы строгим оно ни было» [1, с. 54].

В монографии В.З. Санникова «Русский язык в зеркале языковой игры» [9] приводятся несколько типов нарушения действующих орфографических и графических норм с целью создания языковой игры. Современные тексты улицы дают богатый материал для дополнения этого списка.

Как основной принцип построения игры в тексте улицы мы назовем контаминацию, понимая под этим термином смешение ряда разнородных элементов. Мы видим следующие варианты контаминации.

1. Контаминация в плане формы.

А. В рекламных текстах улицы это, прежде всего, игра с цветом, смешение различных цветов в одном тексте:

**ЕВРОПЕЙСКИЙ**

Б. Контаминация шрифтов, в частности, наблюдается использование латиницы в кириллическом тексте:

*УГОЛУ НЕТ автосигнализация MONGOOSE;*

*АПТЕКА PANADOL,*

или внедрение кириллицы в латинский текст:

*ЧЕЛЕНТАНО PIZZA CELENTANO*

В. Смешение различных кодов – лексических единиц, символов, рисунков:

*с 3 по 15 июля*

АКЦИЯ

*КОНСЕРВЫ*

*ГОВЯДИНА ТУШЕННАЯ*

*ТМ «Смачного»*

5<sup>15</sup>

ДЕТСКАЯ ОДЕЖДА

БУТУЗ

4<sup>55</sup>

Г. Смешение языков, как правило, русского и украинского:

*АБВТехнікаСКИДКИ УВЕЛИЧЕНЫ ОПЛАТА В КРЕДИТ*

*«ЗамковийСвіт» ДВЕРИ ЗАМКИ ЦИЛИНДРЫ*

2. Контаминация строчной и прописной буквы:

А. Появление прописной буквы внутри текста:

*МагаЗин; СтеклоПЛАСТ; Моя ЛаМпочка; ПроСтор*

Б. Отсутствие требующейся прописной буквы:

*Реконструкция детской спортивной площадки осуществляется Благотворительным фондом народного депутата Украины Сергея Бычкова «Духовное возрождение» при участии ооо строительно-инвестиционной компании «ДАФИ».*

Вообще ненормативное использование прописной буквы получило наибольшее распространение в рекламных и газетных текстах. Вполне естественно, что прописная буква в новой для нее функции – привлечение внимания – наиболее активно используется в тексте улицы, так как основная функция его рекламной разновидности – привлечение внимания.

Языковая игра, построенная на использовании прописной буквы, представлена несколькими типами.

В. Языковая игра, основой которой является омонимия:

*поСТРОЙка.*

В данном примере можно выделить ряд грамматических омонимов: существительное *постройка* и повелительное наклонение глагола *построй-ка*. Можно увидеть здесь также написанное строчными буквами слово *пока*.

Г. Еще один вид языковой игры базируется на паронимии. Как отмечает Е.А. Земская, подобного рода «игры» служат и порождению окказиональных слов, и созданию окказиональной «членимости» у обычного слова [5]. Как показывает наш материал, паронимия обыгрывается гораздо чаще, нежели омонимия, так как здесь сталкиваются слова, не полностью совпадающие по звучанию, и поле варьирования, несомненно, шире, чем при омонимии.

*СЫР дому твоему*

В данном примере налицо аллюзия с известным изречением «мир дому твоему», кроме того, рифмующееся слово сыр выступает в прямом значении, подчеркивая, что покупатель обеспечит интересующим его продуктом свою семью (как синоним слова дом).

3. Графическое выделение в контаминированных образованиях.

А. Выделение нарицательных существительных, местоимений, других именных частей речи.

*МойДоДыр; Стоматология;*

Б. Обыгрывание имени собственного в качестве графически выделенной части, характеризующееся ярко выраженной «модностью» освещаемой в публикации темы.

*Жемчужина эВОЛЬВОлюции*

*ХВАТИТ МЕЧТАТЬ – ПОРА ОБЛАДАТЬ!*

Контаминированные образования с графическим выделением являются в этом смысле необыкновенно интересным объектом исследования. В них всегда присутствуют (хотя бы в виде фонемы) два разных слова, и поэтому есть простор для языковой игры, есть возможность выбора.

4. Языковая игра другими графическими средствами.

Графическое выделение части слова, отмеченное в первый раз в 1995 г., в последние годы получило в тексте улицы столь широкое распространение, что стало уже привычным средством языковой игры [5]. При этом наблюдаются такие графические средства языковой игры, как использование дефиса, скобок, использование исправления, например:

*СРОЧНАЯ ПЕЧАТЬ,*

Для вывесок и афиш в городе характерна пространственная контаминация, когда части текста (слова или буквы) могут быть расположены одна под другой, повернуты под тем или иным углом или могут располагаться «лестницей»:

5. Контаминация сегментов семантической структуры слова.

А. Контаминация сходных слов в каламбуре. Каламбур – фигура речи, направленная на достижение комического эффекта, в которой одну и ту же последовательность языковых знаков можно воспринимать одновременно в нескольких значениях, что является нарушением логических законов организации текста.

Примерами каламбура могут быть тексты *Самсклу* (ср. сам стеклю, сам сплю), *Телефан* (ср. телефон), *СЕНСАКЦИЯ* (ср. сенсация).

