

ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТЬ И ЯЗЫКОВАЯ ИГРА: ПОЧЕМУ ВОЗНИКАЕТ КОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ?

К. М. Шилихина, Е. А. Паньин

Воронежский государственный университет

LINGUISTIC CREATIVITY AND LANGUAGE PLAY: WHEN AND WHY IS HUMOUR CREATED?

K. M. Shilikhina, E. A. Pagnin

Voronezh State University

Аннотация: в статье рассматривается феномен лингвокреативности в связи с понятием языковой игры. Лингвокреативность – способность носителя языка модифицировать языковые средства или создавать новые языковые знаки для переосмысления содержания языковых знаков и/или создания образов. Одним из проявлений лингвокреативности является языковая игра – сознательное использование языковых средств, в результате которого целенаправленно возникает определенная языковая аномалия. Цель исследования заключается в сопоставлении случаев использования языковой игры в разных типах и жанрах текстов, в результате которой возникает либо не возникает комический эффект, и предложить объяснение, почему в ряде случаев языковая игра может быть интерпретирована только по правилам *bona fide* либо *non-bona fide* модуса коммуникации. Материалом исследования послужили рекламные слоганы, стихотворения, тексты юмористических миниатюр и сценарии фильмов. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что интерпретация творческого использования языковых средств осуществляется в *bona fide* модусе, если, несмотря на аномальность, эти языковые средства не противоречат контексту семантически или прагматически. Если же такие противоречия возникают, языковая аномалия может быть интерпретирована по правилам *non-bona fide* модуса дискурса.

Ключевые слова: лингвистическая креативность, языковая игра, окказионализмы, лингвистические аномалии, комический эффект.

Abstract: the article examines the phenomenon of creativity, in particular, linguistic creativity, as well as the concept of language play. Language creativity is understood as the ability of language speakers to modify or create language means to refill language signs with new meanings or to create literary images. One of the manifestations of linguistic creativity is language play – the conscious use of language means, as a result of which a certain linguistic anomaly is purposefully created. The aim of the study is to compare the cases of using a language play in different types and genres of texts, as a result of which a comic effect arises or does not arise, and to offer an explanation why in some cases such creative language play can be interpreted only according to the rules either of the *bona fide* or *non-bona fide* mode of communication. The research is based on the analysis of advertising slogans, poems, texts of humorous miniatures and film scripts. The analysis allows us to conclude that the interpretation of the creative use of language means is carried out in the *bona fide* mode, if, despite the anomaly, these linguistic means do not contradict the context in semantic or pragmatic terms. If such contradictions arise, the linguistic anomaly can be interpreted according to the rules of the *non-bona fide* mode of discourse.

Key words: linguistic creativity, language play, nonce words, linguistic anomalies, humour.

Введение

В данной статье мы рассмотрим понятие лингвистической креативности, обратимся к его истокам,

отметим основные критерии и способы проявления лингвокреативности в речевой деятельности носителей языка. Актуальность исследования обусловлена

© Шилихина К. М., Паньин Е. А., 2025



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

особым вниманием к проблеме лингвистической креативности в связи с изучением языкового сознания и, шире, общих когнитивных способностей человека. На сегодняшний день отсутствует общепринятое определение лингвокреативности, не до конца прояснены механизмы ее действия, не всегда понятно, где проходит граница между творческим и нетворческим использованием языка [1]. Несмотря на имеющийся большой теоретический и прикладной опыт исследований лингвокреативности, по-прежнему остается ряд нерешенных вопросов, требующих осмысления, например, как формируется и развивается способность к творческому использованию языка, как воспринимается и оценивается творческое использование языка в дискурсе, какие коммуникативные эффекты возникают в результате креативной коммуникации [1; 2].

Основным вопросом данного исследования является вопрос о том, в каких случаях в результате творческого использования языка возникает комический эффект. Существующие исследования, как правило, фиксируют либо факты творческого языка, либо рассматривают способы создания юмора и иронии, но не отвечают на вопрос, почему иногда языковая игра позволяет создавать сложные образы, но это не приводит к возникновению комического эффекта, а в других случаях в результате языковой игры возникает юмор. Соответственно, возникает вопрос, что позволяет носителям языка при интерпретации языковой игры в ряде случаев переходить из *bona fide* модуса коммуникации в *non-bona fide* модус? Что является «триггером» такого перехода?

