***Изучите данный ниже материал, сопоставьте его с аудиторными лекциями. Выделите новое. Проиллюстрируйте положения лекции своими примерами.***

**Креативная лингвистика, или лингвистика креатива**

**(6 часов)**

**Вопросы**

1. Объект и предмет креативной лингвистики. Понятие "креативный" в различных сферах общественной деятельности.
2. Язык как творчество: лингвокреативное мышление; креативная функция языка; соотношение креативной функции и эстетической функции языка.
3. Окказиональные и потенциальные явления в языке и речи.
4. Морфология в аспекте креативной лингвистики. Морфологические ресурсы русского языка в аспекте грамматики креативного типа.
5. Синтаксис в аспекте креативной лингвистики. Синтаксический потенциал русского языка в аспекте грамматики креативного типа.
6. Творческие типы речи с позиций креативной лингвистики: поэтическая и разговорная речь как некодифицированные сферы языка; реклама как особый речевой жанр, максимально использующий креативный потенциал языка.
7. Язык СМИ в аспекте креативной лексикологии и грамматики.

**Литература**

***Основна***

1. Апресян Ю.Т. Языковые аномалии: типы и функции //Res philologica. Филологические исследования. Памяти Г.В. Степанова / Под редакцией Д.С. Лихачева. М., 1990. С. 50-71.
2. Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург. 2002.
3. Гридина Т.А. Языковая игра // Сб. "Стереотип и творчество". Екатеринбург. 1996. С. 7-13; С.101-112.

# Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2008. 262 с.

1. Крылова О.А., Ремчукова Е.Н., Трофимова Г.Н., Иссерс О.С. Современные проблемы филологии. М.: РУДН, 2008. 243 с.
2. Культура профессиональной речи: учебное пособие/ под ред. Н.Ю.Тяпугиной. М.: Флинта: Наука, 2014. 510 с.
3. Норман Б.Ю. Грамматика говорящего. СПб, 1994. С.3-19; 175-205.
4. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка. М., 2006. С.208-252.
5. Ремчукова Е.Н. Креативный потенциал русской грамматики. М., 2005, С. 5-39; 103-123; 130-148; 307-315.
6. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 2002. 552с.
7. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца ХХ века. СПб, 2002. С. 171-198.

***Додаткова***

Актуальные проблемы современной лингвистики.  
Учебное пособие. Составитель Л.Н. Чурилина.  
6-е издание, стереотипное*.*

Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. Русский язык и культура речи. Саратов, 2001.

Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. М.: Знак: Языки славянских культур, 2008. 232с.

Лысакова И.П. Язык газеты: социолингвистический аспект. Л.: ЛГУ, 1981. 103 с.

Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // *Филологические науки*. 2001. № 3. С. 56-65.

Харченко В.К. Современная речь: монография. М.: Изд-во Литературного института им. А.М. Горького, 2006. 158 с.

**СЛОВАРИ**

1. Балакай А.Г. Словарь русского речевого этикета. М., 2006.

2. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. М.: Эксмо-пресс, 1999. 1308 с.

3. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. 688 с.

4. Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003. 423с.

5. Рождественский Ю.В. Словарь терминов. Общество. Семиотика. Экономика. Культура. Образование. М.: Флинта: Наука, 2003. 112с.

6. Трофимова З.С. Словарь новых слов и значений. – М.: Павлин, 1993. 320 с.

**1. К определению понятия "креативная лингвистика"**

Термины "креативная лингвистика" и "лингвистика креатива" не являются вполне устоявшимися, но, тем не менее, широкоупотребительными: круг явлений, которые рассматривается в рамках определяемого ими актуального направления в современной русистике, уже очерчен, а интерес к ним русистов является неизменным. См., например: монографии "**Креативный** потенциал русской грамматики" [Ремчукова, 2005] и "Прецедентные тексты как инструмент **креативности** в современной публицистике"\*; материалы Международной научной конференции "Язык. Система. Личность: **Лингвистика креатива"** (Екатеринбург, 24-26 апреля 2008 года), посвященной изучению лингвокреативной деятельности в современной научной парадигме.

Слово "**креатив**" появилось в русском языке в 90-х годах XX века в рекламном бизнесе как калька с английского "creative" - творчество; прошлые, сопутствующие или последующие характеристики процесса, в результате которого человек или группа людей создает что-либо, не существовавшее прежде"\*.

