

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В СФЕРЕ НОМИНАЦИЙ УРБАНОНИМОВ БИШКЕКА

Бишкектин урбанонимдер номинацияларынын сферасында тил оюну

Lingual game in the field of nominations urbanonims of Bishkek

Аннотация: задачей настоящей статьи является анализ некоторых ситуаций возникновения языковой игры в урбанонимах Бишкека. Рассматриваются примеры, в которых языковая игра базируется на графическом искажении узуальных слов, псевдомотивации, псевдоочленении окказионального слова.

Аннотация: бул статьянын максаты- Бишкектин урбанонимдеринде тил оюнунун пайда болуу жагдайларын изилдөө. Мында узуалдык сөздөрдүн графикалык бузулуусунда, окказионалдык сөздөрдүн псевдоочленение, псевдомотивациясында негизделген тил оюнуна тийиштүү өрнөктөр каралмакчы.

Annotation: the aim of this article is an analysis of some situations of lingual game origin in urbanonims of Bishkek. There are examples, where lingual game found on graphic distortion of usual words, pseudomotivation, pseudoarticulation of an occasional word.

Ключевые слова: урбаноним; языковая игра; псевдоочленение; узуальный коррелят; контаминация.

Негизги сөздөр: урбаноним; тил оюну; псевдоочленение; узуалдык коррелят; контаминация.

Keywords: Urbanonim; lingual game; pseudoarticulation; usual correlate; contamination.

Современный языковой облик города Бишкек определяется многими составляющими, в том числе городской ономастикой. Сюда входят собственные имена деловых объединений людей (названия фирм, предприятий, клубов, ресторанов, баров, кафе, магазинов, салонов красоты, автомобильных сервисов и др.). До недавнего времени о метафорике урбанонимов говорить не приходилось, так как креативные возможности языка при номинации начали использоваться только в

постсоветское время. В настоящее время отмечается динамика урбанонимов. Раньше бытовали главным образом обобщенные названия магазинов: “Хлеб”, “Продукты”, “Промтовары”. В названиях промышленных предприятий был отражен профиль производства: *Фрунзенский автозавод, Трикотажка, Чулочка* (последние две формы – разговорные). В некоторых случаях название предприятия имело добавочное – мемориальное – название: *Завод имени Ленина, Сельмашзавод имени Фрунзе*. Многие предприятия не имели названий и официально различались номерами. В разговорной речи употреблялись номинации, связанные главным образом с их расположением: «больница на Фучика», «университетская столовая».

Современные городские деловые объединения людей, появляющиеся в большом количестве, обязательно именуется.

В урбанонимах XXI века бросается в глаза тот факт, что они вполне успешны для выстраивания креативной стратегии. Имея небольшой объем и графическую наглядность, названия городских объектов особенно эффективно и эффектно демонстрируют игровое начало. Они составляют такой массив коммуникации, который позиционируется как своеобразное искусство создания имен, поиск новой организации языковых элементов с целью усиления выразительности, с подчеркиванием стремления пошутить, активизировать насмешливое, ироническое отношение к наименованию.

В данном исследовании мы предприняли попытку описать некоторые особенности языковой игры в урбанонимах Бишкека. Языковую игру мы рассматриваем как реализацию творческих потребностей человека и понимаем данный феномен как любое фонетическое или морфологическое экспериментирование со словом, включая сюда графические и фонетические искажения, неологизмы и т.д.

Феномен языковой игры, особенно популярный в речи XXI века, многие исследователи связывают с существующим «коммуникативным равенством адресата и адресанта», при котором адресант имеет право надеяться на постижение его речевого творчества в форме игры слов: «В разговорном стиле презумпция коммуникативного равенства адресанта, в частности, установка на высокую осведомленность (и, если можно так выразиться, «понятливость») адресата, получила проявление в широком распространении языковой игры» [Федосюк, 1998, с.4]

Известный лингвист Т.А. Гридина, исследуя приемы языковой игры, связывает этот феномен с выражением «креативности языковой личности» и анализирует языковую игру как «одну из форм

лингвокреативного мышления» с «установкой на творчество, эксперимент со знаком при помощи различных операционных механизмов его трансформации» [Гридина, 1996, с. 16].

