

УДК 811.161

DOI: 10.18413/2313-8912-2016-3-3-35-40

Фуникова С. В.

**ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК АКТУАЛЬНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ В ГОРОДСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ Г. БЕЛГОРОДА)**

доцент, кандидат филологических наук, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы 85, г. Белгород, 308000, Россия, *Электронный адрес: funikova.s@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена языковой игре как актуальной тенденции в современной разговорной речи г. Белгорода. Автор статьи выражает мысль о том, что языковая игра выражает одно из главных свойств человеческой психики – способность реагировать на различные внешние и внутренние элементы ситуации общения. Материалом для исследования послужили записи русской разговорной речи в общественном транспорте и на рынке г. Белгорода, Фуникова С.В. исследует особенности языковой игры и функционирование её элементов в речи, а также затрагивает многообразие разговорных жанров городской коммуникации, таких как зазывы, шутивное цитирование, балагурство, игра со словами и т.д. Автор статьи раскрывает специфику языковой игры как формы речевого поведения, которое создается установкой на определенный коммуникативный эффект, достигаемый нестереотипным использованием языковых единиц, когда происходит трансформация формы и содержания языковых единиц. Таким образом данная работа – это своего рода эксперимент, обнаруживающий скрытые резервы языка и представляющий собой одну из форм творческой самореализации личности говорящего.

Ключевые слова: языковая игра; городская коммуникация; разговорные жанры; диалогическое общение.

Funikova S.V.

**LANGUAGE GAME AS AN ACTUAL TREND IN THE URBAN
COMMUNICATION (ON THE MATERIALS OF THE CITY
OF BELGOROD)**

Associate Professor, PhD in Philology, Belgorod state national research University, Pobeda str 85, Belgorod, 308000, Russia, E-mail: funikova.s@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the language game as the current trend in modern colloquial speech of the city of Belgorod. The author expresses the idea that a language game expresses one of the main properties of the human psyche – the ability to respond to various external and internal elements of the situation of communication. Material for the study consists of recordings of colloquial Russian speech in public transport and market, Belgorod, Tunikova S. V. explores features of language play and the functioning of its elements in speech but also affect the variety of spoken genres of urban communication, such as inviting, playful quoting, joking, playing with words, etc. the Author reveals the specificity of the language game as a form of verbal behavior, which creates a setting for a certain communicative effect achieved through unconventional use of language units, when there is a transformation of the form and content of linguistic units. Thus this work is a sort of experiment, finding the hidden reserves of the language and represents a form of creative self-realization of the personality of the speaker.

Key words: language game; urban communication; conversational genres; dialogic communication.

Введение

Исследование того микросоциума, в котором мы находимся, с точки зрения его типичных речевых характеристик представляется актуальным, поскольку отражает как общие процессы, происходящие в обществе, так и

конкретные речевые формы, отличающиеся территориально, создающие определенное своеобразие речевого поведения в той или иной местности.

Развитие современной лингвистики, в частности, лингвистической прагматики,

социолингвистики, психолингвистики, на данном этапе характеризуется повышенным интересом к изучению роли человеческой личности в процессах коммуникации. Мы, опираясь на ряд фундаментальных положений лингвистической прагматики, теории речевой деятельности, теории речевых актов, психолингвистики, социолингвистики, коллоквиалистики, исследуем языковую игру как отражение коммуникативных потребностей личности. Изучение повсеместно распространённого явления языковой игры способствует углублению знаний о системе разговорной речи, об особенностях функционирования её элементов, о многообразии форм современного русского литературного языка.

Будучи неотъемлемой характеристикой живого непосредственного спонтанного диалогического общения, языковая игра выражает одно из главных свойств человеческой психики – способность реагировать на различные внешние и внутренние элементы ситуации общения. Актуальность темы обусловлена возросшим в последние десятилетия интересом к проблемам изучения языковой игры в разговорной речи, в том числе проблемам обучения общению на иностранном языке. Языковая игра представляет собой ту область лингвистики, которая тесно связана с человеком, личностью, а значит её исследование является антропоцентричным по своей сути. Именно этим и обусловлен наш интерес к проблеме.

Теоретической базой данной научной статьи послужили работы ведущих специалистов в области русской лингвистики: Н.Д. Арутюнова, Р.М. Блакар, О.Я. Гойхман и Т.М. Надеина, Т.А. Гридина, М.В. Китайгородская и Н.Н. Рязанова, Л.С. Ковтун, В.Г. Костомаров, Коновалова О.Ю., Формановская Н.И., Е.Н. Ширяева и др. (Список литературы).

