ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2025. Том 18. Выпуск 3 | 2025. Volume 18. Issue 3
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Структурно-семантические и функциональные особенности субжанра «юмористическая дефиниция» (на примере дефинирования имен)

Непомнящих Е. А.

Аннотация. Статья посвящена описанию юмористической дефиниции как особого субжанра, функционирующего в рамках поздравительного дискурса. В качестве языкового материала используются надписи, нанесенные на подарочные кружки. Цель исследования – обоснование правомерности выделения данного субжанра на основе анализа семантических, структурных и функциональных особенностей указанных текстовых новообразований. Научная новизна работы состоит в выявлении базовых текстологических характеристик юмористической дефиниции как субжанра, порожденного массовым сознанием носителей русского языка нашего времени. В результате доказано, что юмористическая дефиниция представляет собой двухфазовый текст, содержащий юмористическую номинацию адресата и ее креативное толкование. Номинация создается с помощью словообразовательного процесса наложения при соединении имени собственного (обычно в краткой форме) с именем нарицательным по принципу созвучия компонентов. Юмористическая дефиниция обладает рядом специфических структурно-семантических признаков, выполняет поздравительную, юмористическую функцию, а также функцию «коммуникативного обольщения» за счет использования нестандартных комбинаций языковых средств, порождающих лингвокреативность. Также лингвистическая креативность формируется на уровне соединения разностилевых лексических элементов в обеих частях текста. Появление и широкое распространение юмористической дефиниции как субжанра поздравительного дискурса связано с возросшей ролью массового лингвистического креатива, а также модой на «отекстованные» предметы.

EN

Structural-semantic and functional features of the subgenre "humorous definition" (based on the example of defining names)

E. A. Nepomniashchikh

Abstract. This article is dedicated to the description of the humorous definition as a distinct subgenre functioning within congratulatory discourse. The linguistic material used comprises inscriptions applied to gift mugs. The objective of this study is to justify the legitimacy of isolating this subgenre based on an analysis of the semantic, structural, and functional characteristics of these textual neologisms. The scientific novelty of this work lies in the identification of the basic textological characteristics of the humorous definition as a subgenre generated by the mass consciousness of contemporary Russian speakers. The results demonstrate that the humorous definition constitutes a two-phase text, containing a humorous nomination of the addressee and its creative interpretation. The nomination is created through the word-formation process of blending, combining a proper name (usually in a short form) with a common noun according to the principle of phonetic similarity of components. The humorous definition possesses a number of specific structural-semantic features, performs a congratulatory, humorous function, as well as a function of "communicative seduction" through the use of non-standard combinations of linguistic means that generate linguocreativity. Linguistic creativity is also formed at the level of combining lexical elements of different styles in both parts of the text. The emergence and widespread distribution of the humorous definition as a subgenre of congratulatory discourse is associated with the increased role of mass linguistic creativity, as well as a fashion for "textualized" objects.

Научная статья (original research article) | https://doi.org/10.30853/phil20250164

© 2025 Авторы. © 2025 ООО Издательство «Грамота» (© 2025 The Authors. © 2025 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Введение

Сегодня в языке происходят значительные изменения (Зырянова, Чернавский, 2024), обусловленные трансформацией коммуникативных практик, в том числе на уровне текста. Текстовые новообразования должны подвергаться анализу, в первую очередь, с позиции теории речевых жанров, поскольку они являются следствием лингвокультурных трансформаций, результатом развития лингвистических процессов, понимание которых необходимо для описания временного среза конкретной лингвокультурной ситуации: «Речевые жанры отражены в коммуникативно-речевом пространстве, имеют свои ментальные проекции, участвуют в формировании <…> языковой картины мира в целом» (Балашова, Дементьев, 2022, с. 18).

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современном мире значительно возросла ценность креативного текста (Иванян, 2018; Гурова, 2020; Гридина, Коновалова, 2022; Терских, 2024). Это привело к появлению новых жанров. Лингвокреативные текстовые новообразования составляют «важнейшую часть того языкового пространства, в котором мы сегодня живем» (Ремчукова, 2013, с. 84). Малоформатность и креативность как важнейшие параметры современных текстовых новообразований являются когерентными, поскольку ограниченность текстового объема влияет на выбор языковых средств, вынуждает использовать нестандартные способы языкового оформления для привлечения внимания, экономии времени на декодирование текста адресатом и усиления прагматического потенциала текста. Данные процессы отражают изменения, происходящие в современном русском языке на коммуникативном уровне. Изучение текстовых новообразований необходимо для понимания особенностей современного этапа развития языка, описания своеобразия современного лингвокультурного пространства, в котором юмор как отличительная черта массового сознания носителей русского языка порождает новые речевые жанры, функционирующие вне бумажного и сетевого пространства.

