

УДК 811.161.2'42'373.43

К. В. Коротич

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

**Неологізми та okazіоналізми
в комунікативних стратегіях і тактиках радянського дискурсу
(на матеріалі журналу «Перець» 1941–1945 років)**

Коротич К. В. Неологізми та okazіоналізми в комунікативних стратегіях і тактиках радянського дискурсу (на матеріалі журналу «Перець» 1941–1945 років). У статті виявлено, що інновації, які функціонували в журналі «Перець» 1941–1945 років, були одним із засобів репрезентації стратегій, спрямованих на витворення негативного образу ворога й переконування реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни. З'ясовано, що ці лексеми, репрезентуючи концепти ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ЛЮДСЬКІ ВАДИ, ВТЕЧА, КІНЕЦЬ, СМЕРТЬ, БРЕХНЯ, являли собою потужний засіб впливу на картину світу людини. Важливе прагматичне навантаження в проаналізованих одиницях несуть демінутивні суфікси, конотативне забарвлення, внутрішня форма та їх семантика.

Ключові слова: *дискурс радянської преси, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, неологізм, okazіоналізм, концепт, конотація.*

Коротич Е. В. Неологизмы и окказионализмы в коммуникативных стратегиях и тактиках советского дискурса (на материале журнала «Перець» 1941–1945 гг.). В статье показано, что инновации, которые функционировали в журнале «Перець» 1941–1945 гг., были одним из средств репрезентации стратегий, направленных на создание отрицательного образа врага и убеждение реципиента в победе СССР во время Второй мировой войны. Выяснено, что эти лексемы, репрезентируя концепты ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ НЕДОСТАТКИ, БЕГСТВО, КОНЕЦ, СМЕРТЬ, ЛОЖЬ, представляли собой мощное средство влияния на картину мира человека. Важную прагматическую нагрузку в проанализированных единицах несут деминутивные суффиксы, коннотативная окраска, внутренняя форма и их семантика.

Ключевые слова: *дискурс советской прессы, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, неологизм, окказионализм, концепт, коннотация.*

Korotych K. V. Neologisms and nonce-words in the communicative strategies and tactics of the Soviet discourse (on the material of the «Perets» magazine of 1941–1945). In the article the author showed that innovations which functioned in the «Perets» magazine of 1941–1945 were one of means of the representation of the strategies directed on the creation of a negative image of the enemy and belief of the recipient in a victory of the USSR during World War II. These lexemes represented a powerful means of influence on the picture of the world of the person, representing the concepts ACTIVITY OF THE PERSON, HUMAN SHORTCOMINGS, FLIGHT, END, DEATH, LIE. Diminutive suffixes, connotation colouring, an inner form and its semantics have important pragmatic loading in the analysed words.

Key words: *discourse of the Soviet press, communicative strategy, communicative tactics, neologism, nonce-word, concept, connotation.*

У сучасній українській лінгвістиці спостерігаємо посилену увагу до вивчення неологізмів і okazіоналізмів на найрізноманітнішому матеріалі: мові прозових і поетичних текстів (І. Бабій, Н. Вовчук, Г. Вокальчук, Н. Гаврилюк, В. Герман, Л. Гливінська, О. Жижома, А. Загнітко, А. Калетнік, С. Клімович, Ж. Колоїз, О. Копусь, І. Лонська, Д. Мазурик, І. Муромцев, І. Ніколайчук, Л. Павленко, Л. Пашко, І. Принцевський, Н. Сологуб, Л. Старовойт, Г. Сюта, О. Тимочко, Т. Юрченко), публіцистики й масової інформації (О. Клещова, Ж. Колоїз, Д. Мазурик, С. Лук'яненко, Л. Павленко, О. Стишов, О. Турчак). Лексико-семантичні й словотвірні інновації фіксують і досліджують у лексикографічному (Г. Віняр, Г. Вокальчук, Є. Карпіловська, Л. Кислюк, Ж. Колоїз, Д. Мазурик, А. Нелюба,