Это заимствованное слово, несмотря на его активность в современной речи, пока отсутствует в современных толковых словарях (см., например, Большой толковый словарь русского языка 2002), хотя о креативности современного сознания, о креативном типе личности уже написаны сотни социологических и психологических исследований1. Автор книги "Креативность в паблик рилейшенз" Энди Грин так определяет креативность: "Креативность - это то, что делают люди, признанные креативными личностями; это творческий процесс и результат; часто обозначение чего-то излишне экстравагантного"\*. Наиболее точными исконно русскими синонимами являются слова созидающий, создающий: креативный директор, креативный продюсер - это, прежде всего, авторы идей. См. интервью с композитором С. Губайдулиной: "Мы жили в ненормальной ситуации, умертвляющей нас! Я отлично сознавала, что в нас вытравливают **креативность**, убивают все, что в нас есть от творцов".

Слово **креативный** нашло свое место в толковых словарях, фиксирующих языковые изменения последнего времени, в которых ему приписывается два взаимосвязанных и взаимообусловленных значения - созидательный и художественный, творческий.\*. Использование этого термина в лингвистике позволяет адекватно представить как единое целое творческий потенциал языковой личности и творческий, созидающий характер самого языка, допускающего, по словам В. фон Гумбольдта, свободное использование "только в рамках своего характера".

Для современной лингвистики характерен устойчивый интерес к сфере **речетворчества,** в которой реализуется и потенциал системы языка, и потенциал самого говорящего (обусловленный, в том числе, его лингвистической интуицией), благодаря чему сегодня наука "вторгается" в живые языковые процессы, для которых характерны разного рода инновации (окказионального и потенциального характера), метафоризация, языковая рефлексия, языковая игра. Именно такой подход ("язык in potentia, а речь – in praesentia", по И.А. Бодуэну де Куртенэ), предполагающий последовательное исследование двух диалектически связанных объектов - языковой системы и речевой деятельности, позволяет наглядно продемонстрировать, что только "благодаря системе, на ее фоне мы получаем удовольствие от действительной игры слов, поэтических образов, метафор, остроумных неожиданностей"\*. Креативная функция языка связана с **лингвокреативным мышлением** (ЛКМ). К факторам креативности языкового мышления относятся 1) оригинальность (способность продуцировать ассоциации); 2)семантическая гибкость - способность предложить новое использование функции объекта и 3) "семантическая спонтанная гибкость" - способность продуцировать разнообразные идеи в сравнительно неограниченной ситуации\*.

**ЛКМ** представляет собой тип словесного мышления, при котором, "используя различные ассоциативные связи, человек довольствуется уже имеющимися звуковыми комплексами, реализуя тем самым ассоциативный потенциал языкового знака в области связи между формой и содержанием"\*. Такой тип мышления побуждает индивида к использованию потенциала языковых единиц. Выделяют следующие признаки **ЛКМ**: 1) оперирование единицами языка на основе ассоциативных сближений; 2) реализацию потенциала языка в области конструирования и варьирования форм и значений (но с учетом правил аналогии); 3) проявление тенденции к нарушению языкового стандарта в речевой деятельности (как коллективной, так и индивидуальной).

Проиллюстрируем последний признак примерами. В области русской морфологии, обладающей развитой системой словоформ, это проявляется в "настойчивой" коррекции формообразования тех или иных слов, в парадигме которых какие-либо формы отсутствуют, так как они не приняты в узусе. В узусе нет "мечт" (род. п. мн. ч. слова мечта), одной "джинсы" (ед. ч. существительного pluralia tantum "джинсы"), спрогнозировать (совершенный вид глагола "прогнозировать"), одиноче (формы компаратива прилагательного "одинокий"), но возможности языковой системы позволяют говорящему, когда это необходимо с точки зрения смысла или экспрессии высказывания, достаточно свободно образовать эти формы на основе аналогии (см. признак 2).

**2. Креативная функция языка**

Креативная функция языка (КФЯ) формируется в тесном взаимодействии с экспрессивной функцией (ориентированной на отправителя и связанной с его чувствами), с функцией воздействия (модальной), и с эстетической (ЭФЯ)\*. Уточним, как соотносятся ЭФЯ и КФЯ. ЭФЯ выделяют, прежде всего, по отношению к поэтическому языку: "Поэтическая, или эстетическая, функция характеризуется направленностью на само сообщение… Эстетическая функция языка, его поэтичность, характеризующиеся развитой системой метафоричности, семантической многоплановости, исторически восходят к мифологии"\*.