Основная часть

Материалом для статьи послужили записи русской разговорной речи в общественном транспорте и на рынке г. Белгорода. В соответствии с задачами нашего исследования нами было отобрано около 300 карточек, содержащих языковой материал, который отражает не только все уровни языка, но и показывает как в городской коммуникации проявляется языковая игра.

В процессе работы мы пользовались следующими **методами** исследования: описательный метод, метод контекстуального

наблюдения и количественной оценки выявленных фактов, сравнение и сопоставление, приемы классификации, обобщения, дифференциации.

Языковая игра как основная тенденция в разговорной речи неоднократно становилась предметом исследований в отечественной лингвистике. Однако в русистике её трактовка в большинстве работ является весьма узкой. Например, многие аспекты в изучении языковой игры, хотя и затрагивались ранее, не получили полного и комплексного описания. Новым в настоящей работе является комплексный анализ коммуникативно-прагматических и формальных особенностей языковой игры на материалах г. Белгорода. Выявляются факторы, которые определяют работу языковой игры в городской коммуникации, определяющей частоту употребления коммуникативов как вообще, так и их отдельных форм и конструкций. Мы предлагаем широкую трактовку коммуникативов, включив в этот класс синтаксические единицы, фатические и информативные средства, выраженные с помощью релятивов и выполняющие функцию реакции. Впервые проводится детальное сравнение различных типов коммуникативов в русской разговорной речи на основе языковой игры

Недостаточная изученность языковой игры как актуальной тенденции в городской коммуникации определила основную **цель работы** – установить общие тенденции игры в сфере социальной коммуникации, а именно: в общественном транспорте и на рынке.

Объектом нашего исследования является языковая игра в устной форме, которая наиболее ярко проявляется в самых массовых сферах городской коммуникации – ситуации купли-продажи на рынке и поездки в общественном транспорте.

Несмотря на то, что в малых жанрах городского фольклора существует много негативных явлений, отраженных, в частности, в сообщениях, объявлениях, ставших непременным атрибутом маршрутных такси, – нарушение паритетности отношений, выражение агрессии, – нельзя не отметить и позитивные моменты, связанные с проявлением языкового творчества. Их наличие, жанровое своеобразие (комментарий, совет, информация) говорит о том, что в стандартную ситуацию речевого общения проникают новые, оригинальные формы выражения мыслей, намерений вступающих в коммуникацию субъектов.

В живой разговорной речи города Белгорода развиваются тенденции к проявлению творческого начала в языке. В этих случаях проявляется установка на кооперативные стратегии речевого поведения, соответствующие тактики и на нетривиальные способы из осуществления, а также на языковую игру.

В лингвистических исследованиях последних лет большое внимание уделяется феномену языковой личности и, в частности, аспекту реализации творческих возможностей индивида в использовании языковых средств. Речетворчество при этом понимается не только как проявление индивидуальности языковой личности, но и как процесс обнаружения возможностей языка, не реализованных в узусе и норме. Проблема языкового творчества предстаёт как соотношение языкового стереотипа (стандарта) и намеренного (осознанного) отклонения от этого стандарта в речевом поведении личности, что обусловлено специальной прагматической установкой речевого акта и индивидуальными возможностями говорящих в реализации потенциала языковых единиц. Одним из процессов, обнаруживающих соотношение стереотипного и творческого начал в речевой деятельности, является так называемая языковая игра.

Говорящий преследует цель достичь запрограммированного прагматического эффекта, ориентируясь на системные стереотипы, закрепленные в сознании носителей языка. Специфика языковой игры как формы речевого поведения создается установкой на определенный коммуникативный эффект, достигаемый нестандартным использованием языковых единиц, когда происходит трансформация формы и содержания языковых единиц. Эффект языковой игры, как правило, окказионален, ибо языковая игра порождает иные, чем в узусе и норме, средства выражения определенного содержания при сохранении или изменении старой формы. Языковая игра – это своего рода эксперимент, обнаруживающий скрытые резервы языка и представляющий собой одну из форм творческой самореализации личности говорящего. В отличие от языкового творчества профессионального характера, имеющего место в литературно-художественном стиле, творческое общение с языковым материалом в разговорном стиле предстает как существенная особенность речевой практики общества в целом. Установка участников коммуникативного акта не только на то, что они говорят, но и на то, как они говорят, подчеркнутое внимание к форме речи (игра со

