

RU

Особенности языковой игры в современных самарских эргонимах сферы «Отдых и развлечения»

Хохлова А. А.

Аннотация. Цель исследования – раскрыть особенности языковой игры эргонимов Самарского региона социокультурной сферы. Автор уделяет внимание выявлению приёмов языковой игры на уровне фонетики, лексики, синтаксиса и словообразования; анализирует процесс искусственной номинации, пытаясь выяснить, влияет ли сфера деятельности на выбор видов и приёмов языковой игры. Научная новизна связана с малой изученностью данной проблемы на предмет выявления видов и приёмов языковой игры с учётом специфики деятельности предприятия или организации. Анализ языкового материала позволяет, с одной стороны, говорить о высокой степени креативности языковой игры в эргонимах сферы «Отдых и развлечения» и, с другой стороны, о разнообразии приёмов на разных языковых уровнях. В результате исследования было выявлено четыре вида языковой игры, которые соотношены с языковыми уровнями, а именно: фонетикой, лексикой, синтаксисом и словообразованием. На обозначенных языковых уровнях было отмечено двадцать два приёма языковой игры: к фонетической игре отнесено пять приёмов, в лексической игре обнаружено четыре приёма, в синтаксической – пять приёмов и восемь приёмов были охарактеризованы как словообразовательная языковая игра.

EN

Peculiarities of wordplay in modern Samara ergonyms of the “Recreation and entertainment” sphere

Khokhlova A. A.

Abstract. The aim of the study is to shed light on the peculiarities of wordplay in ergonyms of the Samara region belonging to the socio-cultural sphere. The author pays attention to the identification of wordplay techniques at the level of phonetics, lexis, syntax and word formation; analyzes the process of artificial naming, trying to find out whether the sphere of activity affects the choice of wordplay types and techniques. The scientific novelty is associated with the fact that this problem is little studied in terms of identifying wordplay types and techniques taking into account the specifics of the activity of an enterprise or an organization. The analysis of the language material suggests, on the one hand, the high degree of creativity of wordplay in the ergonyms of the “Recreation and entertainment” sphere and, on the other hand, the variety of techniques at different language levels. As a result of the study, four types of wordplay correlated with the language levels, namely, phonetics, lexis, syntax and word formation, were identified. Twenty-two wordplay techniques were noted at the specified language levels: five techniques were attributed to the phonetic type of wordplay, four techniques were found in the lexical type of wordplay, five techniques were attributed to the syntactic type of wordplay and eight techniques were characterized as the word-forming type of wordplay.

Введение

Проблема данного исследования охватывает круг вопросов, относящихся к языковой игре в области эргонимии. Отметим, что данный разряд онимов мы трактуем в понимании Н. В. Подольской: «Эргоним – это собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» (1988, с. 151).

Актуальность разработки данной темы связана с необходимостью решения вопросов устранения проблем качества искусственной номинации, значимой для современных российских городов, и особенно для городов-миллионников. В современном языкознании назрела необходимость сформулировать критерии лингво-экологичности в рамках языковой игры, поскольку примеры лингвистического креатива зачастую не коррелируют с нормами языка или морали. Острота проблемы связана с новыми условиями, при которых в области искусственной номинации используются приёмы маркетинга.

Для реализации поставленной цели решаются следующие задачи: 1) дать краткую характеристику видов языковой игры на разных языковых уровнях; 2) рассмотреть разные виды языковой игры с точки зрения используемых приёмов; 3) определить трудности классификации и выявления частотности того или иного приёма.

В нашем исследовании используются приёмы систематизации, обобщения и интерпретации языкового материала для выявления употребляемых приёмов языковой игры. Статистический анализ проводится с целью определения частотности приёмов. В качестве метода также применяется контекстуальный анализ, так как при рассмотрении особенностей языковой игры учитывается контекст употребления.

Теоретическую базу исследования составили отечественные исследования в области эргонимии и языковой игры (Санников, 2002; Лингвистика креатива..., 2012; 2013; 2014; 2018).