Поэтический язык как эстетический феномен характеризуется звуковой организацией (ритм, рифма), образностью (тропы, семантическая многоплановость), композиционной конструктивностью - все это важнейшие составляющие лингвокреативности.

Как представляется, КФЯ проявляется в более широкой зоне творчески ориентированных типов речи (это могут быть разговорные, рекламные, публицистические тексты), т.е. выходит за пределы собственно художественного текста, на который, прежде всего, направлена ЭФЯ. Например, следует отметить, что существенное различие между поэтическим и не поэтическим текстом состоит в том, что в поэзии неузуальные языковые средства могут иметь выраженный системный и концентрированный характер как в идиостиле того или иного поэта, так и в конкретном поэтическом произведении, а в текстах других стилей и жанров они, как правило, не являются доминирующими и текстообразующими единицами, часто имеют "штучный" характер. См., например, регулярное употребление форм множественного числа абстрактных существительных (ревности, верности, мраки и т.п.) в поэзии Серебряного века и возможность употребления в заголовке такой формы, связанной с конкретизацией лексического значения абстрактного существительного шарм: **Шармы** нового политического курса.

Возможно и несколько иное понимание креативной функции языка. Так, Б.Ю. Норман определяет ее как ситуацию, в которой "языковые сущности оказываются первичными по отношению к сущностям внеязыковым, т.е. к явлениям объективной действительности"\*. Согласно Б.Ю. Норману, креативная функция языка наиболее ярко проявляется: при материализации грамматического рода - воплощении его в пол в искусстве ("зрительная персонификация"), в языке художественной литературы (семантический перенос в лексике, грамматике); в сфере "вербальной мифологии" (верования, обычаи и т.п.); при выборе имени (истинная / ложная этимологизация, степень благозвучия…); в развитии общественно-политической терминологии действительности\*.

**3. Творческие типы речи**

Ресурсы языка оказываются реализованными в той совокупности типов русской речи, для которой характерно творческое использование языковых средств. В этой совокупности, объединяющей в своем составе такие речевые произведения, как разговорные, поэтические, публицистические, художественно-публицистические, эпистолярные, научно-популярные и рекламные тексты с их жанровыми разновидностями (интервью, заголовки, слоганы и др.), обнаруживается общий набор не только узуальных (лексических, грамматических, стилистических), но и неузуальных языковых средств. Обращение к многожанровому языковому материалу помогает понять общие закономерности функционирования системы языка, с одной стороны, и ее потенциальные возможности, обусловленные потребностями живой речи, - с другой. Проиллюстрируем это положение примерами.

**А)** Языковым средствам **рекламного текста** присущи выразительность, экспрессивность, эмоциональная окрашенность, оценочность. Формы сравнительной степени имени прилагательного (формы компаратива), а также слова и словосочетания для обозначения различных степеней проявления признака необходимы рекламе. Именно поэтому коррекция грамматических свойств относительных прилагательных в связи с развитием у них качественных и, как следствие этого, - оценочных значений, находит отражение в языке рекламы, для которого использование нестандартных форм компаратива является важнейшим средством квалификации предмета: **Ягоднее** ягод (реклама морса); Куда они спешат? - На новый аром ат"Fairy"! **Яблочнее** яблок! **Лимоннее** лимонов! Так как рекламный текст нуждается и в возможности выражения высокой степени проявления признака предмета, в нем встречаются и потенциальные формы превосходной степени: **Самый игрушечный** магазин Катюша! (реклама детского магазина); **Самый провансальный** "Провансаль" (реклама майонеза); **Самый сумчатый** магазин (реклама магазина сумок).

**Б)** Подобные неузуальные формы компаратива и суперлатива распространены и в **разговорной речи**: говорящий, нуждаясь в разнообразных и ярких средствах выражения оценки, легко преодолевает ограничения, связанные с возможностью образования необходимой синтетической формы - более компактной и выразительной в своей "неправильности", чем аналитическая: **Вечней** вражды арабов и евреев борьба народа с властью; Актер хороший, но некрупно играет, нет объема. Герой должен быть шире, **общее**, чем просто актер (Огонек, март, 2003) (ср. более вечные и более общие). Степень "креативности" такой формы усиливается, если она образуется от существительного: Алсу **звездее** Агилеры; Наш цирк **циркее** всех цирков! (из телепередач).