Л. Оліфіренко, Л. Струганець, О. Тимочко, Л. Пашко, Л. Шпачук), стилістичному (Н. Данилюк, С. Єрмоленко, Н. Клименко, Ж. Колоїз, Л. Пашко, В. Русанівський, Т. Юрченко), нормативному (Є. Карпіловська, Н. Клименко, Л. Струганець), дериваційному (Г. Віняр, Н. Гаврилюк, В. Ковальов, Ю. Касім, О. Косович, Л. Кислюк, Ж. Колоїз, С. Лук'яненко, О. Муромцева, А. Нелюба, І. Олійник, І. Самойлова, О. Тимочко, Н. Тропіна, О. Турчак, А. Янков), когнітивному й лінгвокультурологічному (І. Андрусак, В. Калашник, Н. Лисецька, Н. Наумова, А. Смерчко), функціонально-прагматичному (Ю. Зацний, Є. Карпіловська, Л. Компанцева, Н. Лисецька, А. Янков) та багатьох інших аспектах. Причому щоразу з появою новою лінгвістичної парадигми неологізми осмислюються по-іншому.

Так, із розвитком комунікативної лінгвістики мовні засоби різних рівнів починають розглядати як елемент лінгвальної репрезентації мовленнєвих жанрів та комунікативних актів, стратегій і тактик, що дозволяє ефективно будувати різноманітні висловлювання та одержувати нові знання про природу спілкування, структуру й закономірності організації мовного коду в комунікації [1:8–9]. Тому видається актуальним з'ясувати прагматичне навантаження й роль лексичних інновацій у комунікативних стратегіях і тактиках радянського дискурсу, які, наскільки нам відомо, ще не були розглянуті в такому ракурсі. Тому завданнями роботи є: 1) виокремити показові інновації, які функціонували в текстах журналу «Перець» 1941–1945 років; 2) з'ясувати, які концепти репрезентували ці одиниці та елементами мовного оформлення яких комунікативних стратегій і тактик вони були; 3) визначити прагматичне навантаження аналізованих інновацій.

Матеріал для дослідження дібрано з українського журналу «Перець»¹ (П) 1941–1945 років, у якому за часів війни функціонував ряд показових для радянського дискурсу комунікативних стратегій і тактик, передусім пропагандистських і контрпропагандистських, які стали предметом нашого розгляду в раніших роботах [4; 5]. Цього разу у фокусі нашої уваги перебувають стратегії, важливим елементом лінгвальної репрезентації яких є неологізми та okazіоналізми, що являють собою як оніми, так і апелятиви.

Зasadничим положенням нашої роботи є думка про те, що аналіз мовних засобів дозволяє виявити концептуальні структури, які адресат прагне сформувати у свідомості адресанта, з'ясувати способи модифікації його картини світу, тому виділення концептів, актуалізованих численними неологізмами й okazіоналізмами часів німецько-радянської війни в тоталітарному дискурсі, та комунікативних стратегій і тактик, у яких ці інновації беруть участь, дає можливість дослідити, які ж фрагменти мовної картини світу, відображеної в дискурсі радянської преси, зазнавали змін під впливом пропаганди.

Проаналізувавши журнал «Перець» 1941–1945 років, ми виявили, що його мова в той час почала демонструвати значну кількість нових — переважно іншомовних — одиниць та елементів: як лексем, так і морфем, — що

репрезентують концепти ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ й ЛЮДСЬКІ ВАДИ з концептосфери ЛЮДИНА, а також концепти ВТЕЧА, КІНЕЦЬ, СМЕРТЬ, БРЕХНЯ. Екстралінгвальна причина появи таких одиниць зрозуміла: війна СРСР і Німеччини. Для забезпечення перемоги не тільки зброєю, але й словом радянська пропагандистська машина застосовувала комплекс стратегій, спрямованих на витворення непривабливого образу ворога. Причому тип видання, звичайно ж, впливав на використання мовні засоби. Так, у часописах загальної тематики (наприклад, газетах «Комуніст», «За радянську Україну»; журналах «Дніпро», «Радянський Львів») домінували стратегії, які показували «знелюднення» ворога, і основним мовним засобом їх реалізації була зооморфна метафора (на зразок *смертельно поранений фашистський звір, підбитий і зацькований фашистський звір* [3:104]). Натомість у гумористичному журналі «Перець» арсенал і комунікативних стратегій, і мовних засобів їх репрезентації був значно різноманітнішим та дієвішим.