словами) переводят разговорно-обиходный диалог из серьезной тональности в шутовую. При этом языковая игра выполняет, прежде всего, эстетическое задание: участники диалога получают удовольствие от самой формы речи. Языковая игра впервые была подробно рассмотрена Е.А. Земской, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой в коллективной монографии «Русская разговорная речь» [5]. Авторы выделяют две стихии языковой игры: балагурство и остроловие. Балагурство уходит корнями в явления народной смеховой культуры. Говорящий не ставит перед собой никаких содержательных целей, кроме одной: не быть скучным, усилить непринужденность общения, развлечь себя и собеседника, а для этого выразиться необычно. Приемы балагурства – фонетическая и морфологическая деформация слов, рифмовка, речевая маска. Остроловие касается содержания: необычная форма выражения связана с более глубоким выражением мысли говорящего и с более образной передачей содержания. Приемы остроловия – стилевой контраст, пародийное использование разных фонетических подсистем, построение необычных слов и словосочетаний, иронические номинации, цитация, каламбуры. На примерах двух сфер обслуживания – рынок и городской транспорт – мы рассмотрим некоторые приемы.

Традиционны для шутовой, озорной речи различные рифмовки слов. Часто на рынке можно услышать: *Берем лучок / бурачок*. В общественном транспорте или на заднем сидле легковых автомобилей читаем: *Не смотри на попы / а смотри на стопы*. Встречаются не просто рифмовки, а небольшие стихотворения: *Думай – не думай / Сиди – не сиди / Будь ты хоть Путин / проезд оплаты*. Интересно отметить, что с возвращением в обиходную речь таких старых жанров городской коммуникации, как устная реклама, зазывы, этот прием приобрел особую популярность. Такие устные зазывы используют клише рекламного типа, отражающие стратегию убеждения. Проиллюстрируем примерами: *Не проходите мимо / выбираем; Мужчина / остановитесь / выбирайте букет; Девушка / не проходите мимо / купите хоть что-нибудь*. Как реклама звучат такие слова: *Индийские кроссовки / фирменные / качество / дешевле, чем на рынке в два раза; Щеточки берем / совершенно не царапают* (о щетках для мытья посуды); *Вот смотрите / очень хорошо стирается / покрыт защитной пленочкой* (о скатерти); *Свеженькие / нежные / готовятся быстро* (об окорочках). Часто продавец предлагает покупателю лично

убедиться в качестве товара: *Да вот смотрите / Вы же сами видите; Я вас не обманываю / вот эти тонкие // Не знаю / как они будут после стирки // А эти / качество // Вы же видите сами* (о спортивных костюмах).

Зазывы могут быть не только в устной форме, но и в письменной. Например, табличка на пивном магазине: *Свежий пивасик и вкусный рыбасик; Самые вкусные хот-доги; Бери большие // Только не обожгись* (на киоске с горячей сдобой); *Ёлочные игрушки / почти даром*. Или большая вывеска у магазина товаров для дома: *Не проходите мимо нас / ценой порадуем мы вас*.

Переводят речь в шутливую тональность и цитаты, как правило, хорошо известные участниками коммуникативного акта. Прием цитации основывается на общности апперцепционной базы и культурного опыта говорящих. Если элементы культурного багажа не совпадают, то говорящий может не достигнуть желаемого стилистического эффекта (для слушающего такие шутливые отсылки-цитаты оказываются безадресными, информативно бедными; возможно при этом и непонимание). Приведем примеры. Наклейка над дверью в маршрутном такси: *Спокойно, Ипполит, спокойно!* (цитата из х/ф «Ирония судьбы или С легким паром!»). Очевидно, что цель такого призыва – немного развеселить и успокоить пассажиров.

Шутливое цитирование нередко сопровождается изменением самой цитаты. Особую активность обнаруживают речевые модели массовой культуры: *А какие-то они маленькие / синюшные // А раньше были белые и пушистые* (об окорочках); *Не имей сто друзей / а имей один теплый костюм; Берем / иначе / кто не успел / тот опоздал*. Наклейка на заднем стекле автомобиля: *100 € и не открываю багажник* (ссылка на телепередачу «Поле чудес», где ведущий предлагает игроку деньги при условии, что последний откажется от приказа из черного ящика). Скорее всего, это послание адресовано в первую очередь сотрудникам милиции. «Народная мудрость» над дверью в маршрутном такси: *Одна голова хорошо, а две – уже некрасиво*.