**В)** Среди инноваций, присущих языку современной **газеты**, встречаются творческие "неправильности" (парадигматические или синтагматические) как в самих текстах, так и в заголовках: "В **каждой мужчине** скрывается женщина" - интригующий заголовок статьи, в которой речь идет о возможностях театрального грима; "Конвейер **человеков**" - заголовок статьи о клонировании. В каждом случае предпочтение нестандартной формы представляется мотивированным: так как клонов нельзя назвать людьми, употребляется несупплетивная форма мн. ч. человеки.

**Г)** Общая прагматическая установка такого жанра, как **интервью**, - дать интересную информацию о ком - или о чем-либо - определяет и оправдывает широкий набор языковых средств, разностильных элементов, смешение и совмещение в одном тексте разных стилистических приемов, вольное обращение со словом, языковую игру и т.д.1 Возрастание личностного начала и диалогичности общения определяют проявления лингвокреативного мышления в жанре интервью с людьми творческих профессий - актеров, режиссеров, писателей, а также в жанре воспоминаний известных людей, рассчитанных на определенный круг образованных читателей. Фактор реального или предполагаемого собеседника оказывается важнейшим для проявления языковой компетенции автора. Приведем некоторые примеры употребления неузуальных грамматических форм в жанре интервью с известными людьми: Любить человека надо таким, какой он есть, потому что других **человеков** у нас не будет (режиссер А. Кончаловский); Но я никогда не смотрела на мужчин как на возможных последующих мужей или любовников. Я почему-то смотрела на них… как на **человеков** (актриса Ольга Остроумова); - Вас носили на руках? - Я не очень любила "**носиться"** (балерина Е. Максимова); Кажется, что сам становишься участником **описуемых** событий (режиссер А. Сокуров); Сейчас нет никаких **дружб,** одни приятельства (режиссер и актер И. Дыховичный); Любить-то легко - **разлюбливается** трудно. Мало войти в любовь - надо уметь из нее выйти (писательница М. Арбатова); Верите вы в чудеса? **Чуды** - это охломоны, которые растут у меня (актер Михаил Трухин); Вы говорите, что ничего таинственного нет, но ведь в нашей жизни масса таких настоящих **чуд**! (режиссер Роман Виктюк рассуждает о таинственном и необъяснимом в нашей жизни); Если человек беден - он легко **прогнозируем** и потому управляем (писательница Т. Толстая); Я не выбирал ему профессию - она **выбралась** сама (журналист Генрих Боровик о сыне Артеме).

**4.Понятие языковой аномалии. Языковая игра: типы и функции**

**4.1. Аномальными** называют явления, которые нарушают какие-либо сформулированные правила или интуитивно ощущаемые закономерности. В филологии существует давняя традиция изучения языковых аномалий, которые еще в античной риторике рассматривались как выразительное средство языка. В лингвистике аномалией называется нарушение правила употребления какой-то языковой или текстовой единицы. Типы и функции аномалий представлены в статье Ю.Т. Апресяна "Языковые аномалии: типы и функции"\* и в книге Т.В. Булыгиной и А.Д. Шмелева "Языковая концептуализация мира на материале русской грамматики"\* 1. Аномалии могут быть представлены на любом уровне языка. С точки зрения лингвистики креатива, представляет интерес деление морфологических, синтаксических, семантических, прагматических и других аномалий на **ненамеренные** (погрешность, ляпсус, речевая небрежность) и **намеренные** (авторские): последние являются важнейшей составляющей лингвистики креатива. Их особенностью является то, "что они выполняют какие-то полезные функции в соответствии с замыслом их автора… и говорящие идут на них сознательно, чтобы добиться определенного эстетического или интеллектуального эффекта. Авторские аномалии используются как выразительное средство, в частном случае - как средство **языковой игры**. К ним относятся многие стилистические фигуры и приемы, включая метафору, оксюморон, некоторые виды каламбуров"\*.

Креативная функция авторской аномалии наиболее отчетливо обнаруживается в художественном тексте: обусловленная художественной задачей (в следующем примере – созданием речевого портрета персонажа), она допускает даже крайние случаи "рассогласования" в роде между прилагательным и существительным: "Кассиан Дамианович видел ее и, морщась, поглядывая на Саула, старался внести разрядку. Он берег своего хорошего собаку (В. Дудинцев. Белые одежды).