Пропонована в цьому виданні лінгвальна картина світу була, на відміну від інших радянських часописів, значно «живішою», зрозумілішою й доступнішою мовою читацькій аудиторії, що дозволяло більш ефективно на неї впливати. До чинників, що забезпечували дієвість впливу на свідомість реципієнтів, належали комізм зображуваного, адже сміх є надзвичайно сильною емоційною реакцією, яка позбавляє страху; народна мова, що викликає довіру до джерела інформації й забезпечує порозуміння (недарма кажуть: «Ми говоримо однією мовою»); потужний зв'язок із закоріненою у свідомості народною картиною світу, оскільки чимало перчанських текстів ґрунтуються на фольклорі.

Аналізуючи інноваційні лексеми та елементи в дискурсі журналу «Перець», ми з'ясували, що журналісти переважно використовують їх у комунікативних стратегіях, спрямованих на витворення негативного образу ворога й переконування реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни.

Так, у мовному оформленні тактики показу слабкості ворога, що реалізує обидві названі стратегії радянського пропагандистського дискурсу, важливу роль відіграють інновації, утворені за допомогою демінутивних суфіксів. Неологізми *фюреренята* та *геббельсенята* утворені від німецьких із походження твірних основ на позначення осіб ви-

¹ Цитати наводимо відповідно до правопису й пунктуаційного оформлення оригіналу.

сокого державного рангу — *фюрера* й *Геббельса* — за допомогою суфікса *-ен'* і позначають їхніх прибічників та солдатів.

У цих інноваціях наявна енантіоконотемія, яку створюють конотовані корінь і суфікс. Значущість фашистських ідеологів, акцентовану твірною основою, знімає демінутивний суфікс, наголошуючи на їх незначності. Цікаво, що такі новотвори виражають сталу оцінку супротивника протягом усіх періодів війни, адже вживаються як на її початку, так і наприкінці. Порівняймо, наприклад, контексти від літа 1941 року та січня 1945 року

Ти дофюрерився до того, що скоро й **фюреренят** не позбираеш... [П. — 1941. — № 5. — С. 3]

і

Товариші гумористи, шукайте нових тем, бо в 1945 році я навіки заберу від вас Гітлера з усіма **геббельсенятами** [П. — 1945. — № 1. — С. 5],

причому перший контекст узято зі стилізованої епістоли українського народу Гітлерові, написаної на основі широковідомого листа запорожців турецькому султанові. Номен *фюреренята* з наведеного вище фрагмента в перчанському посланні є одним із цілої градації інвективних мовних засобів (на зразок *фашистський пес*, *тричі світом проклятий*; *кривавий шакал* та ін. [П. — 1941. — № 5. — С. 3]), що мали значний перлокутивний ефект переконування в перемозі та створення негативного відразливого образу ворога, який на мовному рівні забезпечується рядом негативнооцінних експресивних одиниць, котрі дають полегшення сильним виявом емоцій (психологічний рівень), на інтертекстуальному — відсиланням до відомого епістолярного зразка, а на когнітивному — апеляцією до знань про перемогу українських козаків у скрутних ситуаціях.