Рамки данной статьи не позволяют осуществить развёрнутый аналитический обзор сложного и многоаспектного вопроса языковой игры в лингвистической русистике. Ограничимся краткой характеристикой языковой игры в концепциях В. З. Санникова (2002), Т. А. Гридиной (Лингвистика креатива..., 2013). Отметим, что учёные рассматривают языковую игру в широком смысле: с целью лингвистической интерпретации использованных языковых ресурсов по уровням языка (фонетики, лексики, морфологии, синтаксиса), а также в аспекте стилистики.

Языковым материалом нашего исследования являются эргонимы Самары и Самарской области. Для наглядной подачи материала мы ограничились одной сферой – «Отдых и развлечения». В данной сфере было проанализировано 1312 эргонимов: 269 названий ресторанов, 620 – кафе, 14 – антикафе, 177 – баров, 164 – бань, 42 – организаций досуга, 26 – организаций, предоставляющих услугу еды на вынос. На этапе анализа и классификации языкового материала нами были выявлены двадцать два приёма языковой игры.

Источником эмпирического материала стал электронный бизнес-справочник «Жёлтые страницы» (<https://samara.yr.ru/>).

В качестве справочного материала использованы следующие словари: Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 2-е, стер. М.: Едиториал УРСС, 2004; Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2008; Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка: около 13000 фразеологических единиц. Изд-е 3-е, испр. М.: АСТ; Астрель, 2008; Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю. Н. Караулова. М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 2007; Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта; Наука, 2006; Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь русского языка: современная редакция. М.: Дом Славянской книги, 2008; Большой словарь иностранных слов / сост. А. Ю. Москвин. М., 2007; Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / под ред. А. П. Сковородникова. Изд-е 2-е. М.: Флинта; Наука, 2009.

Теоретическую базу по вопросам словообразования составило исследование В. П. Изотова (1998). Что касается графо-орфографической языковой игры, то мы рассматриваем её в русле работ Т. В. Поповой (2007; 2014).

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования языковой игры в области искусственной номинации. Кроме того, результаты исследования могут быть полезны при изучении курса современного русского языка и спецкурсов по русской ономастике, лексикологии современного русского языка.

Обсуждение и результаты

В данном исследовании анализ видов языковой игры на материале самарской эргонимии строился по работе В. З. Санникова (2002) «Русский язык в зеркале языковой игры». Для наглядной подачи видов языковой игры, свойственной эргонимам Самары, мы, несколько упрощая деление, ориентировались на уровни языка: фонетику, лексику, словообразование, синтаксис. Следует отметить, что фонетика в широком понимании включает фонологию, лексика – фразеологию.

При характеристике языковых единиц В. З. Санников выделяет «грубо-просторечные слова» (2002, с. 460). В нашем эмпирическом материале слова с данной маркированностью отсутствуют, это закономерно, поскольку эргоним чаще всего является официальным названием. Между тем мы выявили такие искусственные номинации, которые следует маркировать как «разговорно-просторечные», например *Бухенхаус* (доставка еды).

Представим основные виды языковой игры (на материале самарских эргонимов) по языковым уровням в Таблице 1.

Таблица 1. Виды языковой игры в самарских эргонимах

№	Уровни языка	Эргоним
1	Фонетика (звуко-буквенные соотношения)	<i>Проливоишная</i> (бар), <i>Большая шишка</i> (на вывеске – <i>Большая шышка</i>), <i>Пицца на Раёне</i> (доставка еды), <i>Мушмула</i> (на вывеске – <i>Мушмула, вкусный ресторан</i>)
2	Лексика	<i>Хлебная крошка</i> (кондитерская) <i>Горький Макс</i> (магазин-мастерская шоколада; обыгрывается прецедентное имя «Максим Горький») <i>Сушки</i> (суши-бар) <i>Суши весла</i> (бар), <i>Конь в пальто</i> (бар), <i>Картина маслом</i> (ресторан), <i>От фонаря</i> (пиццерия), <i>На всех парах</i> (чайный клуб) <i>Бухенхаус</i> (доставка еды), <i>Бредхаус</i> (бар), <i>Пельменная Фреш Буфет</i> , <i>Кебабосс</i> (быстрое питание), <i>ЛайкПицца</i> (пиццерия)
3	Синтаксис	<i>Дорогая, я на паре</i> (кафе)
4	Словообразование	<i>Кофетерра</i> (кофейня), <i>Едатека</i> (ресторан), <i>Котейня Чукотка</i> (антикафе), <i>Рыбалтика</i> (ресторан)