Известно, что обращение как компонент речи выполняет контактоустанавливающую функцию, является средством интимизации. Оно выражает добрые чувства к собеседнику, внимание к нему и его словам. Обращение часто заменяется или сопровождается перифразами, эпитетами с уменьшительно-ласкательными суффиксами. Можно привести такие примеры: *А. Ну // Глянь какой // Б. Три рубля? А. Да / да / ягодка моя //; А. Сколько // Б. По двадцать пять / пятьдесят /*

моя лапочка //; Минуточку / моя зая. Очень часто встречаются обращения типа: *Слушаю вас / девочки; Милая / спрашивай / не стесняйся //; Девчата берите молоко //; Девчонки / творог свежайший //; Сейчас / девочки / одну минутку //*. Причем независимо от того, один человек интересуется товаром или несколько, обращение чаще всего представлено именно во множественном числе.

В одной и той же ситуативной роли – например, пассажира, – люди ведут себя по-разному. Единственный, кто в подобных обстоятельствах ведет себя одинаково – это водитель, поскольку он – полноправный хозяин ситуации.

Частный городской транспорт (маршрутное такси) выполняет для водителя определенные социальные функции: это и место работы, и «дом на колесах». Очевидно, что большую часть своей жизни водитель проводит именно в транспорте. Поэтому каждый стремится сделать свое рабочее место максимально комфортным, даже уютным. Абсолютное большинство маршрутных такси в нашем городе имеют почти все атрибуты «настоящего жилища»: сиденья обтянуты мягким кожмитом, на окнах шторы (самых разнообразных тканей и расцветок, иногда с рюшами или бахромой) капот, прикрывающий двигатель, накрыт ковром, а иногда и завешивают заднее стекло. Маленький «салон» водителя часто украшен искусственными цветами или гирляндами, календарями, значками, вымпелами и мягкими игрушками. Часто звучит музыка, именно та, которая нравится водителю. Наконец, следуя традиции, водитель укрепляет на панели управления небольшую икону, иногда не одну – создает своеобразный «красный угол». И так, водитель – «хозяин дома на колесах». И он оказывает нам услугу: за деньги предоставляет возможность воспользоваться его личным пространством. При этом пассажиры оказываются в неравном с водителем положении. Полноценный диалог не предполагается, так как нарушается паритет его участников и уважение к каждому из них. Проявляется социальное неравноправие: пассажиры находятся в известной зависимости от водителя. В связи с этим усложняется социальная роль водителя: он не просто человек, выполняющий определенную функцию, он имеет право диктовать свои условия.

Таким образом, маршрутное такси – это часть мира водителя, его личное пространство, которое мы, пассажиры, арендуем на период поездки. Именно водитель предлагает правила поведения, иногда непосредственно, устно, а

иногда – опосредованно, с помощью расклеенных по салону указаний и комментариев.

Выбор выражений, осуществляемый отправителем сообщения, предполагает тот или иной иллюкутивный эффект, воздействует на получателя. На некоторых примерах письменных текстов мы рассмотрим способы осуществления вербального воздействия на получателя информации (в данном случае им является пассажир общественного транспорта – маршрутного такси).

Проиллюстрируем примерами. Часто расположение объявлений имеет неслучайный характер. На двери снаружи: *Всегда есть свободные места*. Та же мысль может выражаться по-другому: *Стоячих мест немеряно!!!* (орфография оригинала сохранена) – этот вариант отличается стилиевой окрашенностью. Если в первом случае сообщение стилистически нейтрально, то во втором примере явно эксплуатируется стилистически сниженная, близкая к просторечию лексика (*стоячие места, немеряно!!!*).

Большинство надписей в совокупности представляют собой свод правил, своеобразный кодекс поведения, прежде всего, пассажиров. Правила эти разнообразны и выбор их зависит в значительной мере от водителя. Можно выделить группу объявлений, носящих инструктивный характер. Эта группа выполняет побудительную прагматическую функцию. Пример: *Уважаемые пассажиры!!! Убедительная просьба:*

- мороженое и конфеты есть с оберткой
- фрукты есть вместе со шкуркой и огрызками

- пиво и водку пить вместе с бутылкой

Заранее благодарим (пунктуация оригинала сохранена).

Этот пример направлен против нарушения правил поведения пассажирами, в нем сохраняются элементы вежливого обращения, однако само содержание оставляет двойственное впечатление, поскольку за вежливой формой скрывается проявление неуважения. По сути, пассажирам предлагается употреблять в пищу огрызки и бутылки.