Нетиповий для української мови варіант німецького імені Fritz — *Фріцуня* — зі зменшено-пестливим суфіксом *-ун'* є засобом реалізації тактики показу кінця німецької армії, її поразки (стратегія переконування реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни). Адже в журналі «Перець» для того, щоб наочніше переконати читача в правдивості зображуваного, часто використовували прийом введення так званого «псевдонімецького дискурсу», тобто показу подій або розповіді про них від імені фашистських лідерів чи німецьких вояків [4]. Так, в одному з до-

писів від 1943 року розказано про двох німецьких солдатів, які, переконавшись у неодмінному розгромі німецької армії, вирішили тікати, аби уникнути загибелі, а щоб уникнути покарання за дезертирство, імітували власні могили. У статті насамкінець для переконливості показано емоції солдат після псевдопохорону:

Руді... побачивши перед собою друга, розчулений кинувся йому на груди. — Прощай, друже, прощай, **Фріцуню**, — сказав і ревно заплакав, — не поминай лихом [П. — 1943. — № 20–21. — С. 3].

Як бачимо, тут зменшене ім'я, вкладене в уста чоловіка, солдата й — що найважливіше — німця, який добре обізнаний із ситуацією у своєму — ворожому для СРСР — стані, має переконувати реципієнтів у комплексі з іншими засобами в неодмінному швидкому закінченні війни.

Інша група новотворів так само покликана переконати у швидкій перемозі СРСР фашистської Німеччини. У дописі, який коментує військові події зими 1945 року, читаємо:

Сильно дуже тренірована у фашистів армія: подумайте самі, за 40 день наступу (січень–лютий 1945 р.) лупонуть на 570 кілометрів од Варшави аж до Одера. Це вже не простий вам драп, а драп державний, **райхсдрап**... <...> Що значить такий драп: узяв та й побіг? Примітив! Сучасна, передова армія так драпать не може, вона може тікати тільки за останнім словом військової техніки. Вона так і робить: зразу ж винайшли так звані пересувні доти, доти на колесах, — «**драпдоти**». Чудо техніки: сів у дот і драпай [П. — 1945. — № 3–4. — С. 4].

У наведених фрагментах фіксуємо інновації *райхсдрап* і *драпдот*, утворені складанням слів, що вдало вписується в німецькі словотвірні моделі та є умілою стилізацією іншомовних термінів. Такі псевдотерміни, вербалізуючи стратегію переконування реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни, маніфестують концепт ВТЕЧА, актуалізуючи його у свідомості реципієнтів і переконуючи у швидкій поразці німецької армії.

Цій же меті підпорядковані репрезентанти концептів КІНЕЦЬ і СМЕРТЬ: okazіоналізми *ГЕСТАПОкійники*, *капутуляція*, *Помиранія*, *помиранський* (від топоніма *Померанія*), — які виникли внаслідок мовної гри накладанням слів на основі контамінації. Якщо ж використовувати термінологію Ю. Касіма,

ці одиниці є накладними композитами, що виникли внаслідок неморфемного взаємонакладання поєднаних основ [2:90]. Посилують прагматичний ефект інтенсифікація семантики в слові *капитуляція* (адже *капітулювати* означає «здатися, припинити опір, погодитися з вимогами переможця» [7:501]; нім. *kaputt* — розбитий, зламаний, зіпсований [8:179]; розірваний; той, який пропав; загіблий [6:206]), відчитування у їхній внутрішній формі ключових німецьких слів тієї доби — *капут* і *Гестапо*, а також на психологічному рівні апеляція до сильних емоцій різного плану, які завжди викликає сильна небезпека (лексема *Гестапо*) і смерть (слова *Помирання*, *помиранський*):

Між Штеттіном і Данцігом у **Помиранському** котлі доварювалися останні німецькі дивізії разом із танками, мотопіхотою і **помиранським** фолькштурмом [П. — 1945. — № 3–4. — С. 3].

Цікавою групою інновацій, яка показує кінець, крах на побутовому рівні, дозволяючи побачити становище німців ізсередини, є лексеми з першою частиною *ерзац* (від нім. *Ersatz* — заміна; сурогат [8:118]): *ерзац-кава*, *ерзац-картопля*, *ерзац-хліб* (так само утворені за типовими німецькими словотвірними моделями):

Сутужно було Карлові Сукенцуцке годувати свою родину: не завжди вистачало **ерзац-кави**, **ерзац-картоплі** й **ерзац-хліба**, хоч Карл Сукенцуцке стоїчно вистоював у чергах, сяк-так годуючи старих та **сліпо-безного-безрукіх** [онуків, які повернулися каліками з фронту, — *К. К.*]. Вдарила **понадтотальна** мобілізація. Не врятували Карла Сукенцуцке ні німецька дружина, ні **сліпо-безного-безрукі** онуки: Карл Сукенцуцке солдат! [П. — 1945. — № 1. — С. 3].