Б. Рифмовка играет заметную роль в построении рекламного сегмента текста улицы, например:

*РАССТЕЛИ РУЛОН – ПОЛУЧИ ГАЗОН; ДИАГАР цене удар*

В. Псевдо-афоризмы иногда придумываются автором рекламного названия:

*КАЖДЫЙ РОЖДЕН БЕЗ ОДЕЖДЫ*      *карла маркса, 51*

Г. Важное место в рекламном сегменте текста улицы занимает использование заимствований, особенно модных и «гламурных» слов, например:

*West РЕСТОРАН VIP ЗАЛ; Магазин «Ван Бум»; фо мен – для мужчин.*

Д. Контаминация прямого значения и прецедентного текста:

*СКИДКИ! МАЛОВАТО НЕ БУДЕТ!* – намек на известную в странах бывшего СНГ фразу из мультфильма «Падал прошлогодний снег»: «Маловато будет», *Зима Лето* (название фирмы в популярном сериале).

*Кармен* (новелла П. Мериме и опера),

Е. Контаминация фразеологизмов:

*Через ТЕРМЫ к красоте и здоровью;*

*ЦЕНА ТВОРИТ ЧУДЕСА; цены не кусаются;*

*CASINO Черный кот Поймай удачу за хвост!*

*Ваша Светлость супермаркет света;*

*УДАРИМ ГРАДОМ ПО БЮРОКРАТАМ;*

Ж. Контаминация текстов, где текст составителя сочетается с прямым цитированием:

*Онегин салон мужской одежды*

*“... как денди лондонский одет...”*

При выполнении текстом улицы рекламной функции широкое распространение получает языковая игра, языковая подсказка, языковая шутка, порождающие метафоричность: так, например, названия аптек *36 и 6* (36,6° – нормальная температура человеческого тела), *Не+болит* (по контрасту с *Айболит*), *Доктор Столетов* (то есть живущий сто лет), *Старый лекарь* (=мудрый врачеватель), *Чудо-доктор* и т.п. внушают мысль, что, покупая лекарства в этих аптеках, легко справиться с болезнью. Однако совершенно не по-русски звучит название ночной аптеки – *ночной дежурнт*, хотя суффикс -ант может использоваться в образова-

нии существительного, мотивированного глаголом, со значением «лицо – производитель действия» (эмигрант, оккупант, консультант и др.).

В следующем названии используется метонимия:

*Магазин «Бретелька».*

Приведем еще несколько достаточно удачных, на наш взгляд, примеров языковой игры:

*полюБИ* (реклама сотовой связи Би-лайн), *распроДАЖа* (выделена частица согласия да), *парфюМИР* (т.е. мир парфюмерии – название парфюмерного магазина), *красиваяЯ* (реклама парфюмерии, т.е., употребляя данный вид парфюмерии, я – красивая), *моднаяЯ* (тот же принцип с рекламой одежды: я – модная), *пУХовики* – название магазина курток (обыгрывается междометие Ух!, выражающее различные сильные чувства), *не скуЧАЙ* (реклама чая), ГРАНДиозный выбор мебели (реклама мебельного магазина «Гранд»), *Всё распроДАЛИ* (реклама мебельного магазина «Дали»), *уДАЧный сезон страхования* (о страховании дач) и т.п.

Все вышесказанное приводит к *выводу*, что выполнение текстами улицы присущих им функций тесно связано с проблемой соблюдения / несоблюдения лингвистических норм. Умышленное нарушение делается с конкретной целью для достижения определенного воздействия на реципиента. Таким образом, осуществляется так называемая языковая игра, основным приемом которой в исследуемом нами понятии является контаминация. Показанные нами примеры, а также их разнообразие в тексте улицы создают дальнейшие перспективы для изучения данного явления.

### Список литературы

1. Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции / Ю.Д. Апресян // *ResPhilologica*. – М., 1990. – С. 50–71.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Эрик Берн. – М., 1997. – 71 с.
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А.Вежбицкая – М., 1996. – 416 с.
4. Витгенштейн Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // *Философские работы*. – М.: Гнозис, 1994. – С. 75–320.
5. Земская Е. А. Языковая игра / Е.А.Земская, М.В.Китайгородская, Н.Н.Розанова // *Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика*. – М., 1983. – С. 172–214.
6. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи / В.Г. Костомаров. – М.: Златоуст, 1999. – 320 с.
7. Кэрролл Л. Логическая игра / Л. Кэрролл [пер. с англ. Данилова Ю.А.]. – М.: Наука, 1991. – 191 с.
8. Савченко А.В. Русскоязычный текст улицы: структурно-функциональный аспект: дис. на соискание науч. степени канд. филол. Наук : спец. 10.02.02 „Русский язык” / А.В. Савченко. – Днепропетровск, 2010. – 215 с.
9. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М., 1999. – 544 с.
10. Хейзинга Й. *Homo Ludens* / Й.Хейзинга – М., 1992. – 410 с.
11. Шеллинг Ф. Философия искусства / Ф.Шеллинг – М.: Мысль, 1966. – 496с.

*Савченко О. В. Текст вулиці та мовна гра // Ученіє запіскі Таврічєскогo національного університєта ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціалні комунікації». – 2012. – Т.25 (64). – № 1. Частина 2. – С. 163-168.*

*Розглядаються роботи вітчизняних та закордонних лінгвістів щодо порушення мовної норми, аналізуються різновиди мовної гри, особлива увага приділяється контамінації як основному виду мовної гри у тексті вулиці.*

**Ключові слова:** *текст вулиці, мовна гра, порушення норми, контамінація, каламбур, графічні засоби.*

*Savchenko A.V. The Street Text and Language Game // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 1. Part 2. – P. 163-168.*

*The works by domestic and foreign linguists are considered, the kinds of language game are analyzed, special attention is paid to the contamination as a main kind of language game in the street text.*

**Key words:** *street text, language game, breach of norm, contamination, pun, graphic means.*

*Поступила в редакцію 27.03.2012 г.*