Одной из особенностей современного лингвокультурного пространства являются креативные малоформатные тексты, нанесенные на предметы. Наиболее ярко эта тенденция проявляется в подарочном маркетинге, входящем в поздравительный дискурс, который также является жанрово типизированным. Предметы дарения зачастую «украшаются» различными надписями, выполняющими, кроме основной – поздравительной, и другие функции.

Данная статья посвящена описанию широко распространившегося в последнее время субжанра, для обозначения которого мы вводим понятие ***«юмористическая дефиниция»***. Материалом исследования послужили 72 текста, содержащие дефиниции имен собственных, нанесенные на подарочные кружки. Источником языкового материала послужили каталоги фотостудий г. Иркутска, содержащие следующее коммерческое предложение: «Трендовые кружки с именными принтами в минималистическом стиле».

Для достижения поставленной цели необходимо решение ряда задач:

– описать текстологические параметры анализируемых текстовых новообразований;

– определить жанрообразующие признаки юмористической дефиниции на основе анализа семантических, структурных и функциональных особенностей;

– дать определение субжанру «юмористическая дефиниция» на основе проведенного анализа.

В работе использованы следующие методы: структурно-семантический – при выявлении особенностей структуры и семантики юмористической дефиниции; функциональный – для выявления функциональных особенностей анализируемого субжанра; описательный – для выявления языковых параметров описываемых текстовых новообразований; метод лингвистического компонентного анализа – при выявлении способов создания лингвистической креативности.

Теоретическую базу составили научные труды современных исследователей, в которых рассматриваются проблемы текстологии (Зырянова, Чернавский, 2024), текстовой малоформатности (Гридина, Коновалова, 2022; Дементьев, 2021; Терских, 2024), теории речевых жанров (Балашова, Дементьев, 2022; Дементьев, Седов, 1998), лингвистической креативности (Гурова, 2020; Иванян, 2018; Ремчукова, 2013; Тахватулина, 2024).

Практическая значимость обусловлена возможностью использования результатов исследования в практике преподавания жанроведения, текстологии, прагмалингвистики, маркетинговой лингвистики, лингвокультурологии, лингвистики креатива.

Обсуждение и результаты

Юмористическая дефиниция активно функционирует в поздравительном дискурсе и с позиции структурного оформления является симулякром лингвистической словарной статьи, представляющей толкование лексической единицы:

КапиТАНЯ (*сущ.*): *Таня, которая любит командовать.*

Зачастую написание текста представлено и в других вариантах, когда не указывается часть речи, а сразу дается толкование трансформированного имени собственного (в скобках или без), что, вероятно, является следствием закона речевой экономии. Однако важно понимать, что исходная структура текста была порождена именно имитацией словарной статьи – лексической единицы и ее толкования.

Итак, поздравительный дискурс относится к жанрово типизируемой коммуникации. Субжанр – это особые жанровые формы, «представляющие собой одноактные высказывания» (Дементьев, Седов, 1998). В. В. Дементьев уже использовал термин «юмористическая дефиниция», когда описывал тематические и структурные типы ковид-анекдотов в рунете:

Карантин – это заговор интровертов.

Неудачник – это тот, который может заразиться короной и от человека в маске… (2021, с. 782).

В рамках исследования В. В. Дементьева (2021) юмористическая дефиниция рассматривается как структурно-тематический тип жанра «анекдот». В случае с поздравительным дискурсом нельзя обозначать юмористическую дефиницию как структурный тип жанра более высокого порядка, иначе этим жанром будет являться «надпись на кружке». Однако очевидно, что аналогичные тексты встречаются и на других подарочных предметах (например, на одежде), поэтому, на наш взгляд, юмористическую дефиницию в поздравительном дискурсе вполне правомерно характеризовать как субжанр, хотя графически данное одноактное высказывание не всегда оформлено как дефиниция.

В анализируемых примерах первый компонент такого текста – креативная номинация – является соединением имени собственного с именем нарицательным, которое происходит обычно по созвучию слогов:

ГЕНератор (*Гена, у которого всегда есть запасной план*);

ЭкЛЕРА (*Лера, которая любит сладкое*);

УдивЛена (*Елена, которая удивляет на каждом шагу*);

ДробоВИКА (*Вика, у которой всегда есть последний аргумент*).

