

Языковая игра в российском шоу-дискурсе. Language play in the Russian show-discourse Колтышева С. Я.

Колтышева Светлана Яковлевна / Koltysheva Svetlana Yakovlevna – кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра делового иностранного языка, факультет лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет, г. Челябинск

Аннотация: данная статья посвящена исследованию российского шоу-дискурса и языковой игре как одному из важных конструктов этого дискурса. В статье рассматриваются понятия дискурса и языковой игры, комплекс средств выражения языковой игры. Рассматривается шоу-бизнес как социальный феномен.

Abstract: the given article is devoted to the study of the Russian entertainment discourse and linguistic game as one of this discourse important construct. The article deals with the terms of discourse and linguistic game, the complex of the means of linguistic game expression. Entertainment as a social phenomenon is considered.

Ключевые слова: дискурс, шоу-дискурс, шоу-бизнес, языковая игра, средства выражения, языковые уровни.

Keywords: discourse, entertainment discourse, entertainment, linguistic game, means of expression, linguistic levels.

Современный шоу-бизнес является активно развивающейся сферой человеческой деятельности, в которой отражаются последствия событий, происходящих в политике, экономике и в социальной сфере страны. Шоу-бизнес – это культурный и социальный институт, связанный с идеологией, религией, искусством, это относительно устойчивая форма организации социальной жизни. Деятельность представителей шоу-бизнеса направлена на реализацию своего продукта в массовую аудиторию и на получение коммерческой выгоды [9, 5].

Сфера шоу-бизнеса вербально отражается в шоу-дискурсе. Дискурс – это сложное и многогранное понятие. Мы поддерживаем точку зрения, сложившуюся в русской лингвистической школе, которая рассматривает дискурс как «сложное коммуникативно-когнитивное явление, включающее кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), прагматические, социокультурные, психологические и другие факторы, необходимые для понимания текста» [1, 15; 8, 8]. Дискурс – «текст, взятый в событийном аспекте», «речь, погруженная в жизнь» [2, 136-137; 7, 278].

Основываясь на выше представленных определениях дискурса, мы предлагаем рассматривать шоу-дискурс как **совокупность текстов, посвященных шоу-бизнесу в сочетании с лингвистическими и экстралингвистическими факторами**.

В шоу-дискурсе реализуется разнообразный спектр языковых средств – метафора, метонимия, фразеологизмы, прецедентные имена, интертекстемы, языковая игра, нумеральность, профессиональная лексика, сленг и другие средства.

Языковая игра (далее ЯИ) является продуктивным средством – конструктом российского шоу-дискурса (204 единицы). Будучи особой формой лингвокреативного мышления, имеющего ассоциативную природу, ЯИ всегда нацелена на использование лингвистических приемов, подчеркивающих парадокс между стандартной формой и значением знака (а также принятым алгоритмом его образования и использования) и новой ассоциативной обработкой того или иного вида языкового знания [5, 26].

Языковую игру следует рассматривать как нарушение, девиацию от нормы (языка или речи), как отклонения от нормы. ЯИ обладает образной, моделирующей и эвристической функциями в речи [4, 23].

Преобладающей точкой зрения является то, что комический эффект – один из возможных, но далеко не единственный эффект игровой деятельности говорящей личности. Языковая игра – это одновременно и когнитивный, и психологический, и лингвокультурный, и эстетический феномен, функциональная сущность которого не исчерпывается традиционно выделяемой сферой комического воздействия и находит свое отражение не только в «игре слов» [6, 26-27].

Языковую игру всегда связывают с творческими (креативными) возможностями языковой личности, определяя ее как возможность свободного, нетрадиционного использования языковых средств, как творческий акт.

По мнению А. А. Бернацкой, «для исполнителя ЯИ необходимы чувство юмора, врожденное чувство языка и специфические, так сказать, «инженерно-конструкторские» умения, чтобы производить

«реконструкцию» формальной стороны высказывания. Неслучайно создателями искусственных языков оказывались математики, физики, химики, «технари» [3, 39]. Но в то же время она отмечает, что языковая игра доступна каждой языковой личности [3, 38] – ведь далеко не у всех есть чувство юмора, чувство языка и тем более «инженерно-конструкторские» умения.

ЯИ в российском шоу-дискурсе проявляется на всех уровнях языка (фонетическом, морфемном, лексическом и синтаксическом уровнях), хотя во многих случаях отнесение конкретной игровой формы к определенному языковому уровню оказывается условным. В медиатексте можно найти множество примеров, довольно ярких и интересных, окказиональных слов и словосочетаний, каламбуров, метафор, трансформаций прецедентных текстов и фразеологизмы, иноязычных и иностилевых «вкраплений» и т. д.

Рассмотрим примеры манифестации ЯИ в шоу-дискурсе России.

1) Языковая игра, строящаяся на **лексическом уровне**, обладает широким спектром языковых средств (фразеологизмы, метафоры, метонимия, прецедентные имена и другие средства).

Фразеологизмы обладают высокой продуктивностью в российском шоу-дискурсе (37 ФЕ / 18 %). Это объясняется тем, что во многом человеческое мышление и речь фразеологичны.

Стас Михайлов, Григорий Лепс, Денис Майданов, дуэт Ирины Дубцовой и Любови Успенской, а также Виктор Петлюра боролись за статуэтку, пытаясь сыграть в «Русский музыкальный ящик» [11]. Высказывание содержит трансформированный фразеологизм-сращение «сыграть в ящик» – умереть [10, 674]. Данный фразеологизм обладает негативной коннотацией и генерирует у читателей негативные ассоциации. Однако ирония создается за счет того, что этот фразеологизм употребляется в прямом, а не в переносном смысле в контексте данного высказывания: эстрадные артисты разыграли награды премии «Musicbox».