У цьому ж контексті фіксуємо інновацію *сліпо-безного-безрукі*, яка посилює відчуття краху фашистської Німеччини, оскільки спосіб її творення полягає в нанизуванні основ прикметників зі значенням фізичних вад, одержаних унаслідок поранення (як ми дізнаємося з попереднього контексту) молодими людьми, що було типовим явищем на той час. В аналізованій стратегії переконування реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни бере участь й оказіоналізм *понадтотальний*, префікс якого (*понад-*) інтенсифікує семантику твірної основи «повний, усеосяжний, загальний» [7:899] і показує в комплексі з іншими одиницями немину-

чість поразки Німеччини, на що й спрямований прагматичний вплив стратегії.

Уживані в журналі «Перець» антропоніми — німецькі та псевдонімецькі прізвиська — також є оказіональним явищем для системи української мови. Вони можуть бути як власне німецькими з походження, так і містити поряд із німецькими елементами слов'янські. Ці прізвиська передусім беруть участь у мовленнєвому оформленні тактики дискредитації ворога (стратегія витворення негативного образу ворога), оскільки прозора внутрішня форма антропонімів має вказувати за задумом журналістів на людські вади, негативні риси характеру й поведінки, зовнішнього вигляду. Переважно ці прізвиська являють собою промовисті імена, які номінують і водночас характеризують узагальнені типи ворогів за різними ознаками, що дискредитують ворога (*Драпман*, *Плаксман*, *Кретінгер*, *Шпигунер*, *фон-Бандітман*, *фон-Грабенбург*, *Хапбург*), викликають відразу (*Брюхер*, *Блошке*, *Глиштток*, *Швайнкоф*) або сміх (*Пумпель*, *фон-Муркет*), актуалізуючи концепти ЛЮДСЬКІ ВАДИ й ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ та засвідчуючи їх деталізацію щодо ворога. Розгляньмо прагматичне навантаження найпоказовіших одиниць у таких контекстах:

Невеличке містечко було зайняте німцями після кровопролитних боїв. І хоч з двох полків лишилось в живих ледве дві роти, воєнні дії поновилися з новою силою, щойно рота, якою командує **фон-Бандітман**, закріпилась на вигідному рубежі — біля двох гастрономічних і одного спиртогорілчаного магазину. Капрал **Кретінгер**, який пішов у розвідку першим, доповідав своєму начальнику: — Магазин — перший сорт. На полицях консерви, сири, ковбаси і сосиски, справжні свинячі сосиски, які так любили і навіть їли наші предки. <...> **Бандітман** зійшов на горбок і підніс до очей бінокль. «Бачу, так-так, вивіски». — І він за звичкою вигукнув: — Вперед, орли, знищувати ковбасу, бички в томаті, померанцеву горілку! Вперед! <...> В цей час у містечко вступала друга рота під командою **фон-Грабенбурга**. — От, негідники, не зачекали навіть! Ну, нічого, ми ще подивимось, кому краща частка дістанеться, — гнівався роздратований вояка [П. — 1941. — № 6. — С. 3];

Капрал **Хапбург** вибіг з універмагу з великим клунком мануфактури і галантереї [П. — 1941. — № 9. — С. 3].