Лингвистическая креативность давно привлекает внимание как зарубежных, так и отечественных исследователей [1–4]. Обращаясь к истории изучения лингвокреативности, исследователи указывают, что корни интереса к нетривиальному использованию языка лежат в работах Р. Jakobsona и других представителей русского формализма [1; 5]. В работах Jakobsona по поэтике появляются два важных понятия – параллелизм (повторяющиеся фрагменты, которые помогают предсказывать последующие единицы текста) и девиации (внезапные отклонения от ожидаемого) [5; 6]. Исследования формалистов сосредоточены преимущественно на поэтических текстах.

В зарубежной лингвистике ряд исследователей связывает возникновение понятия лингвистической креативности с работами Н. Хомского: в рамках его теории языковая креативность понималась как способность создавать все грамматически возможные высказывания [7], что сводило понимание творческого использования языка к умению применять систему правил для порождения бесконечного числа грамматически правильных высказываний [8].

В дальнейшем трактовка лингвокреативности как исключительно синтаксической способности была отвергнута; вместо нее было предложено более широкое понимание этого явления, уже с позиций семантико-когнитивного подхода. Сегодня творческое использование языка определяется преимущественно как *когнитивная* способность создавать новые способы выражения смыслов на основе уже имеющейся знаковой системы [9]. Как указывает М. И. Киосе, «необходимость реконструкции когнитивно-семиотических оснований лингвокреативности обусловлена значимостью данного феномена не только для языкового конструирования, но и для конструирования знаний о мире» [4, с. 39]. Необходимо, однако, отметить, что если зарубежная лингвистика сосредоточена на изучении именно *новых* единиц, то в отечественных работах по лингвокреативности фокус внимания в основном сосредоточен не на процессе создания новых единиц, а на изучении нестандартного использования существующих языковых единиц и языковых аномалий [10; 11].

Целью данного исследования является анализ лингвокреативности, основанной на языковой игре, поскольку этот вариант творческого использования языка приводит не только и не столько к созданию образов, но к смене модуса коммуникации – с *bona fide* на *non-bona fide*. Иными словами, такая лингвокреативность связана с вопросом о возникновении комического эффекта как результата творческого использования языка.

Материалы и методы исследования

Источниками данных для анализа послужили 100 рекламных слоганов, сценарии кинофильмов, поэтические тексты, а также юмористические рассказы М. М. Жванецкого и Славы Сэ. В ходе исследования использовались методы контекстного, семантического и дефиниционного анализа.

Обсуждение результатов

Сегодня *креативность* как *творческая способность* изучается представителями различных наук: психологами, философами, когнитивистами, лингвистами. Так, в психологии под креативностью предлагают понимать творческие способности индивида, проявляющиеся в способности порождать необычные идеи, отступать от традиционных схем мышления [12]. В рамках философского подхода креативность связывается со способностью человека видеть проблему или ситуацию новым, необычным способом [13].

В процессе изучения креативности психологи предлагают использовать различные наборы критериев для определения границ креативного поведения. Так, по мнению Х. Е. Трик, основными критериями

креативности в ее операционально-ассоциативном ключе выступают способность к установлению отдаленных ассоциаций (оригинальность), способность выделить функцию объекта и предложить ее новое использование (семантическая гибкость), способность изменить форму стимула так, чтобы придать ему новый смысл (образная адаптивная гибкость), способность продуцировать разнообразные идеи в сравнительно не ограниченной ситуации (спонтанная семантическая гибкость) [14].

В качестве основных критериев креативности Д. В. Богоявленская выделяет *беглость* (способность порождать большое количество идей применительно к поставленной задаче), *гибкость* (способность порождать разнообразные идеи) и *оригинальность* (способность порождать нестандартные идеи). При этом самым показательным критерием при определении коэффициента креативности, согласно Д. В. Богоявленской, считается оригинальность – способность продуцировать не имеющую аналога и обладающую нестандартностью творческую мысль [15].

При этом нестандартность творческой идеи может быть как естественной, так и искусственно стимулируемой (например, при создании текстов). В этом отношении принято противопоставлять «наивную» креативность ребенка и «культурную» креативность взрослых. У взрослых людей с развитым интеллектом формируется культурная креативность – осознанное стремление уйти от обыденности и устоявшихся шаблонов.

Из общего понятия креативности вытекает понятие лингвистической креативности, которым обозначают умение *homo loquens* видоизменять языковые средства в целях создания определенного эффекта, например, для создания художественных образов или комического эффекта, а также придания экспрессии или выражения индивидуальности. Лингвистическая креативность представляет собой нетривиальный подход носителя языка к использованию уже существующих языковых единиц. Пространство языкового креатива обнаруживается в разных видах лингвокреативной деятельности носителей языка, что проявляется как в создании «прецедентов новизны» (например, в сфере художественного творчества), так и в способности к реализации креативной идеи в прагматических целях (например, применение креативных языковых «техник» в сфере рекламной коммуникации). Это дает основание для выделения лингвистики креатива как области изучения разных форм проявления вербальной креативности [16].