Практический материал, собранный нами, показал, что частотность реализации принципов языковой игры в урбанонимах Бишкека довольно высока. Анализ названий городских объектов дал возможность выявить некоторые аспекты возникновения ситуации языковой игры на фонетическом, грамматическом и лексико-семасиологическом уровнях.

Прежде всего, обратим внимание на многочисленные графические искажения, возникающие вследствие осознанного нарушения языкового узуса. Например, название магазина креативных товаров: **ШуRoom – БуRoom** (ул. Ахунбаева, 111). Ненормативное употребление прописных букв в сочетании «шурум-бурум» (от тюрк. - обращение старья, барахла) нарушает графический образ слова и ведет к выделению окказионального фона семанта **Room** (англ. - комната, помещение, место) при помощи использования латинской графики. В результате ситуации языковой игры новое окказиональное слово приобретает приращение смысла: комната для всяких вещей, безделушек, - а внутренний фонетический повтор (Room-Room) придает урбанониму дополнительную выразительность. Прием языковой игры делает название креативно выразительным, а повтор позволяет лучше запомнить урбаноним.

Повтор какого-то сегмента слова и употребление латинской графики довольно часто используется в названии городских объектов: **Чудо-Чудо** – детский центр развития (ул. Киевская/Панфилова); **Good-Food** - кулинарная лавка (пр. Манаса/Чуй); **Pur:pur** – кафе (ул. Абдумомунова, 259 а); **Сели-поели** – кафе (ул. Ж.Жолу, 281\3).

Довольно часто ситуация возникновения языковой игры связана с фонетической деформацией слова:

Чито-Грито - кафе (ул. Жукеева-Пудовкина, 138\1). «Чито-гврито» – в грузинском языке имеет лексическое значение «птичка-невеличка»; словосочетание, используемое в знаменитой песне «чито-гврито» из кинофильма «Мимино» (1977г.). Фонетическая деформация исходной номинации является приметой раскованного шутивого стиля;

Мяссорти - мясная лавка (ул. Койбагарова). В данном примере имеет место контаминация слов «мясо» и «ассорти». Языковая игра связана с возникновением новой комбинации морфемного состава элементов слова. В названии актуализируется межсловные фоносемантические отношения: мясо + ассорти [м'асорти];

Языковая игра может базироваться на графическом выделении в структуре слова сегмента, образующего окказиональный фоносемант узуального коррелята. Иногда это может быть связано с оттенком значения или наличием ситуативно мотивирующего плана восприятия смысла. Например, название кафе «Эльдорадо» с рекламной целью графически преобразуется в «Эльдо**РА**До». Коннотативный фон данного слова - «мифическая страна сказочных богатств и чудес» - подчеркивается с помощью ассоцианта «РАД» (ср. радость).

К развитию стратегии языковой игры можно отнести явления двусмысленности или неоднозначности прочтения языковой формы, возникающие на основе омонимии. Например: в названии автосалона **STARшина** (ул. Ж.Жолу, р-н Западного автовокзала) использована латинская и кириллическая графика, что дает возможность выделить в слове две части: *star* – звезда (анг.) и *шина* – обруч, туго набитый на обод колеса. Соединение двух частей дает смысловой оттенок «звездная шина», указывающее, что в данном автосалоне устанавливают шины высшего качества. Все вместе в фонетическом прочтении частей слова дает вариант «старшина» - должностное лицо и воинское звание среднего состава. Языковая игра возникает на основе омонимичного и омофонетического членения слова.

Омонимия лежит в основе возникновения языковой игры в наименовании кафе-караоке «**Запой!**» (пр. Чуй, 52). Игровой момент связан с привычкой воспринимать имена в качестве названий (*запой* - состояние длительного алкогольного опьянения), тогда как восклицательный знак на вывеске указывает на побуждение «*начинай пить!*».

Другой пример связан с названием кафе: **Манты бар** (ул. Шопокова\ Фрунзе). Вторая часть урбанонима имеет 2 смысла: (1) *бар* (рус.) – закусочная, часть ресторана; (2) *бар* (кырг.) – быть, иметься в наличии. Языковая игра строится на межъязыковой омонимии: «здесь есть манты» и «место, где можно поесть манты».