Имя собственное как бы «вписывается» в название предмета с некоторыми структурными трансформациями, за счет чего создается новое слово, не понятное носителям русского языка и, соответственно, требующее объяснения. Структурно такой текст является двухфазовым (Непомнящих, 2024), поскольку первый компонент (трансформированное имя собственное) создает интригу, не позволяет спрогнозировать варианты смыслового развертывания; второй компонент является семантически неожиданным, заставляет реципиента переосмыслить номинацию, исходя из представленного толкования. Для визуального акцентирования имени собственного в составе нарицательного используются графические выделения: написание компонента имени заглавными буквами или использование другого цвета.

С позиции словообразования, данный процесс является наложением:

ДолЛАРИСА (*Финансово грамотная Лариса*): дол***лар*** + ***Лар***иса;

ОЛЕГенда (*Олег, которого все знают*): ***Олег*** + ***лег***енда;

КомандИРКА (*Ира, с которой все будет, как она скажет*): команд***ир*** + ***Ир***ка.

Общая семантика текста формируется за счет сложения смыслов обеих частей, при этом толкование выступает однозначной характеристикой носителя данного имени – адресата подарочного предмета, то есть цель юмористической дефиниции как жанра – дать новое креативное имя человеку и обосновать это. Такое креативное имя является симулякром термина – никому незнакомого понятия, о смысле которого трудно догадаться. Если номинация имени представляет собой креативную с позиции словообразования лексическую единицу с ярко выраженной юмористической направленностью (может включать разговорные элементы языка), то само толкование является безупречно оформленной с точки зрения литературного языка дефиницией:

БабЛилишка (*Лилия, которая любит денежное изобилие*) – наличие в номинации компонента жаргонизма *бабло*, обозначающего деньги, и устойчивого сочетания *денежное изобилие* во второй части;

НажРУСЯ (*Руслан, который всегда хочет есть*) – в номинации – просторечный компонент *жрать* (жадно есть), в толковании – устойчивое нейтральное сочетание *хочет кушать*;

ЗалипАНЯ (*Аня, которой не дозвониться*) – сленговый элемент *залипать* (в телефоне) с толкованием, отсылающим к типичной для современного общества проблемной коммуникативной ситуации, когда человек, смотрящий в телефон, отклоняет входящий вызов абонента, чтобы не прерывать просмотр;

Поп-АРТУР (*Артур, который знает толк в женской красоте*) – использование в номинации эвфемизма, коррелирующего с фразеологизмом *знать толк* во второй части;

НервомоТАНЯ (*Татьяна, которая умеет оказывать психологическое давление*) – корреляция с разговорным устойчивым выражением *мотать нервы* и клишированное выражение *оказывать психологическое давление*, свойственное официально-деловому стилю;

МАШАлеть (*Мария, которая постоянно удивляет*) – нейтральный глагол *удивлять* позволяет переосмыслить трансформированную номинацию, содержащую искаженное написание просторечного глагола *ошалеть*.

Такое соединение разностилевых компонентов, разностилевая двуплановость в рамках одного текста является одним из средств создания лингвистической креативности и усиления прагматического эффекта.

Бывает и так, что номинация, содержащая элемент разговорного стиля, является стилистически конвергентной толкованию:

ЗажиГАЛЯ (*Галя, которая может* ***отжечь***);

ИЛЬЯрд (*Илья, у которого* ***прёт***).

Лингвистическая креативность подобных текстов может проявляться посредством использования латиницы в номинации, то есть на уровне графического оформления, способствующего порождению креативных смыслов:

LaCOSTYA (*Очень модный Константин*) – отсылка к бренду Lacoste;

ВИКend (*Виктория, которая идет до конца*) – от английского *end* – конец;

NumberВАНЯ (*Самый умный и красивый Иван*) – по созвучию с общеупотребительным английским оценочным выражением *number one* – номер один;

ВЛАД is love (*Влад, которого все любят*) – по созвучию полного варианта имени Владислав с широко известной фразой *What is love* из одноименной песни исполнителя Haddaway;

WOW!А (*Эффектный Владимир*) – по созвучию короткой формы имени Вова с английским междометием WOW!, выражающим восхищение.

Иногда латиница может заменяться кириллической калькой:

НайсТуМИТЯ (*Дмитрий, которого всегда приятно видеть*) – калькированная фраза с английского языка *Nice to meet you* (рад встрече), где смысловой глагол *meet* созвучен с короткой формой имени Дмитрий – *Митя*.