Источником лингвокреативности принято считать оригинальность и нестандартность речевых действий ребенка на ранних этапах развития. Творчество в речи ребенка – это проявление креативности компенсаторного типа, которая восполняет дефицит когнитивно-

го и языкового опыта при реализации коммуникативных и познавательных потребностей. При этом данный вид креативности имеет не только прагматическую направленность, но и обнаруживает способность ребенка к осознанному нарушению языковых норм при создании собственных версий уже существующих вербальных знаков (не имеющих аналогов номинаций), что воспринимается взрослыми носителями языка как своего рода игра на языковом поле. Инновации в речи ребенка (семантические, лексические, грамматические) позволяют находить решения в ситуации языкового и когнитивного дефицита.

Л. Витгенштейн, рассматривавший «язык и все связанные с ним виды деятельности» как «совокупность языковых игр», не случайно сравнивал механизм этих игр с тем, «как дети усваивают язык» [17, с. 372]. Механизмы лингвокреативного мышления взрослых носителей языка имеют ассоциативную природу, что предполагает способность говорящих использовать элементы уже имеющегося опыта для создания нового. В результате «языковая игра становится способом реализации креативных возможностей личности, приемом выражения скрытого подтекста, более тонким способом передачи мысли, средством демонстрации возможностей языковой системы и пределов ее расширения» [18, с. 4].

Существует множество подходов к объяснению природы языковой игры, однако отдельного обсуждения требует вопрос о том, что побуждает говорящего к ее использованию.

К основным стимулам, побуждающим к языковой игре, можно отнести:

- стремление пошутить для развлечения аудитории;
- склонность к использованию языковых аномалий на фоне знания нормы;
- потребность в эмоциональном самовыражении;
- усиление экспрессивности речи для воздействия на адресата;
- проявление творческого потенциала носителя языка [19].

Дифференциация уровней лингвокреативности может осуществляться по нескольким основаниям: например, возможно выделение уровней овладения техникой словообразования, вторичной номинации, техникой грамматических «преобразований» – синтаксических и морфологических, уровня развития семантической креативности, а также лингвокреативности на уровне текста.

Рассмотрим более подробно приемы и виды языковой игры, приводящие или не приводящие к возникновению комического эффекта. В данной работе мы будем использовать классификацию видов языковой игры, в основе которой лежит традиционная уровневая модель языка. Данная модель позволяет

выделять такие виды языковой игры, как графическая игра, фонетическая игра, морфологическая игра, словообразовательная игра, игра с сочетаемостью слов и т. д.

Графическая языковая игра

Под графической игрой понимается шрифтовая, цветовая, пространственная, пунктуационная актуализация элемента, форма которого меняется в результате языковой игры. Суть графической игры – в выделении той части слова, которая должна быть воспринята как активный элемент, формирующий оригинальный смысл.

К графической игре часто прибегают в рекламном дискурсе, выделяя наиболее значимые элементы сообщения, при этом комический эффект, как правило, не возникает. Например, в рекламном слогане банка «Найди свой *вКЛАД!*» благодаря использованию прописных и строчных букв в одном слове актуализируются и значение слова *вклад*, и значение слова *клад*. Накладываясь друг на друга, значения «вступают в игру» друг с другом с необходимым прагматическим эффектом – благодаря наложению значений слоган привлекает внимание, но поскольку оба значения ассоциируются с темой денег, семантических противоречий между ними не возникает, комический эффект не создается.

Примером графической языковой игры, создающей комический эффект, является слово «абырвалг», сказанное героем повести Михаила Булгакова «Собачье сердце» Шариковым после его «оживления» в человеческом облике. Слово «абырвалг» родилось посредством прочтения справа налево сокращенного названия Главного управления по рыболовству и рыбной промышленности Наркомпрода РСФСР – «Главрыба». Комический эффект возникает, во-первых, благодаря «обесмысливанию» слова в результате прочтения его справа налево, а во-вторых, благодаря тому, что при произнесении звучание слова отдаленно напоминает собачий лай.

Фонетическая языковая игра

На фонетическом уровне чаще всего применяются различные звуковые повторы, к которым относятся: аллитерация (повторение одинаковых или однородных согласных звуков в отрезке текста), ассонанс (повторение одинаковых гласных звуков в отрезке текста), паронимическая аттракция (использование в высказывании слов, имеющих звуковое сходство).