Языковая аномалия выполняет креативную функцию и за пределами художественного текста. Так, замена привычной сочетаемости на факультативную актуализирует определенную зону семантики падежа, что может быть связано с "уподоблением" несоотносимых на первый взгляд лексем: (заголовок) **О чем стреляли** в Ташкенте? (ср. из-за чего стреляли? и о чем спорили?); - Они там танцевали раздетыми. - И **во что** же они были **раздеты**? (лексемы одеть и раздеть антонимичны).

**4.2. Языковая игра (типы, функции, жанровые реализации).**

Интерес к игровому фактору актуален для многих наук - для лингвистики, семиотики, литературоведения, культурологии, социологии, психологии. В своей работе "Homo Ludens" Й. Хёйзинга пришел к выводу о всеобщности игрового (**людического**) принципа в культуре, распространяющегося на философию, политику, искусство, право и все другие сферы человеческой деятельности\*.

Автор термина **"языковая игра"** - австрийский философ Людвиг Витгенштейн (Ludwig Wittgenstein), основоположник двух этапов становления аналитической философии ХХ века - логического и лингвистического. В современной науке понятие языковой игры получило двоякое толкование: широкое, философское (вслед за Л. Витгенштейном) и узкое, собственно лингвистическое 2. ЯИ является реализацией **людической** (игровой) функции языка, которую можно рассматривать как частный случай креативной.

**Языковая игра** (**ЯИ**)- как форма лингвокреативного мышления - связана с экспериментом над языковым знаком на основе различных приемов его трансформации и интерпретации: "В основе понимания языковой игры лежит представление о ней как о процессе направленного (программирующего) ассоциативного воздействия на адресата, достигаемого при помощи различных лингвистических механизмов"\*. Многоплановость ЯИ делает затруднительным ее непротиворечивое и исчерпывающее определение.

В русистике понятие ЯИ активно используется после выхода в свет монографии "Русская разговорная речь" (1983). Собственно лингвистическое понимание природы и функций ЯИ нашло отражение в двух монографиях конца ХХ века - В.З. Санникова\* и Т.А. Гридиной\*, а также в различных словарях и справочниках\*. Основную функцию ЯИ видят в создании **комического эффекта**, следовательно, в самой игре - прежде всего языковую шутку3. Такой подход представляется достаточно узким, так как комический эффект, или балагурство, - лишь одна из функций ЯИ, однако достижением этой цели она не исчерпывается, выступая не только как реализация экспрессивной функции языка, но и эстетической, связанной со стремлением добиться образности и выразительности речи: она может служить для более точной передачи мыслей, для образной и выразительной передачи сообщения\*.

Принято различать балагурство и **острословие**, при котором "необычная форма выражения связана с более глубоким выражением мысли говорящего"\*. Например, балагурство связано с тем, что называют "веселой грамматикой", - с различными трансформациями (иногда деформациями) парадигматического характера, к которым относятся игры со словоформой, не затрагивающие смысловой план высказывания. Цель подобных парадигматических шуток - усиление экспрессивности речи: Ой, как вафель - **вафлей** хочется! Наибольший интерес представляет именно острословие. Например, в речи достаточно регулярно употребляется форма сравнительной степени наречия "странно"- страннее - нестандартная форма экспрессивна и, кроме того, усиливает качественное значение и однокоренного предикативного наречия в положительной степени: (об актере Марлоне Брандо)… Да и его самого, заплутавшего в лабиринтах времени и попавшего совсем в другую эпоху - размеренную и суетную, мещански благополучную и сытую… **Странно**, что эта эпоха его не заметила, еще **страннее**, что ему удалось сыграть эту эпоху как бы от противного, сражаясь с ней по большим и мелким поводам (Итоги, 2004, июль). Таким образом, при острословии важен не столько нестандартный языковой элемент сам по себе, сколько его экспрессивно-прагматический интерпретационный потенциал.

Одни и те же неузуальные образования могут быть предметом и балагурства, и острословия. В современной речи активно употребляется несупплетивная форма мн. ч. человеки (ср. в узусе: человек - люди) - то в качестве языковой шутки (Сколько **человеков** - столько и чебуреков!), то в целях острословия (Это совсем разные вещи: есть люди - а есть **человеки**).