Структурные особенности юмористической дефиниции как субжанра характеризуются наличием в толковании номинации имени адресата и его характеристики посредством определений или определительной придаточной части:

КрасотОЛЬКА (***Красивая*** *Ольга*);

АННАконда (*Аня,* ***которую лучше не злить***).

Отметим, что главным критерием соединения имени собственного с именем нарицательным является созвучие их отдельных компонентов, из чего можно сделать вывод о том, что «дефинирование» нового слова априори является вторым этапом создания текста, обусловленным семантикой трансформированной номинации.

ФламИНГА (*Инга, с красивой фигурой*);

ТИГОРЬ (*Экспрессивный Игорь*);

ГраНАТА (*Бомбическая Наталья*);

БрЮлик (*Бесценная Юля*);

ВИКусь (*Вика, которую лучше не доводить*).

Таким образом, юмористическая дефиниция имеет ряд структурно-семантических особенностей, выполняет, помимо поздравительной, ярко выраженную юмористическую функцию, которая поддерживается посредством креативного использования языковых средств. Юмористическая дефиниция, с одной стороны, является результатом массовой лингвокреативной деятельности; с другой стороны, выступает средством ее популяризации:

ТорНАДЯ (*Активная Надежда*) – созвучие имени со стихийным природным явлением – торнадо;

ПьЮЛИЯ (*Неопределившаяся Юлия*) – фраза *Пью ли я*, написанная без пробелов и в таком виде содержащая полную форму имени Юлия;

АНТОНим (*Поперечный Антон*) – имя, «вписанное» в лингвистический термин, значение которого объективируется в толковании трансформированной номинации;

Шах Мат вей (*Очень умный Матвей*) – от фразеологизма шах и мат, употребляемого в адрес противника в ситуации выигрыша, победы.

Подобные лингвокреативные тексты выполняют также функцию «коммуникативного обольщения» (Ремчукова, 2013, с. 84), которая состоит в следующем. Автор текста выбирает такую комбинацию лингвистических средств, которая «кодирует» исходную семантику, смещая смысловые акценты. В процессе декодирования текста адресату приходится «разгадывать» исходную авторскую пропозицию, что в итоге приводит к эффекту узнавания, «разгадки» смыслов текста, отчего адресат испытывает всплеск положительных эмоций, «обольщенный лингвистически». Исходя из указанного параметра юмористической дефиниции, данный субжанр следует отнести к непрямой коммуникации, которая «требует дополнительных интерпретативных усилий со стороны адресата» и включает два обязательных аспекта: креативность и условия ситуации общения, влияющие на прочтение высказывания (Балашова, Дементьев, 2022, с. 20). Исследователи отмечают: «С одной стороны, суть жанра состоит в том, чтобы выражать речевой стандарт (ограничивает индивидуальность, заставляет “говорить как не все”), с другой – в некоторых случаях поощряется и даже требуется творчество» (Балашова, Дементьев, 2022, с. 97). Юмористическая дефиниция относится к числу тех жанров, где творчество в виде проявления лингвистической креативности необходимо для достижения желаемого коммуникативного эффекта.

В некоторых случаях первый компонент содержит прецедентные номинации, для понимания которых необходимы фоновые знания, определенный культурный контекст:

Катико (*Катя, которая очень ждет море и солнце*) – трансформированная номинация прецедентного имени Хатико, отсылающего к истории о собаке, которая 9 лет ожидала своего умершего хозяина;

МАКАРена (*Макар, с которым не соскучишься*) – от названия популярной в начале 1990-х годов песни “Macarena” музыкальной группы “LosdelRio”;

КокаКОЛЯ (*Николай, который всегда*) – от названия всемирно известного бренда напитка Coca-Cola, использующего слоган «*Всегда Coca-Cola*»;

ВИКАпедия (*самая умная Виктория*) – отсылка к популярному в России электронному ресурсу «Википедия», на котором можно найти любую информацию;

ГАГАРИН (*Юрий, который всегда и во всем первый*) – фамилия первого в мире космонавта, подходящая, по мнению автора, для называния всех носителей имени Юрий;

Петроградный Меркурий (*Петр, рядом с которым происходят необычные вещи*) – искажение устойчивого выражения *ретроградный Меркурий*, являющегося астрономическим явлением и используемого в эзотерике для обозначения временных отрезков, в которые происходят различные аномалии.