Приходится констатировать, что вежливое обращение *Уважаемые пассажиры* встречается крайне редко. Напрашивается сравнение с речевыми шаблонами, используемыми в московском метрополитене. Сообщения всегда начинается именно с этого обращения. Если говорить об общественном транспорте в

Белгороде, то ни в устной, ни, тем более, в письменной речи почти не встречаются подобные вежливые формулы. Как правило, в текстах объявлений, расклеенных по салону маршрутного такси, обращений нет вообще. Единственный случай употребления данной формулы встретился в приведенном контексте. Отметим примеры со стилистически нейтральной лексикой, но, тем не менее, содержащие оттенки угрозы: *Во избежание тяжелых травм крепко держитесь за поручни, а главное, своевременно оплачивайте проезд*. А в следующих примерах явно чувствуется скрытая угроза: *Не обижай водителя!* (а не то...); *Не говори мне, как ехать, а я не скажу, куда тебе идти*. Примером, иллюстрирующим высшую степень пренебрежения человеком и полное отсутствие уважения, служит следующее объявление на двери маршрутного такси: *Прежде чем войти, подумай, нужен ли ты?*

Одна из самых суровых инструкций, содержащих категорический приказ, звучит следующим образом: *Говорить – тихо, просить – скромно, платить – четко, выходить – быстро*. В этой ситуации водитель присваивает право приказывать.

Заключение

Мы заметили, что в живой разговорной речи города развиваются тенденции к проявлению творческого начала в языке. В этих случаях проявляется установка на кооперативные стратегии речевого поведения, соответствующие тактики и на нетривиальные способы из осуществления, а также на языковую игру.

В итоге можно сказать, что облекая свои пожелания в более или менее социально приемлемую форму (шутка, официальное послание), водитель, тем не менее, достаточно агрессивно настроен по отношению к пассажирам. На рынке или в магазине такой агрессии нет, более того в общественном транспорте часто проявляется, скрытая агрессия за внешне вежливой формой. Это влияет на эмоциональное состояние пассажиров. Постепенно в социуме формируется представление, что такие формы социально приемлемы, что агрессия допустима.

А использование примеров языковой игры – следствие сознательного отхода от стереотипов мышления. Оно связано с проявлением личностного начала в речи, с реализацией творческих установок на шутку, балагурство, остроумие.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Диалогическая цитация (к проблеме чужой речи) // Вопросы языкознания. 1986. №1. С. 50-52.
2. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти. Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. 190 с.
3. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. Учебник для вузов / под ред. проф. О.Я. Гойхмана. М., 1997. 421 с.
4. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Монография. – Екатеринбург, 1996. 201 с.
5. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи. Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М.: Наука, 1993. С. 90-136.
6. Китайгородская М.В., Рязанова Н.Н. Речевые одежды Москвы // Русская речь. – 1994. – №2-3. – С. 50-53.
7. Ковтун Л.С. Из истории русской разговорной речи. Русская разговорная речь. Саратов, 1970. 156 с.
8. Коновалова О.Ю. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2008. С. 196.
9. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: Флинта, 2013. 184 с.
10. Розанова Н.Н. Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М.: Прогресс. 1983. 256 с.
11. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М.: Издательство «ИКАР». 2007. 480 с.
12. Ширяев Е.Н. Культура русской речи и эффективность общения. М.: Флинта. 1996. 287 с.

References

1. Arutyunova N.D. Dialogic citation (to the problem of foreign speech) // Questions of linguistics. 1986. №1. S. 50-52.
2. Blakar R.M. Language as an instrument of social power. Language and modeling of social interaction. M., 1987. 190 p.
3. Goikhman O.J., Nadeina T.M. Fundamentals of speech communication. Textbook for universities / ed. prof. OJ Goikhman. M., 1997. 421 p.
4. Gridina T.A. Language game: the stereotype and creativity. Monograph. – Ekaterinburg, 1996. 201 p.
5. Zemskaya E.A., Kitaygorodskaya M.A., Rozanov N.N. Features male and female speech. Russian language in its functioning. Communicative-pragmatic aspect. M. : Nauka, 1993. pp 90-136.
6. Kitaygorodskaya M.V., Ryazanov N.N. Speech clothes Moscow // Russian speech. 1994. №2-3. P. 50-53.
7. Kovtun L.S. From the history of Russian speech. Russian colloquial speech. Saratov, 1970. 156 p.
8. Konovalova O. Language game in modern Russian colloquial speech. Vladivostok: VSUES Publishing, 2008. P. 196.
9. Kostomarov V.G. Russian language on the newspaper strip. M. : Flint, 2013. 184 p.
10. Rozanov N.N. Russian Speaking: Phonetics. Morphology. Vocabulary. Gesture. M. : Progress. 1983. 256 p.
11. Formanovskaya N.I. Voice interaction: communication and pragmatics. M. : "IKAR" Publishing. 2007. 480 p.
12. Shiryayev E.N. Culture of Russian speech and efficiency of communication. M. : Flint. 1996. 287 p.