Пример фонетической языковой игры – реклама автомобильного бренда «Вольному – VOLVO»: паронимическая аттракция двух словоформ и интертекстуальная отсылка к выражению *вольному* – *воля* создают необходимый дискурсивный эффект, внушая аудитории, что именно автомобиль марки Volvo будет

гарантировать свободу, однако сам слоган не создает комического эффекта, поскольку не содержит семантических противоречий.

В примере ниже – хорошо известной миниатюре М. М. Жванецкого, написанной для Р. Карцева и В. Ильченко, комический эффект возникает благодаря созвучию имени и вопроса:

Вот у нас в институте произошел такой случай. Есть у нас грузин, студент, по фамилии Горидзе, а зовут его Авас, и доцент Петяев, страшно тупой. Вызывает доцент этого грузина к доске и спрашивает:

– Как ваша фамилия?

– Горидзе.

– А зовут вас как?

– Авас.

– Меня Николай Степанович, а вас?

– Авас.

– Меня Николай Степанович, а вас?

– Авас.

– Меня Николай Степанович! А вас?!

– Авас.

Так продолжалось два часа. Он никак не мог выяснить, как зовут этого грузина [20].

В основе языковой игры в диалоге лежат совпадение фонетического облика имени и вопроса и неправильное понимание ответа – омофоны некогерентны по своим прагматическим функциям. Усилению комического эффекта способствует многократное повторение реплик, показывающее, что участники диалога никак не могут разрешить эту некогерентность.

Фонетическая игра в устной коммуникации может быть связана с намеренным изменением фонетического облика слова (добавление или опущение звуков). Ярким примером служит фраза дяди Мити из фильма В. Меньшова «Любовь и голуби» – «*Инфаркт микарда! Вот такой рубец! Вскрытие показало*». Комический эффект достигается благодаря несоответствию между произносимой и правильной (ожидаемой) формой слова.

Использование несуществующих слов, у которых есть только форма, но нет значения, – еще один прием языковой игры, который, как правило, порождает комический эффект. Этим приемом часто пользовались в советских комедийных фильмах, где герои произносили целые фразы из несуществующих слов. Например, в фильме Леонида Гайдая «Кавказская пленница» герой Юрия Никулина произносит фразу «*Бамбарбия киргуду*», имитируя иностранную речь, а в фильме «Бриллиантовая рука» звучит фраза «*Цигель, цигель, ай-люлю*». Слово «Ziegel» в немецком языке означает «кирпич», но в комедии эти слова интерпретируются в контексте нехватки времени. В этом же фильме герой Андрея Миронова произносит

фразу «*Руссо туристо, облик морале*», которая не имеет ничего общего с итальянским языком, а лишь является подражанием итальянским словам.

Морфологическая языковая игра

В основе морфологической языковой игры лежит использование слова в иной морфологической категории. По своему содержанию необычная для слова грамматика развивает в тексте новые содержательные-эмоциональные эффекты.

В качестве примера игрового высказывания, ставшего прецедентным, приведем фразу персонажа Георгия Вицина из фильма «Кавказская пленница» Л. Гайдая: «*Чей туфля? Ой, моё!*». Некорректное согласование существительного по роду противоречит нашему знанию о грамматической правильности высказывания, в результате чего возникает комический эффект.

Еще один пример аналогичной языковой игры с юмористическим эффектом – словосочетание *такое Боттичелли* в примере ниже:

*Незабудкина решила, что **выпускать на лёд такое Боттичелли нельзя**. Все ведь убегут, и будет скучно* [21].

Игра с согласованием словоформ показывает, насколько важна грамматическая норма для носителей языка. Ее намеренное нарушение может быть рационально интерпретировано только как сигнал несерьезной (*non-bona fide*) коммуникации.

Языковая игра на лексическом уровне

На лексическом уровне мы рассмотрим два подвиды языковой игры: создание окказионализмов (это словообразовательная языковая игра) и нетривиальную лексическую сочетаемость (этот подвид связан с синтагматическим поведением языковых единиц).

Словообразовательная языковая игра в русском языке опирается на словообразовательные форманты: суффиксальное словообразование, префиксальное словообразование, словосложение, также могут использоваться имена лиц и аббревиатуры в качестве основы словообразовательной игры. Результатом словотворчества являются *окказионализмы* и *аномалии*.

Окказионализм – слово, образованное по аналогии и используемое только в условиях данного контекста (словарь лингвистических терминов). Благодаря окказионализмам авторский текст становится более экспрессивным и индивидуальным. Творческая природа окказионализмов очевидна, однако при каких условиях вновь созданное слово будет восприниматься как смешное?