Отметим, что нарочито неправильное написание эргонима на вывеске усиливает эффект фонетической игры, например за счёт транскрипции (*шышка*) или имитации произношения (*проливошная*).

Подчеркнём, что мы следуем концепции В. З. Санникова (2002), языковой материал не рассматриваем с точки зрения межуровневой прагматики и стилистики, поскольку работа В. З. Санникова строится на уровне текста (шутка, анекдот, рассказ).

Приёмы языковой игры на уровне слова или словосочетания изучаются в аспекте лингвистики креатива с опорой на ряд коллективных монографий под редакцией Т. А. Гридиной (Лингвистика креатива..., 2012; 2013; 2014; 2018).

Мы полагаем, что, кроме анализа эргонимов по видам языковой игры на разных уровнях языка, целесообразно рассмотреть приёмы языковой игры. Так, фонетическая игра в анализируемом языковом материале обнаруживает несколько приёмов: имитацию старомосковского произношения чн [шн] (бар *Проливошная*), звукоподражание (*Пряный барашек*, *бееесподобный ресторан*), имитацию иностранного акцента (*Мушмула*, *Вкусный рэсторан*), рифму (фитнес-студия *Тело в дело*).

Кроме того, к фонетической игре мы относим и паронوماзию. Ю. Н. Караулов трактует паронوماзию как «стилистический приём, предполагающий нарочитое сближение слов, в чём-либо сходных в своём звуковом составе» (Русский язык: энциклопедия, 2007, с. 327).

Приведём примеры самарских эргонимов, образованных с применением паронوماзии: кафе *Папа Панда*, пиццерия *Пицца Ца-Ца*.

Лексическая игра оперирует приёмами, которые опираются на многозначность, омонимию, обыгрывание фразеологизмов и иноязычных слов.

Рассмотрим примеры обыгрывания многозначности в эргонимах. Так, эргоним *Буржуйка* (рестомаркет), с одной стороны, обыгрывает разные значения слова *буржуй*. Обратимся к толковому словарю Д. Н. Ушакова (2008): «1. Женск. к буржуй (нов. разг. неодобрит.). 2. Временка, небольшая комнатная железная печь, какими пользовались в годы топливного кризиса». С другой стороны, в слове *буржуйка* обыгрывается часть слова «жуй», которая совпадает с формой повелительного наклонения глагола «жевать». Мы считаем, что в данном примере можно предположить именно эту связь, т. к. сфера деятельности предприятия (рестомаркет) сопряжена с продуктами питания, следовательно, с потреблением пищи. Связь со словом *буржуй* в форме *буржуйка* может намекать на доступный ценовой сегмент или невысокий класс заведения.

Эргоним *Хлебная крошка* (кондитерская) обыгрывает разные значения слова *крошка*, а именно небольшой размер хлебулочных изделий, с одной стороны, и название маленькой частицы хлеба, крошки хлеба, с другой стороны. *Крошка Енот* (детская студия) указывает на возрастную категорию. *Крошка Молли* (ресторан) обыгрывает значение «малышка» в ласковом обращении к женщине. Эргоним *Пастернак* (гранд-кафе) обыгрывает прецедентное имя «Борис Пастернак» и название травянистого многолетнего растения «пастернак». *Жигули* (паб) обыгрывает два значения, а именно «жигулёвские горы» и прагматоним *Жигули* (пиво).