Языковая игра может развиваться при использовании в качестве отправного момента принципа намеренной ложной мотивации. Например, в названии кафе **БарБосс** подчеркнута идея «главный бар», поскольку слово распределяется на смысловые компоненты – *бар* и *босс*, в которых «бар» – небольшой ресторан или часть ресторана, закусочная, где обычно пьют и едят у стойки, «босс» – хозяин, руководитель предприятия, главный, важный человек. Признак «главный, важный» переносится на неодушевленный предмет – бар. Пафосность утверждения «бар боссов»

снимается омофоном «барбос» прост. - дворовый пёс. Урбанонимы, использующие омонимию в названии, предполагают эффект обманутого ожидания, при котором первоначальное понимание резко сменяется или дополняется другим. Таким образом, в качестве фактора актуализации первого ассоциативного контекста выступает новое лексическое значение по принципу варьирования возможных ассоциативных реакций.

В свете нашего анализа интерес представляет название продовольственного магазина «**ТЪеДукон**» (пр.Чуй, 170). Языковая игра возникает на фоне неожиданного появления английского артикля *the* перед киргизским словом *дуквн* - «магазин». В английском языке данный артикль выделяет конкретный, определенный объект из ряда однородных объектов - «*этот* магазин». Использование артикля можно рассматривать как самовыражение языковой личности, проявления ее компетенции. Клиенты обращают внимание на необычный элемент и выделяют артикль «the» при произношении, понимая шутку, включаются в языковую игру.

В названии кафе **Super-хошан** (ул. Некрасова, 114) латинские буквы демонстрирует использование графического приёма для создания ситуации языковой игры: «*Super*» - «высшее качество обозначаемого», а «*Хошан*» - восточное блюдо, жаренные манты.

Языковая игра может базироваться на сочетании элементов архаики, например, название ресторана **Трактирь Пирогофф-Водкинъ** (ул. Киевская, 107). Употребление устаревшей формы написания **Ъ** после согласного в конце слова является отступлением от кодифицированной орфографической нормы русского языка. Присутствует и шутливое обыгрывание семантики слова «*трактирь*» - ресторан низкого разряда в семантике современного урбанонима. Ненормативным является и прием удвоения согласных в конце слова (пирого**фф**). Прием фонетического удвоения использован также в названии продовольственного магазина **Иванов** и ресторана-бара **Пивно**[^] (ул. С. Каралаева, 42). Обыгрывается также и внутренняя форма слов, имеющих мотивирующую базу: Пирогофф - пироги, Водкин - водка, Пивнофф - пиво.

Обыгрывание этих форм задает необходимый контекст архаичности и иностранности, что является привлекательным для посетителей ресторана: *-off* имитирует *-off* во французской транскрипции русских фамилий (например, Иванов - Ivanoff). Это же написание позволяет рассматривать графический элемент *-off* как русскую транскрипцию английского послелога *-off* с сохранением его значения. Закрепление написания двойного «фф» во всех случаях конечного (следовательно, оглушаемого) «в» дает возможность все слова с конечной

комбинацией –*off* рассматривать как содержащий элемент идеограммы (с французским или с английским акцентом, или с налетом архаики, а то и со всеми коннотациями сразу).

Элемент архаики в названии используется и в названии станции технического обслуживания **Каретный двор** (ул. Ж. Жолу \ Турусбекова) выступает как оценка объекта в шутливой форме. «Карета» сопоставляется с «автомобилем». Ассоциативное поле прилагательного *каретный* имеет одобрительную оценку ситуации, связанный с обслуживанием машины, и привносит положительную стилистическую коннотацию в название объекта современного города. Устаревшее слово лежит и в основе номинации магазина военной одежды **Служивый** (ул. Киевская, 93) - архаическая форма обращения к военнослужащему, обычно к солдату.