Рассмотрим пример словообразовательной языковой игры в виде окказионализма из фрагмента стихотворения «Соблазны влаги» И. Северянина:

*Я вспомнил девушек в домах многоэтажных
И женщин с этою **озерностью** в глазах...* [22]

Окказионализм *озерность* образован от слова *озеро*, он придает образу женщин новую грань, вызывая ассоциацию *глаза – красота и глубина озера*. Интересно, что образ, созданный в стихотворении И. Северянина, не создает комического эффекта, поскольку *озерность* создает ассоциации (например, *озеро – глубина воды – глубина взгляда – цвет глаз*) без нарушения семантической целостности.

Приведем еще один пример – фрагмент стихотворения В. Полозковой:

*...Слушай, нам же приходилось вместе хохотать
до колик,*

Ты же был, тебя предъявят, если спросит контролёр?

*Я тебя таскаю в венах, как похмельный **тебяголик**,*

Всё ещё таскаю в венах. Осторожней, мой соколик.

У меня к тебе, как видишь, истерический фольклор [23].

Слово *тебяголик* – окказионализм, образованный по аналогии со словом *алкоголик*. В данном контексте комический эффект не возникает, поскольку легко интерпретируемая семантика окказионализма хорошо «вписывается» в контекст стихотворения: сочетаемость существительного с прилагательным *похмельный* и образное выражение *я тебя таскаю в венах* отсылают к ситуации зависимости, но уже не от алкоголя, а от другого человека.

Теперь посмотрим на примеры, в которых окказионализмы порождают юмористический эффект.

*Кот сначала думал, это мы ему принесли. Смотрел на нас с удивлением и благодарностью. Он с детства хотел бы **хомячатинки*** [21].

Слово *хомячатинка* создано по модели, которая позволяет образовывать названия мяса от животного. Однако в отличие, например, от *медвежатины*, *крольчатины* или *телятины*, слово *хомячатинка* вызывает смех. Здесь, на наш взгляд, несоответствие возникает на уровне здравого смысла, поскольку мы не рассматриваем хомяков как источник мяса, пригодного в пищу.

Еще один пример – это диалог из кинофильма «О чем говорят мужчины. Простые удовольствия». Один из героев фильма заходит в дорогой ресторан, оставляя троих друзей подождать на улице, при этом он произносит фразу:

– *Спокойно, я здесь **завсегдатай!**..*

Реакция тех, кто остался ждать, – ироническая оценка поведения друга – выражается в следующих комментариях:

– *Завсегдатай! Ну а я тогда... **иногдай!***

– *Ну а я вообще **никогдай!**...*

Игра с морфологической структурой слова позволяет создавать окказионализмы *иногда* и *никогда*, семантика которых в контексте фильма оказывается легко интерпретируемой: *иногда* – это человек, который посещает ресторан время от времени, *никогда* – человек, который никогда в этом ресторане не был. Наличие в русском языке слова *завсегда* (тот, кто ходит в данный ресторан часто) маркирует более редкую, необычную ситуацию, противопоставляя ее двум немаркированным, более привычным вариантам (тот, кто ходит в этот ресторан редко или вообще не ходит), что нарушает наши ожидания, и в результате возникает комический эффект.

Окказионализмы позволяют участникам диалога иронически сравнить свои возможности похода в дорогой ресторан с помощью номинаций, созданных на основе словообразовательной структуры слова *завсегда*.

Аномалии в языке в креативной лингвистике делятся на ненамеренные (оговорки и погрешности в речи) и намеренные (или авторские), которые часто выполняют определенные функции в тексте [11, с. 51].

В фильме Э. Рязанова «Служебный роман» главный герой – Анатолий Ефремович Новосельцев – в силу своей рассеянности и смущения перед Людмилой Прокофьевной Калугиной допускает следующую оговорку: «Возьмем, к примеру, опять. Они растут на пнях. Если придешь в лес и тебе повезет с пнем, то можно набрать целую гору... пней... Ой, опять...».

Слова киногероя порождают комический эффект благодаря противоречию между высказыванием и здравым смыслом: очевидно, что в лес ходят не за пнями, а за грибами.

Языковая игра, основанная на лексической сочетаемости

Суть языковой игры с сочетаемостью слов состоит в нарушении их традиционной сочетаемости с целью создания дополнительных эффектов, например комического, уходе от клишированных выражений и тривиальных формулировок.

Работаю в мелком жанре, рассчитанном на хохот в конце. Если слушатели не смеются, расстраиваюсь, ухожу в себя и сижу там [20].