Примеры омонимии в эргонимах: *Горький Макс* (кондитерская) обыгрывает прецедентное имя «Максим Горький», *Сушки* (суши-бар) указывает на уменьшительно-ласкательную форму, которая омонимична названию хлебулочного изделия в виде маленькой тонкой баранки.

Обыгрывание фразеологизмов или фразеологических эллипсисов, фразеологизмов-трансформов, а также устойчивых выражений и клише обнаруживает богатый языковой материал в области самарской эргонимии. В эргонимах Самары выявлены следующие примеры обыгрывания фразеологизмов: эргоним *Большая шишка* (на вывеске *шышка*) обыгрывает переносное значение «имеющий большое влияние, значительный человек» (разг. фам.) (Ушаков, 2008).

В «Большом словаре иностранных слов» А. Ю. Москвина фразеологический эллипсис трактуется как «фигура сокращения речи, состоящая в опущении отдельного устойчивого компонента-ассоциата, которое приводит к семантической кумуляции», то есть к «развитию более узких значений в результате регулярного эллипсиса» (Большой словарь..., 2007, с. 665).

Приведём примеры фразеологических эллипсисов. Так, эргоним *Семь пятниц* (баня) обыгрывает фразеологизм *семь пятниц на неделе*. Согласно фразеологическому словарю А. И. Фёдорова (2008), выражение *семь пятниц на неделе* используется, когда нужно описать кого-либо, кто «непостоянен в своих решениях, настроениях, часто и легко меняет свои мнения, суждения, оценки».

Обыгрывание фразеологизмов или устойчивых выражений обнаруживается в трансформах, например *Чайный пъяница* (бар). Так, выражение *горький пъяница*, в соответствии с толковым словарем Д. Н. Ушакова (2008), означает «неисправимый алкоголик». В данном эргониме выражение трансформируется по той же модели «прилагательное + существительное»: *чайный пъяница*.

Эргоним *Перекаати кофе* (кофейня) обыгрывает переносное значение слова *перекаати-поле*. В словаре А. И. Фёдорова (2008) слово *перекаати-поле* получает следующую семантизацию: «пренебрежительно о человеке, постоянно переходящем, переезжающем с места на место».

Рассмотрим примеры обыгрывания иноязычных слов. В таких эргонимах встречаются сочетание латиницы и кириллицы, например *Веерократия*; транслитерация – *Чайна Мун*, *Парбург*, *Бигест*, *Фуд корт № 1*; окказиональное словообразование – *ПицериНя*, *ЛайкПицца*; смешение разных языков – *Хац Хаус*, *Мама Сита*, *Шашлык хаус*, *Суши Хаус*, *Кинапыч пельмень хаус*, *Пицца шоп* и др.

Синтаксические приёмы языковой игры используют повествовательные восклицательные и невосклицательные предложения, повелительное наклонение, вопросно-ответные конструкции и имитацию высказывания с обращением.

Приведём примеры. Повествовательные восклицательные предложения в эргонимах: *Ах, какая банька!* (баня), *И мне!* (доставка еды).

Повествовательные невосклицательные предложения: *Жизнь удалась* (ресторанный клуб), *Папа рядом* (бар), *Ели мясо мужики* (гриль-бар), *Тебе не угодить* (бар). Повелительное наклонение: *Ешь руками* (кафе), *Не горюй* (кафе). Вопросно-ответные конструкции: *Ну, и чё?* (бар), *Накатим?* (бар).

Обращение как вид языковой игры считаем целесообразным рассматривать в рамках диалогизации речи в трактовке И. Т. Вепревой (2019). Диалогизация в эргонимах используется как приём, апеллирующий к потенциальным посетителям, вызывающий интерес, привлекающий внимание.