Таким образом, ЯИ в широком смысле слова выступает как вид лингвистического "остроумия", изобретательства, связанного с отклонением от нормы (различные имитации, создание потенциальных и окказиональных слов и т.п.), с которым связано подлинно творческое проникновение в языковой канон. ЯИ вездесущна и потому, что освоила все языковые уровни - фонику, словообразование, лексику, синтаксис.

Менее известные формы языковой игры связаны с принципами организации целого текста\*. И балагурство, и острословие реализуются в большом количестве стилистических приемов: балагурство - рифмовка, фонетические деформации слов, "веселая грамматика", прием речевой маски (например, диалектной или просторечной); острословие - стилистический контраст, нарушение закона сочетаемости слов, словообразовательная игра, паронимическая аттракция и др. Широкое понимание ЯИ предполагает ее реализацию не только на всех уровнях языковой системы, но и в аспекте логических категорий (паралогика): Пиво с утра не только вредно, но и полезно\*.

Таким образом, **ЯИ - это творческое (нестандартное, неканоническое) использование языковых единиц для создания остроумных и эстетически значимых высказываний.** Языковая игра предстает как явление, соединяющее в себе три аспекта: языковая **схема** - осознание говорящим внеконтекстуальных отношений между языковыми единицами; языковая **норма** - знание о стандартных реализациях этих отношений, закрепленных как каноны "образцового" употребления и порождения языковых единиц; языковой **узус**- знание о реальном для различных сфер речевого общения функционировании единиц. Эта триада "схема-норма-узус", при которой в реальности норма и узус далеко не всегда совпадают, имеет важное значение для понимания сущности ЯИ.

**5. Языковая игра в текстах СМИ. Категория рода в аспекте ЯИ**

**5.1.** Разные типы языковой игры в полной мере востребованы в текстах современных СМИ, что определяется их особенностями - стилевой направленностью, стилистическим динамизмом, эмоциональностью и оценочностью. "Журналисты играют со словами и в слова в поисках свежих, необычных номинаций для лиц и фактов, ломая традиционные модели словообразования, грамматики, синтаксиса, снимая табу на сочетаемость слов. Игровая, карнавальная стихия реализуется и в языковой раскрепощенности и вседозволенности. "Попрание границ" происходит на территории "нормы языка". Примечательно, что здесь показателем мастерства становится не сам факт отступления от канона... Новая организация языковых элементов, нетрадиционные способы номинации связаны с поисками содержательной глубины изложения и с преодолением автоматизма при восприятии фактов языка"\*.

В текстах СМИ самым распространенным является такой тип ЯИ, как **словотворчество**. Тексты заголовков часто служат средством актуализации различных сторон словообразовательного механизма: Чудесная страна **Вообразилия**! (вообразить + Бразилия); В России уже была семибоярщина (при Лжедмитрии) и **семибанкирщина** (при Ельцине); Загадочное **миро-приятие**. Борьба за читателя начинается с заголовков, что объясняется их "рекламно - вербующей функцией" (В.Г. Костомаров). Любая лингвистическая находка в заголовке сразу обнаруживает свои достоинства. Так, статья к юбилею актера и режиссера М. Козакова называется "**Инародный** артист" (Итоги, 2004, октябрь) - такое название обязательно оценит "просвещенный" читатель.

В то же время в современной прозе ведущими принципами реализации языковой игры становится выдвижение на первый план звуковой организации контекста (аллитерации, ассонансы, повторы-отзвучия, паронимическая аттракция и др.) и высокая степень интертекстуальности произведения.

**5.2. Категория рода в аспекте ЯИ.** Словообразовательные средства играют важную роль в выражении грамматического значения рода, поэтому словотворчество в рамках этой категории является одним из востребованных типов языковой игры. Так, в современной поэзии, а также в разговорной и публицистической речи активно используется системно обусловленная способность русских существительных мужского рода к образованию родовых "пар" и за пределами узуса в тех случаях, когда нормативное образование со значением "женскости" отсутствует. Данное явление можно назвать **родовой гиперкорреляцией**, под которой понимают стремление языковой системы представить категорию рода более коррелятивной, чем предлагает узус: "…в системе языка есть вполне четкие деривационные модели, но родовая соотносительность выражена нерегулярно, и открыт широкий простор для заполнения пустых клеток системы"\*: остроумцы и **остроумицы** (Михаил Мишин. Огонек, 2006, №13); казнокрады и **казнокрадки** (Дмитрий Быков. Огонек, 2006, №10). См. также: инвалида безногая (В. Дудинцев. Белые одежды); людоедица (М. Цветаева); редактриса (Д. Рубина), критикесса (В.Аксенов), авторесса (В Вишневский).