В этом фрагменте текста М. М. Жванецкого благодаря каламбуру возникает противоречие между идиоматическим и прямым пониманием выражения *уходить в себя*. Фраза *сижу там* подталкивает читателя к прямому пониманию глагола *уходить* куда-либо, в то время как значение выражения *уходить в себя* – замыкаться в себе, не вступать в контакт с окружающими. Наложение двух несовместимых значений становится источником юмористического эффекта.

В фильме «Кин-дза-дза!» Г. Данелии в диалоге главных героев используется словосочетание *заднее слово*:

– *Это твоё заднее слово?*

– *Заднее не бывает!*

Данный случай является ярким примером нетривиальной лексической сочетаемости слов и морфологической языковой игры. В вопросе Би ожидаемое *последнее слово* заменяется на *заднее*; в ответе дядя Вова повторяет прилагательное, используя его в несуществующей сравнительной степени. Сочетаемое и грамматическое противоречия лежат в основе юмористического эффекта.

В рассказе Славы Сэ «Ева» в предложении «Он дарил ей аленькие цветочки, она ему оттопыренную свою губу. Вообще, губа очень ловкий орган. С широкими возможностями для самовыражения» [24] эпитет «ловкий» в сочетании со словом «орган» тоже является нетривиальным сочетанием.

Вообще, необходимо отметить, что нетривиальная сочетаемость, связанная не только с нарушениями ожиданий, но и с созданием определенных семантических противоречий – один из наиболее часто используемых приемов языковой игры в юмористических миниатюрах. Вот еще несколько примеров:

Мимика ног куда изощренней, чем лицевая. Колени выразительнее глаз. Ставя их в разные позиции, можно стесняться, дерзить, соглашаться на танец или отказываться ехать в Крым на чёрном «джипе» [24, с. 92].

Словосочетание *мимика ног* содержит семантическое противоречие, поскольку значение существительного *мимика* – движение мышц лица как выражение внутренних психических состояний – включает в себя сему «лицо». Кроме того, *мимика ног* противоречит здравому смыслу, поскольку ноги не могут выражать психическое состояние человека.

*Реальный лес оказался суровым жмотом. Подобные **весёлым** лесам, мы проскакали ельничек, потом березняк. Нашли сыроежку, и ту раздавили в драке за авторские права* [24, с. 94].

В последнем примере нетривиальная лексическая сочетаемость создает комический эффект на протяжении всего фрагмента, создавая новые ассоциации и совмещая несовместимое (например, лес характеризуется с точки зрения жадности, а это исключительно человеческая характеристика).

Заключение

Анализ языкового материала позволяет говорить о том, что языковая игра возникает как результат изменения формы языковых знаков, а комический эффект – если это нарушение сопровождается еще и нарушением баланса между формой и значением языковых знаков в высказывании. Как правило, из-

менения формы (графические, фонетические, сочетаемостные и т. д.) приводят к возникновению новых смыслов, однако далеко не всегда такие изменения сопровождаются возникновением юмористического эффекта.

Окказиональность – важнейший резерв языкового творчества. Языковая игра в *bona fide* модусе связана с порождением смыслов, которые могут дополнять друг друга (см. примеры с окказионализмами *озерность* и *тебяголик*), но могут и вносить в контекст семантические или прагматические противоречия. В таких случаях возникает юмористический эффект.

Благодаря языковой игре говорящий может устанавливать связи между несовместимыми областями знания, понятиями или идеями. Говорящий может манипулировать многозначностью слов, словосочетаний и даже высказываний, когда каждое из активируемых значений отсылает к своему набору интертекстуальных связей. «Столкновение» несовместимых областей знания порождает новые ассоциации, а если при этом адресат сообщения обнаруживает некогерентность, повышается вероятность интерпретации сказанного по правилам *non-bona fide* модуса. Отметим также, что понимание юмористической составляющей требует от адресата дополнительных когнитивных усилий, связанных с переходом из *bona fide* в *non-bona fide* модус коммуникации, потому что именно этот переход позволяет найти рациональное объяснение семантической или прагматической некогерентности, возникшей в результате языковой игры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Maybin J. Everyday language creativity // The Routledge Handbook of Language and Creativity / ed. by R. H. Jones. London ; New York : Routledge, 2016. Pp. 25–39.
2. Лингвокреативность в дискурсах разных типов : пределы и возможности / отв. ред. И. В. Зыкова. М. : Р. Валент, 2021. 564 с.
3. Зыкова И. В. Метаязык культурологии : константы и варианты. М. : Гнозис, 2017. 752 с.
4. Куосе М. И. Когнитивно-семиотические основания лингвокреативности дискурса : методика анализа // Уральский филологический вестник. 2020. № 2. С. 37–47.
5. Jakobson R. Closing statement, linguistics and poetics // Sebeok T. (ed.) Style in Language. Cambridge, MA : MIT Press, 1966. Pp. 350–377.
6. Menninghaus W., Wagner V., Schindler I., Knoop C. A., Blohm B., Friele K., Scharinger M. Parallelisms and deviations : two fundamentals of an aesthetics of poetic diction // Philosophical Transactions of the Royal Society B : Biological Sciences. 2023. Vol. 379. URL: <https://doi.org/10.1098/rstb.2022.0424>