Як бачимо, у наведених прикладах прізвиська *фон-Бандітман*, *фон-Грабенбург* і *Хап-*

бурж, виступаючи засобом характеротворення, називають ворогів за їх злочинною діяльністю й цим посилюють прагматичну спрямованість контексту, у якому втілена тактика дискредитації німецьких солдатів і офіцерів. Або в контексті про втечу німецьких вояків, передісторія якого розказана вище

“Тут поховані два **хоробрих** солдати III імперії — Руді **Драпман** і Фріц Веркер, що розгубили всі свої надії на полях України...” Дописавши [напис на хресті — К. К.], німці викопали могилку, встромили туди березовий хрест і, оглядаючись, почимчикували туди, де заходить сонце» [П. — 1943. — № 20–21. — С. 3)],

промовисте ім'я **Драпман** контрастує з назвою в дописі ознакою його господаря (**хоробрий**), водночас і дискредитує його в такий спосіб, і переконуючи реципієнта у швидкій поразці німецької армії, якщо з неї вже дезертирують солдати. Так само елементом стратегії витворення негативного образу ворога є промовисте ім'я **Гусак-фон-Гузак**

Барон **Гусак-фон-Гузак** довго доводив українським селянам, що вони — низька чернь, а він, як то кажуть, навпаки, бо має нордичну возвишену душу [П. — 1943. — № 18. — С. 7)].

Комізм виникає внаслідок енантіокономії внутрішньої форми антропоніма, утвореного за допомогою елемента *фон*, котрий має вказувати на шляхетне походження його власника, та двох паронімічних словотвірних основ, які позначають «низькі» реалії, що аж ніяк не мають асоціюватися з дворянами.

Крім антропонімів, у стратегії витворення негативного образу ворога використовували й апелятиви, утворені за допомогою німецької лексеми *ober* — головний, вищий, верховний [8:223]; старший, що у складних словах означає «старший за посадою» [7:682]. Утворені за цією моделлю інновації *обер-гангстер*, *обер-бандит*, *обер-кат* і *обер-брехун* позначали А. Гітлера (перші три лексеми) і Й. Геббельса: наприклад,

Обер-гангстер Гітлер, готуючись до бандитського нападу на Радянський Союз,

добре знав усі якості свого союзника Муссоліні [П. — 1945. — № 3–4. — С. 4].

До того ж, номен *обер-брехун* на позначення Геббельса як міністра пропаганди бере участь у реалізації стратегії викриття неправдивості інформації, яку подає противник. Втілення цієї стратегії внаслідок актуалізації у свідомості реципієнта концепту БРЕХНЯ забезпечували також утворені на основі мовної гри номени *НІБито* (скорочено від *Німецьке інформаційне бюро*) та *«Пелькішер Брехобахтер»* замість *«Фолькішер Беобахтер»* (нім. *«Völkischer Beobachter»*; назва газети Націонал-соціалістичної німецької робітничої партії, яка відзначалася вільним поводженням із фактами), що відразу нівелювало всю цінність і достовірність інформації, одержаної із цих джерел (про що ми докладніше та в дещо іншому ракурсі писали в [4]).

Проаналізувавши найпоказовіші інновації, констатуємо, що неологізми й okazіоналізми, які функціонували в журналі *«Перець»* 1941–1945 років, були одним із засобів репрезентації стратегій, спрямованих на витворення негативного образу ворога й переконання реципієнта в перемозі СРСР під час Другої світової війни, а також викриття неправдивості інформації, яку подає противник, із тактиками показу слабкості ворога; показу кінця німецької армії, її поразки; дискредитації ворога. Ці лексеми, репрезентуючи концепти ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ЛЮДСЬКІ ВАДИ, ВТЕЧА, КІНЕЦЬ, СМЕРТЬ, БРЕХНЯ та показуючи динаміку в їх лінгвальному вираженні часів радянсько-німецької війни, являли собою потужний засіб впливу на свідомість реципієнтів і зміни в їх картині світу. Важливе прагматичне навантаження в проаналізованих одиницях мають демінутивні суфікси, конотативне забарвлення, внутрішня форма й семантика інновацій та їх твірних основ.

Перспективами подальшої роботи є вивчення ролі та прагматичного навантаження лексико-словотвірних інновацій у комунікативних стратегіях і тактиках інших періодичних видань.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підруч. / Ф. С. Бацевич. — К. : Академія, 2004. — 344 с. — (Альма-матер).
2. Касім Ю. Ф. Про деякі специфічні прийоми утворення okazіоналізмів в українській радянській гумористичній / Ю. Ф. Касім // Українське мовознавство : міжвідомчий наук. зб. — 1973. — Вип. 1. — С. 88–93.