ЯИ часто создается на основе **метонимии** – средстве компрессии языковых средств, при сохранении общей семантики (31 МЕ / 15 %).

Т. Арнгольц во власти «Соблазна» [11]. В данном высказывании наблюдается метонимия: употребляется название фильма вместо указания жанра искусства (*во власти «Соблазна»* вместо *во власти фильма «Соблазн»*). Автор создает когнитивный диссонанс в сознании читателя: охвачена ли актриса любовным соблазном или она покорена фильмом «Соблазн»?

Метафоры активно используются для создания ЯИ (24 МЕ / 12 %), они генерируют определенные ассоциации и стереотипы в сознании читателей. Основания считать метафору проявлением языковой игры кроются в самой ее сущности – в ней есть нетрадиционное, нестереотипное употребление языкового знака, творческий характер семантической трансформации. Метафора, как считает Н. Д. Арутюнова, – один из семантических типов отклонения от нормы; это «интерпретируемая аномалия», своеобразная семантическая «неправильность», возникающая в результате специального нарушения закономерностей смыслового объединения слов [2, 346].

Вырос не только интерес к ее (Пелагеи) концертам, судя по сводкам с площадок страны, но масса людей открыла для себя творчество самобытной певицы, расprobовала его на вкус [11]. Высказывание содержит гастрономическую метафору «пробовать на вкус», благодаря которой творчество певицы Пелагеи концептуально ассоциируется с вкусным блюдом.

Неологизмы также являются важным элементом языковой игры (19 НЕ / 9 %).

Наконец, зрители станут свидетелями церемонии вручения премии «Говорим и показываем» (или, если сокращенно, «Гип-гип ура!»). Функции вручанта премии возьмет на себя, конечно же, сам ведущий, Леонид Закошанский [11]. Автор использует неологизм «вручанта» (человек, вручающий премии) для компрессии языковых средств, но с сохранением смысла. Данный неологизм создает положительную коннотацию и иронию в высказывании.

Графическая ЯИ – это сочетание слов, цифр, знаков, символов. Она представляет собой слово, словосочетание или предложение с имплицитной семантикой: автор ждет от читателя декодирования своего высказывания (11 ГЕ / 5 %).

Какая «Кровать» без «Te100стерона»? [11]. В рассматриваемом примере языковая игра заключена в названии музыкальной группы *«Te100стерон»*: слово написано с помощью букв и цифр. Музыкальная группа берет в свое название мужской половой гормон «тестостерон», отвечающий за сексуальную активность. Поэтому здесь все высказывание охватывается языковой игрой на семантическом уровне: «Какая «Кровать» без «Te100стерона»?» – какая половая жизнь без гормона.

«Troye из ларца» [11]. Для привлечения внимания читателя автор обращается к графической языковой игре (транслитерации: *«Troye»* вместо *«Тroe»*), характеризуя известное музыкальное трио *«Иванушки International»*. Представленная фраза является трансформированной интертекстемой *«Двое из ларца одинаковых с лица»* (мультфильм *«Вовка в тридевятом царстве»*, 1965) – языковая игра на семантическом уровне.

Совокупность средств выражения ЯИ представлена в таблице 1.

Таблица 1. Комплекс средств выражения ЯИ в российском шоу-дискурсе

Средства выражения ЯИ	Количество языковых единиц	В процентах
1. Лексический уровень	122	60
Фразеологизмы	37	18
Метонимия	31	15
Метафора	24	12
Неологизмы	19	9
Графическая ЯИ	11	5
2. Синтаксический уровень	53	26
Словосочетания	28	14
Предложения	25	12
3. Морфемный уровень	17	8
4. Фонетический уровень	12	6
Итого:	204	100

Квантиративная презентация результатов нашего исследования позволяет сделать следующие выводы: 1) лексический уровень является самым продуктивным источником создания ЯИ в российском шоу-дискурсе; 2) внутри данного уровня лидируют фразеологизмы как эффективный элемент ЯИ; 3) фонетический уровень наименее всего задействован в создании ЯИ в шоу-дискурсе России; 4) графические средства, используемые для построения ЯИ, обладают низкой продуктивностью, несмотря на свою визуальную аттрактивность; 5) все уровни языка принимают участие в создании ЯИ в российском шоу-дискурсе.

Литература

1. Алефиренко Н. Ф. Текст и дискурс: учеб. пособие для магистрантов. М.: Флинта: Наука, 2012. 232 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. Сборник научных трудов. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
3. Бернацкая А. А. Креативность в языке и с языком: к онтологическим основаниям языковой игры. Игра как прием текстопорождения: коллективная монография. Красноярск, 2010. С. 34-43.
4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. педагог. ун-та, 1996. 225 с.
5. Гридина Т. А. Языковая игра как лингвокреативная деятельность. Язык. Система. Личность. Языковая игра как лингвокреативная деятельность. Формирование языковой личности в онтогенезе. Екатеринбург, 2002. С. 26–27.
6. Гридина Т. А. Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. педагог. ун-та, 2012. С. 18–34.
7. Карасик В. И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 406 с.
8. Кацулов Ю. Н., Петров В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
9. Третьякова, О. В. Современный словарь шоу-бизнеса в структурно-семантическом и функциональном аспектах: дис ... канд. филол. наук. Вологда, 2005. 250 с.
10. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: АСТРЕЛЬ, 2008. 878 с.
11. Московский комсомолец [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mk.ru> (дата обращения 18.02.2016).