Таким образом, для понимания подобных текстов в некоторых случаях необходимы знания культурного контекста (Тахватулина, 2024), поскольку юмористическая дефиниция как субжанр аккумулирует коды массовой культуры.

Заключение

Итак, на основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Появление в поздравительном дискурсе юмористической дефиниции как субжанра связано с возросшей ценностью малоформатного текста, который может быть нанесен на любой предмет (в том числе на предмет дарения) и с помощью которого можно достигать различных коммуникативных целей (например, поздравить

человека, преподнеся ему «говорящий» подарок, при этом не сказав ни слова). Малоформатность породила лингвистическую креативность, поскольку ограниченность текстового объема сформировала новые структурно-композиционные особенности подобных текстов, позволившие «зашифровывать» исходные авторские пропозиции. Малоформатность и лингвокреативность выступают базовыми текстологическими характеристиками юмористической дефиниции как субжанра.

Юмористическая дефиниция обладает всеми жанрообразующими признаками и на структурно-семантическом уровне характеризуется вербализацией креативного имени и его обоснования в виде толкования, содержащего характеристику адресата; оформленной композицией, включающей креативную номинацию и ее дефиницию с использованием определений или определительной придаточной части; основополагающим принципом создания креативной номинации – созвучием компонентов имени собственного и нарицательного; использованием латиницы и калькированием иноязычных элементов для усиления прагматического эффекта. Субжанр реализует в рамках поздравления юмористическую функцию, а также функцию «лингвистического обольщения», обусловленную высоким уровнем лингвистической креативности.

Юмористическая дефиниция – это субжанр современного поздравительного дискурса, представляющий собой текст, который состоит из креативной номинации – лексической единицы (знаменательной части речи) и ее юмористического толкования. Правомерность выделения юмористической дефиниции как субжанра обоснована проведенным анализом.

Уникальность анализируемых текстовых новообразований позволяет говорить о широком жанровом разнообразии современного русского языка, трансформации дискурсивных практик, в которых фиксируются черты массового сознания его носителей.

Перспективой дальнейшего исследования является изучение особенностей функционирования юмористической дефиниции как субжанра на примере дефинирования других понятий, например знаков зодиака, а также выявление и описание иных текстовых новообразований современного языкового пространства.

Источники | References

1. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Русские речевые жанры. Изд-е 2-е. М.: ЯСК, 2022.
2. Гридина Т. А., Коновалова Н. И. «Читаем знаки»: аспекты восприятия игрового поликодового текста в пространстве современного города // Научный диалог. 2022. Т. 11. № 8.
3. Гурова И. В. Лингвистический креатив в «Живом журнале» (на примере блога Е. Касперского) // Уральский филологический вестник. Серия: Язык, система, личность: лингвистика креатива. 2020. Вып. 29. № 2.
4. Дементьев В. В. Ковид-анекдоты в Рунете: тематические и структурные типы // Коммуникативные исследования. 2021. Т. 8. № 4.
5. Дементьев В. В., Седов К. Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Саратов: Колледж, 1998.
6. Зырянова И. Н., Чернавский А. С. Генеративные языковые модели и феномен антропоцентризма – новые перспективы лингвистической парадигмы «Posthumano» и «общего/сильного» ИИ // Известия Байкальского государственного университета. 2024. Т. 34. № 1.
7. Иванян Е. П. Проблемы лингвоэкологии в свете лингвистики креатива // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2018. № 2.
8. Непомнящих Е. А. Двухфазовые креативные тексты как новый жанр поздравительного дискурса // Филология и культура. Philology and culture. 2024. № 2.
9. Ремчукова Е. Н. Массовый лингвокреатив: преодоление стандарта // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. № 2.
10. Тахватулина К. А. О цивилизации, культуре и цивилизованности // Global & Regional Research. 2024. Т. 6. № 4.
11. Терских М. В. Приемы слоганистики в социальной рекламе: структурные и содержательные особенности // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 2.

Информация об авторах | Author information

RU

Непомнящих Екатерина Александровна[1], к. филол. н., доц.
[1] Байкальский государственный университет, г. Иркутск

EN

Ekaterina Alexandrovna Nepomniashchikh[1], PhD
[1] Baikal State University, Irkutsk

[1] *trunova.k_86@mail.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 14.02.2025; опубликовано online (published online): 28.03.2025.

Ключевые слова (keywords): юмористическая дефиниция; субжанр; двухфазовый текст; лингвистическая креативность; поздравительный дискурс; humorous definition; subgenre; two-phase text; linguistic creativity; congratulatory discourse.