Обратимся к урабононимам, которые содержат несколько элементов, способствующих возникновению ситуации языковой игры. Например, грузинское кафе с европейской именной кухней **Pur:pur** (ул. Абдумомунова, 259 а) отличается использованием латинской графики и ненормативным делением слова *пурпур* на две части, вызывающее омонимию. Одно слово является как бы полигоном для своего рода моделирования названия объективной действительности. Во-первых, в русский язык слово *пурпур* пришло из немецкого языка в XVIII веке, означает пурпурный цвет - символ высшей власти, значимости, величия. По цвету близок к багряному. Во-вторых, кафе предлагает элементы грузинской кухни, в состав которой входит *puri* (груз. - хлеб). Откуда возникает повтор корневой морфемы *pur:pur* лепешки; крошки хлеба. А так как *пурпур* связан с образом багряной мантии, «родиться в пурпуре» значит «родиться в царской, знатной семье», то две семы - «власть, величие» и «хлеб» - создают богатое поле интерпретации, образуя так называемый вертикальный контекст для используемой языковой единицы. В данной номинации мы видим способность слова изменить форму стимула так, чтобы в нем проявилась новые возможности.

Ассоциативный контекст слова может стать конструктивным принципом языковой игры. При его формировании предполагается ориентация на разного рода пресуппозиции, знания говорящих о постоянных невербализованных компонентах смысла номинаций. Например, **Obama Bar** (ул. Токтогула, 93), **Putin pub** (ул. Токомбаева, 56). Включение имен президентов России и США в номинацию городских объектов предполагает знание говорящих о данных личностях. Ассоциативная стратегия языковой игры в данном случае осуществляется

за счет пространственного расположения объектов номинации и использования латинского алфавита в названии.

Языковая игра может строиться на актуализации совокупности ассоциативных отношений знака. Обратимся к урбаномиму в названии чайханы **Омар не Хаям** (ул. Орозбекова/ Токомбаева, 91). Здесь используется имя известного персидского философа и поэта Омара Хаяма. Языковая игра начинается там, где есть нарушение каких-то усвоенных правил. Автор названия намекает, что он знает, что Омар Хаям – это поэт, но дает подсказку-отрицание «не». Отрицание не задает новые правила коммуникации и способствует возникновению загадочного и шуточного контекста.

Интересный пример языковой игры наблюдается в урбанониме «Домашняя столовая» (ул. Уметалиева):

**кана ДомАШ
няя**

Графически выделены две основные части «дом» и «аш» (кырг. – пища, еда), соединение которых указывает на то, что в столовой предлагается только домашняя кухня. Сочетание частей «аш» и «кана» образует киргизское слово *ашкана* – столовая. Три части названия «дом», «аш», «няя» образуют слово *домашняя*. Наложение выводимых оттенков смыслов формирует окказиональное сочетание «домашняя ашкана», понятное жителям Бишкека и отражающее явление сложившегося культурного синтеза.

К фразеологическим приемам создания языковой игры можно отнести использование интертекста в названии. Например, бар «**Дорогая! Я занят**» (ул. К.Маркса, 68). Эта фраза есть у каждого в мобильном телефоне. Ситуация посещения бара мужчиной как бы предполагает момент, когда это выражение можно использовать. Имплицитные смысловые приращения вызывают иронию и ассоциативную реакцию.

Трансформация известных фраз, ассоциации, связанные с употреблением сочетаний, перенесенных из одного контекста в другой, также способствуют возникновению ситуации языковой игры. Например, название станции технического обслуживания «**СТО на все сто**» (ул. Д.Сяопина, 174). Аллюзия в урбанониме содержит намек на выражение «*На все сто*» - отлично, хорошо делать что-либо.

Активизация фоновых знаний и ассоциативных компонентов в значении слова – характерный признак языковой игры в урбанонимах.

Итак, в заключении можно отметить следующее:

Языковая мода в урбанонимах города Бишкека диктует не только использование различных алфавитов и выбор названия из разных языковых, но и стремление показать взаимопроникновение различных культур. Языковой вкус бишкекчан сказывается в стремлении нескольких лингвистических кодов в одной номинации;

- 1) Для современных урбанонимов характерно ненормативное использование прописных букв и частей слова, выделение в узуальном слове производящей основы;
- 2) Псевдомотивация, псевдочленение, которые тоже ведут к возникновению явления языковой игры. Наконец, отметим, что имеющийся материал подтверждает необходимость изучения внутривидовых особенностей современных урбанонимов.

Литература

1. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Урал. гос. пед. университет, 1996. – 215 с.
2. Федосюк М.Н. В каком направлении развиваются стили русской речи XX века. // Филология и журналистика в контексте культур. – М., 1998.