М. Н. Кожина трактует диалог как форму речи, которая «характеризуется сменой высказываний (реплик) двух или нескольких говорящих» (Стилистический энциклопедический словарь..., 2006, с. 44). Следует отметить, что диалогизация в эргонимах представляет имитацию реального диалога. Конструируемый диалог или отдельные реплики диалога в эргониме создают эффект интерактивной связи с потенциальным посетителем. Можно предположить, что интерактивность в номинации работает на прагматический потенциал эргонима.

И. Т. Вепрева (2019, с. 171) отмечает, что диалогизация становится эргонимообразующим средством: номинация строится как диалог, со всеми присущими ему конструктивными особенностями. И. Т. Вепрева предлагает термин «эргонимы-реплики», под которым понимает «номинативные единицы, фиксирующие высказывания одного речевого партнёра от начала и до высказывания другого партнёра» (2019, с. 168).

Т. В. Шмелева (2019) отмечает, что реплики городского диалога преобразуются в названиях заведений и это явление основано на факторе дискурсивности, который работает на повышение аттрактивности.

Приведём примеры из нашей картотеки: *Мама, я в Дубае* (кальян-бар), *Дорогая, я на паре* (кафе), *Дорогая, я перезвоню* (бар). Имитация реплик обыденного диалога характеризуется динамичностью, экспрессивностью и краткостью, например: *АУ* (бар), *И мне* (доставка еды).

В репликах может отсутствовать глагол-связка, например: *Вот кот* (студия праздников). Реплики предполагают опору на ситуативный контекст, например: *Дорогая, я перезвоню* (бар).

Словообразовательные приёмы языковой игры включают морфологический способ, номинацию, имитирующую топонимы или антропонимы, словообразование с иноязычными формантами, графический способ, гендиадис, редупликацию и голофразис (Таблица 2).

Таблица 2. Словообразовательные приёмы в языковой игре самарской эргонимии

1	морфологический способ	<i>Небар</i> <i>Блинарь, Шоколадница</i> <i>Тортамастер</i> <i>Шаурмания, Булкафе</i> <i>Хлебовед</i>
2	номинация, имитирующая антропонимы	1. <i>Похлёбкинь</i> 2. <i>Шашлык Мангалыч</i> 3. <i>Побратимыч</i> 4. <i>Шашлындос</i> 5. <i>Дядя Блёва</i> 6. <i>Мистер Столовски</i>
3	номинация, имитирующая топонимы	<i>Кинапландия, Енотия</i>
4	иноязычные форманты <i>тека, терра, лайн</i>	<i>Винотека, Едатека, Кофетерра Сушитерра, Кофелайн</i>
5	графический способ	сочетание букв и цифр: <i>XXII ВЕК, Шашлык № 1, Про100бар</i>
6	гендиадис	<i>Шуры-муры, Трали-вали, Ёлки-палки</i>
7	редупликация	<i>Буль-буль, Тук-Тук, Топ-топландия</i>
8	голофразис	<i>Сушикушай, Всуши, Сушишок, Съелбысам, Блинбери</i>

Номинация, имитирующая антропонимы, включает шесть подвидов. Так, в изучаемом языковом материале можно выделить: имитацию фамилии, имитацию по модели «имя + отчество», разговорную, редуцированную форму отчества, прозвище, термины родства, название нетитулованного лица мужского пола или форму обращения в англоязычных странах (мистер + фамилия).

Эргонимы-топонимы могут имитировать название места, например: *Шоколандия* (музей шоколада), *Покетерий* (кафе), *Енотия* (зоопарк). Отметим, что эргонимы-топонимы могут быть образованы по разным словообразовательным моделям, например, отмечается сложение в эргониме *Кинапландия* (клуб): Кинап + ландия («Кинап» – название развлекательного центра на месте бывшего завода «Кинап», который производил киноаппаратуру).

Контаминация представлена в эргониме *Шаурмания* (кафе), в котором последний слог слова «шаурма» переходит в слово «мания».