7. Chomsky N. Aspects of the Theory of Syntax. Cambridge, MA : MIT Press, 1965. 261 p.

8. Asoulin E. The Creative Aspect of Language Use and the Implications for Linguistic Science // Biolinguistics. 2013. No. 7. Pp. 228–248.

9. Casini S. Language Creativity : A Semiotic Perspective. Lanham : Lexington Books, 2020. 192 p.

10. Козлова Л. А. Языковые аномалии как средство реализации креативного потенциала языка и их реализации в тексте // Вестник Иркут. гос. лингв. ун-та. Сер. Филология. 2012. № 2 (18). С. 121–128.

11. Ильясова С. В. Словообразовательная игра : от лингвокреативности до лингвоциничности (на материале языка современных российских СМИ) // Политическая лингвистика. 2020. № 3 (81). С. 39–45.

12. Головин С. Ю. Словарь психолога-практика. Минск : Харвест, 2007. 976 с.

13. Философский энциклопедический словарь. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/

14. Трик Х. Е. Основные направления экспериментального изучения творчества // Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, В. В. Петухова. М. : Изд-во МГУ, 1981. С. 298–304.

15. Богоявленская Д. Б. Проблемы диагностики креативности // Психологическая диагностика. 2004. № 3. С. 3–18.

16. Гридина Т. А. Лингвистика креатива – 1. 2-е изд. Екатеринбург : Урал. пед. ун-т, 2013. 369 с.

17. Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. 1985. Вып. XVI. С. 79–128.

18. Александрова Е. М. Языковая игра по правилам и без (на материале русского, английского и французского языков). М. : КДУ, 2018. 249 с.

19. Гридина Т. А. Языковая игра как лингвокреативная деятельность // Язык. Система. Личность. Языковая игра как лингвокреативная деятельность. Формирование языковой личности в онтогенезе. Екатеринбург : Изд-во УрГПУ, 2002. С. 26–27.

20. Жванецкий М. М. Собрание произведений в пяти томах. Т. 2. Семидесятые. М. : Время, 2009. 239 с.

21. Слава Сэ. Весь сантехник в одной стопке. М. : АСТ, 2014. 472 с.

22. Северянин И. Полное собрание стихотворений. М. : Альфа-книга, 2014. 1241 с.

23. Полозкова В. Стихи. URL: https://1strofa.ru/vera_polozkova/poglyadi_moya_realnost_v_petlyakh_derzhitsya_tak_khlipko

24. Слава Сэ. Ева. М. : АСТ, 2011. 320 с.

REFERENCES

1. Maybin J. Everyday language creativity. In: *The Routledge Handbook of Language and Creativity*. Ed. by R. H. Jones. London ; New York: Routledge, 2016. Pp. 25–39.
2. *Lingvokreativnost' v diskursakh raznykh tipov: predely i vozmozhnosti* [Language Creativity in various types of discourse: boundaries and opportunities]. Ed. by I. V. Zykova. Moscow: R. Valent, 2021. 752 p.