3. Коротич К. В. Асоціативно-семантичне поле «безпека / небезпека» в дискурсі української преси ХХ—ХХІ століть : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Коротич Катерина Володимирівна. — Харків, 2007. — 221 с.

4. Коротич К. В. Контрпропагандистські стратегії і тактики в радянському дискурсі 1941—1945 років / Коротич К. В. // Українська мова серед інших слов'янських : етнологічні та грамати-чні параметри : [матеріали Міжнар. наук. конф.] (Кривий Ріг, 5—6 листопада 2009 р.). — Кри-вий Ріг : Видавничий дім, 2009. — С. 27—33.

5. Коротич К. В. Про стратегію переконування в радянському дискурсі часів війни 1941—1945 рр. / К. В. Коротич // Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. Сер. : Лінгвістика і літературознавство. — 2009. — Вип. ХХІІ. — С. 403—407.

6. Романов С. Д. Большой современный немецко-русский, русско-немецкий словарь : 160 000 слов / С. Д. Романов. — Донецк : БАО, 2003. — 640 с.

7. Словник іншомовних слів / Уклад. : Л. О. Пустовіт та ін. — К. : Довіра, 2000. — 1018 с.

8. Deutsch-ukrainisches, ukrainisch-deutsches Wörterbuch Уклад. [: З. О. Басанець, В. Н. Бублик, О. В. Двухжилов та ін. ; за ред. Е. І. Лисенко]. — К. : Академія, 1997. — 736 с.

УДК 811.161.1'42:14

Т. Ф. Фильчук

Харьковский университет имени В. Н. Каразина

Теоретические основы изучения феномена языковой игры

Фильчук Т. Ф. Теоретичні засади вивчення феномену мовної гри. Характерною особливістю сучасної культурної парадигми є використання «чужого» слова, орієнтація на копіювання, пародіювання, гра тими чи іншими текстовими формами. У статті розглядаються теоретичні засади, сутність категорії гри (зокрема мовної), лінгвістичні засоби мовної гри, її текстотвірний потенціал; визначається специфіка ігрових прийомів у ЗМІ з точки зору їх структури.

Ключові слова: *мовна гра, інтертекстуальність, прецедентний текст, прецедентний феномен, заголовок.*

Фильчук Т. Ф. Теоретические основы изучения феномена языковой игры. Отличительной особенностью современной культурной парадигмы является использование «чужого» слова, ориентация на копирование, пародирование, игра различными текстовыми формами. В статье рассматриваются теоретические основы, сущность категории игры (в частности, языковой), лингвистические средства языковой игры, ее текстообразующий потенциал; определяется специфика игровых приёмов в СМИ с точки зрения их структуры.

Ключевые слова: *языковая игра, интертекстуальность, прецедентный текст, прецедентный феномен, заголовок.*

Filchuk T. F. Theoretical bases of language game's phenomenon. The author shows that the distinctive feature of modern cultural paradigm is a using of «another's» word, orientation on copying and parodying, juggling with different textual forms. In the article theoretical bases, essence of game category (in language meaning as well), linguistic means of a language game with its potential of creating texts are considered; specifics of game receptions in mass media from the point of view of their structure are defined.

Keywords: *language game, intertextuality, case text, case phenomenon, heading.*

В современной лингвистике явление языковой игры изучается в рамках антропоцентрической парадигмы, которая рассматривает факты языка в непосредственной связи с его носителями. Языковая игра является важным компонентом русской языковой действительности.

Цель данной статьи состоит в определении теоретических основ феномена языковой игры.

Языковая игра является одним из основных принципов современной мыслительной системы, для которой характерен взгляд на текст как особое саморазвивающееся явление, в котором реализуется множественность смыслов текста. Именно языковая игра, основанная на определенных языковых категориях, участвует в «снятии» такой установки,