В эргонимах *Домино'с Пицца* (пиццерия), *МИДИИ & ВИНО* (ресторан), *Пив&ко* (бар) используются типографские символы. Термины «графический способ» и «графодеривация» были предложены В. П. Изотовым (1998) в рамках исследования по способам словообразования. В современной русистике представлено несколько сходных терминов: *графический каламбур* (Костомаров, 1994), *графикация* (Изотов, 1998), *визуальные неологизмы, неологизмы-написания* (Маринова, 2005), *графические окказионализмы* (Страмной, 2007), *узально-аббревиатурные контаминанты* (Беглова, 2007), *графическая игра* (Ильасова, 2009), *графодеривация* (Попова, 2007; Попова, 2009).

Единицы, полученные путём графодеривации, называют *графодериваты*, *графические гибриды*, *графоны* (Энциклопедический словарь-справочник..., 2009) и *графические окказионализмы* (Грищева, 2011).

В качестве отдельного приёма языковой игры мы рассматриваем гендиадис. Вслед за О. С. Ахмановой под гендиадисом понимаем «конструкцию с двумя однородными членами, выражающую одно сложное понятие и дающую возможность семантического разложения основного элемента высказывания, в результате чего его имплицитные семантические составляющие получают отдельное выражение» (2004, с. 92).

В. П. Изотов (1998) относит гендиадис к разновидности сложения. Несмотря на то, что для гендиадиса характерно обыгрывание фонетической стороны слова и рифмы, мы считаем верным отнести его именно к словообразованию, часто окказиональному или узуальному.

Словообразовательный приём редупликации полагаем правильным отнести к приёмам словообразовательной игры, хотя она может быть представлена полными звукоподражательными редупликантами, например: *Буль-буль* (бассейн), *Тук-Тук* (пиццерия), *Топ-топландия* (детский клуб).

Словообразовательный приём голофразиса представлен слитным написанием слов или целых фраз. Т. В. Попова и соавторы трактуют данный приём как «ликвидацию пробелов между словами» (Попова, Рацибурская, Гугунава, 2022, с. 109), например: *Сушикушай* (доставка), *Всуши* (доставка), *Сушишок* (доставка), *Свелбысам* (доставка), *Блинбери* (быстрое питание).

Подводя итоги, приведём сводную таблицу видов и приёмов языковой игры по уровням языка (Таблица 3).

Таблица 3. Виды и приёмы языковой игры по уровням языка

Виды языковой игры по уровням языка	Приёмы языковой игры
1. Фонетика (звуко-буквенные соотношения)	1) имитация старомосковского произношения чн [шн]; 2) звукоподражание; 3) имитация иностранного акцента; 4) рифма; 5) парономазия.
2. Лексика	1) использование многозначности; 2) использование омонимии; 3) использование фразеологизмов (включая фразеологические эллипсисы и фразеологизмы-трансформы); 4) использование иноязычных слов (латиницы/кириллицы, транслитерации, смешения языков).
3. Синтаксис	1) использование повествовательных восклицательных предложений; 2) использование повествовательных невосклицательных предложений; 3) использование повелительного наклонения; 4) использование вопросно-ответных конструкций; 5) использование имитации высказывания с обращением.
4. Словообразование	1) морфологический способ; 2) эргонимы по моделям антропонимов (имитация фамилии, имитация «имя + отчество», разговорная, редуцированная форма отчества, прозвище, термины родства, название нетитулованного лица мужского пола); 3) эргонимы по моделям топонимов; 4) словообразование с иноязычными формантами (<i>тека</i> , <i>терра</i> , <i>лайн</i>); 5) графический приём (буквы + цифры, буквы + типографские символы); 6) гендиадис; 7) редупликация; 8) голофразис.

Заключение

Таким образом, проведённое исследование позволяет сделать выводы о том, что, во-первых, языковой материал самарской эргонимии в сфере «Отдых и развлечения» обнаруживает четыре вида языковой игры на уровне фонетики, лексики, синтаксиса и словообразования.