3. Zykova I. V. *Metajazyk kulturologii: constanty i varianty* [Metalanguage of culture studies: constants and variations]. Moscow: Gnozis, 2017. 752 p.
4. Kiose M. I. Kognitivno-semioticheskiye osnovaniya lingvokreativnosti diskursa: metodica analiza [Cognitive and semiotic foundations of linguistic creativity of discourse: methodology of analysis]. In: *Ural Philological Bulletin*. 2020. No. 2. Pp. 37–47.
5. Jakobson R. Closing statement, linguistics and poetics. In: *Sebeok T. (ed.) Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press, 1966. P. 350–377.
6. Menninghaus W., Wagner V., Schindler I., Knoop C. A., Blohm B., Frieler K., Scharinger M. Parallelisms and deviations: two fundamentals of an aesthetics of poetic diction. In: *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*. 2023. Vol. 379. Available at: <https://doi.org/10.1098/rstb.2022.0424>.
7. Chomsky N. *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA: MIT Press, 1965. 261 p.
8. Asoulin E. The Creative Aspect of Language Use and the Implications for Linguistic Science. In: *Biolinguistics*. 2013. No. 7. Pp. 228–248.
9. Casini S. *Language Creativity: A Semiotic Perspective*. Lanham: Lexington Books, 2020. 192 p.
10. Kozlova L. A. Jazykovye anomalii kak sredstvo realizacii kreativnogo potenciala yazyka i ih realizacii v tekste [Language anomalies as a means of realization of the creative potential of language in a text]. In: *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Ser. Filologiya*. 2012. No. 2 (18). Pp. 121–128.
11. Il'yasova S. V. A Word Building Game: From Linguocreativity to Linguocynicism (On the Material of Modern Russian Mass Media). In: *Political Linguistics*. 2020. No. 3 (81). Pp. 39–45.
12. Golovin S. Yu. *Slovar' psikhologa-praktika* [The Dictionary of Practical Psychology]. Minsk: Harvest, 2007. 976 p.
13. *Filosofskij entsiklopedicheskij slovar'* [Encyclopedic Dictionary of Philosophy]. Available at: https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/
14. Trik H. E. Osnovnye napravleniya eksperimental'nogo izucheniya tvorchestva. In: *Hrestomatiya po obshchej psihologii. Psihologiya myshleniya*. Ed. by Yu. B. Gippenrejtser, V. V. Petuhova. Moscow: MSU Press, 1981. Pp. 357–362.
15. Bogoyavlenskaya D. B. Problemy diagnostiki kreativnosti [The problems of creativity diagnostics]. In: *Psihologicheskaya diagnostika* [Psychological diagnostics]. 2004. No. 3. Pp. 3–18.
16. Gridina T. A. *Lingvistika kreativa-1* [Linguistics of Creativity-1]. 2nd ed. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University Press, 2013. 369 p.
17. Wittgenstein L. Filosofskie issledovaniya. In: *Novoe v zarubezhnoj lingvistike*. 1985. Vol. XVI. Pp. 79–128.
18. Alexandrova E. M. Jazykovaja igra po pravilam i bez (na materiale russkogo, anglijskogo i frantsuzskogo jazykov) [Language play with and without rules (on the data of the Russian, English and French languages)]. Moscow: KDU, 2018. 249 p.
19. Gridina T. A. Jazykovaya igra kak lingvokreativnaya deyatel'nost'. In: *Jazyk. Sistema. Lichnost'. Yazykovaya igra kak lingvokreativnaya deyatel'nost'. Formirovanie yazykovoj lichnosti v ontogeneze*. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University Press, 2002. Pp. 26–27.
20. Zhvanetsky M. M. *Collected Works in Five Volumes*. Vol. 2. 1970-ies. Moscow: Vremya, 2009. 239 p.
21. Slava Se. *Ves' santekhnik v odnoj stopke*. Moscow: AST, 2014. 472 p.
22. Severyanin I. *Complete collection of works*. Moscow: Alfa-kniga, 2014. 1241 p.
23. Polozkova V. Poems. Available at: https://1strofa.ru/vera_polozkova/poglyadi_moya_realnost_v_petlyakh_derzhitsya_tak_khlipko
24. Slava Se. *Eva*. Moscow: AST, 2011. 320 p.

Воронежский государственный университет

Шилихина К. М., доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой теоретической и прикладной лингвистики

E-mail: shilikhina@rgph.vsu.ru

Паньин Е. А., аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики

E-mail: elizavetasviridova92@gmail.com

Поступила в редакцию 10 октября 2024 г.

Принята к публикации 26 декабря 2024 г.

Для цитирования:

Шилихина К. М., Паньин Е. А. Лингвокреативность и языковая игра: почему возникает комический эффект? // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. № 1. С. 24–31. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2025/1/24-31>

Voronezh State University

Shilikhina K. M., Doctor of Philology, Associate Professor, Head of the Theoretical and Applied Linguistics Department

E-mail: shilikhina@rgph.vsu.ru

Pagnin E. A., Post-graduate Student of the Theoretical and Applied Linguistics Department

E-mail: elizavetasviridova92@gmail.com

Received: 10 October 2024

Accepted: 26 December 2024

For citation:

Shilikhina K. M., Pagnin E. A. Linguistic creativity and language play: When and why is humour created? *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2025. No. 1. Pp. 24–31. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2025/1/24-31>