Во-вторых, на данных языковых уровнях были выявлены различные приёмы языковой игры. К фонетической игре мы отнесли пять приёмов: имитацию произношения или акцента, звукоподражание, использование рифмы и использование парономазии. К лексической игре было отнесено четыре приёма, связанных с использованием многозначности, омонимии, фразеологизмов и иноязычных слов. Синтаксическая игра представлена пятью приёмами, предполагающими наличие различных видов предложений по цели высказывания и эмоциональной окраске. К синтаксическим приёмам мы отнесли эргонимы-реплики и обращения. Выявлены и охарактеризованы восемь приёмов словообразовательной языковой игры.

В-третьих, следует отметить, что классификационная характеристика того или иного приёма в языковой игре зачастую представляет сложность, поскольку игра преимущественно задействует несколько уровней языка

сразу. Важно признать, что частотность приёмов языковой игры в эргонимах Самары требует отдельного изучения. За рамками исследования остаются и другие вопросы эргонимии, которые могут быть соотнесены с перспективами дальнейшего исследования. Так, кроме объяснения частотности используемых приёмов языковой игры, возможно сравнение приёмов языковой игры в эргонимии разных социокультурных сфер.

Источники | References

1. Беглова Е. И. Семантико-прагматический потенциал некодифицированного слова в публицистике постсоветской эпохи: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 2007.
2. Вепрева И. Т. Современный эргонимикон: в поиске новых форм выражения // Вопросы ономастики. 2019. Т. 16. № 4.
3. Грищева Е. С. Элокутивный аспект изучения графической окказиональности в современной лингвистике: к постановке проблемы // Вестник Военного университета. 2011. № 2 (26).
4. Изотов В. П. Параметры описания системы способов русского словообразования. Орел, 1998.
5. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2009.
6. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой массмедиа. М.: Педагогика-Пресс, 1994.
7. Лингвистика креатива – 1: коллективная монография / под общ. ред. проф. Т. А. Гридиной. Изд-е 2-е. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013.
8. Лингвистика креатива – 2 / под общ. ред. проф. Т. А. Гридиной. Изд-е 2-е. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2012.
9. Лингвистика креатива – 3 / под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2014.
10. Лингвистика креатива – 4: коллективная монография / под ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2018.
11. Маринова Е. В. Визуальные неологизмы: новая графика «старых» слов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Филология. 2005. Вып. 1 (6).
12. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988.
13. Попова Т. В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала XXI века // Русский язык: исторические судьбы и современность: III междунар. конгр. исследователей русского языка. М., 2007.
14. Попова Т. В. Графодеривация как отражение ментальности современного человека // Язык и ментальность: сб. мат. XII междунар. науч.-теор. конф., посвящённой 75-летию Казахского национального университета им. АльФараби «Ахановские чтения» (г. Алма-Ата, 14-15 мая 2009 г.). Алма-Ата, 2009. Т. 2.
15. Попова Т. В. Креолизация слова в современных языках как диалог языков и культур // Современные коммуникации. Язык. Человек. Общество. Культура / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2014.
16. Попова Т. В., Рацибурская Л. В., Гугунава Д. В. Неология и неография современного русского языка: учеб. пособие. М., 2022.
17. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2002.
18. Страшной А. В. Газетный текст как источник неологизмов (на материале русской и французской прессы): автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2007.
19. Шмелева Т. В. Аппривативность городского имени: заведения еды // Journal of Applied Linguistics and Lexicography. 2019. Т. 1. № 1.

Информация об авторах | Author information



Хохлова Анна Алексеевна¹

¹ Самарский государственный технический университет



Khokhlova Anna Alekseevna¹

¹ Samara State Technical University

¹ khokhlova.anna@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 25.09.2023; опубликовано online (published online): 17.11.2023.

Ключевые слова (keywords): эргоним; эргонимия; языковая игра; лингвистика креатива; ergonum; ergonumy; wordplay; linguistics of creativity.