Лакуна в родовой корреляции слова человек побуждает к поиску словообразовательных модификаций, диктуемых значением самого существительного: Кругом тишина непролазная, природа угрюмая спит, а тут **человека** образная улыбкой во тьме шелестит; …Ты избрана стать **человекою**, праматерью всяких людей, и всем, что летает и бегает, отныне и присно владей (А. Левин). Полученное слово закрепляется включением в парадигму субстантивов женского рода (человекою, праматерью). См. аналогично: псих со своей **психой** (Ф. Кривин).

Такие корреляты частотны в современном поэтическом тексте: "Любовное послание главбух(**хше**)"(название стихотворении В. Вишневского); Что снится **торгашке** спрессованной…; Сидят три девы - **стеклодувши** / С шестами, полым внутри (А. Вознесенский); Спите крепко, палач с **палачихой**! / Улыбайтесь друг другу любовней! (Ин. Анненский). И с пожеланьями благими / субботу каждую меня / будили две **геологини** / и водружали на коня (Е. Евтушенко). Умненькая **учица**, над столом склоненная, щурится, **очкарица**, **вредница**-**ехидница** (А.Левин).

В поэзии встречаются и словообразовательные окказионализмы женского рода, образованные от таких существительных мужского рода, которые в норме вообще не выражают половых различий - посланец, пришелец: Пока в груди болот скрывает ряска ранку, / Иван сквозит зрачком стоячих вод **посланку** (М. Крепс); О Муза бойкая **пришлица /** меняющая живо лица (А. Ровнер).

В приведенных примерах субстантив посланка, очевидно, является парным соответствием существительного мужского рода посланец, образованного при помощи суффикса -к- (ср.: комсомолец - комсомолка). Аналогично окказионализмы пришлица и очкарица предстают как отсутствующие в норме женские корреляты существительных пришелец и очкарик (пришелец - пришлица, очкарик - очкарица), образованные при помощи суффикса -иц по модели типа ученик - ученица\*.

Однако в современной речи (не только поэтической) нарушается запрет и на образование коррелятов мужского рода-пола, например: **кариатид** (А. Вознесенский), **кухарь** (Ф. Кривин); **свах** (телесериал "Улицы разбитых фонарей", Россия, 1999); **мегер** (телесериал "Моя прекрасная няня", Россия, 2005); **снегур** (телепрограмма "Пока все дома", декабрь 2004), **кокет** (Явлинский - политический кокет (радио)), Художница и ее **муз** (заголовок статьи в журнале "Огонек", №9, 2002). Николай Цескаридзе - **прим** Большого театра (Новости, "Первый канал", 14 ноября 2006).

Во всех этих случаях рождение окказиональных и потенциальных слов обусловлено ситуацией языковой игры: говорящий играет с формой речи и результатом этой игры является создание не только комического, но и эстетического эффекта, пусть даже самого скромного. Таким образом, при определении феномена ЯИ необходимо учитывать ее связь с активностью языковой личности - носителя языка.

**6. Окказиональное и потенциальное. Окказиональность и окказионализмы**

Окказиональность является важнейшим резервом креативности: "**Окказиональное** (звукосочетание, слово, значение слова, словосочетание, грамматическая форма, синтаксическое образование) - не узуальное, не соответствующее общепринятому употреблению, характеризующееся индивидуальным вкусом, обусловленное специфическим контекстом употребления"\*.

Проблема **инноваций** - традиционно одна из самых обсуждаемых в отечественной лингвистике, но, прежде всего, - по отношению к лексическому и словообразовательному уровням языка, так как именно здесь слово, обнаруживая языковые потенции, проявляет наибольшую динамичность и гибкость. Усилия лингвистов, изучающих лексические и грамматические инновации (см. работы Н.И. Фельдман, Э.И. Ханпиры, М.А. Бакиной, Е.А. Земской, В.В. Лопатина, И.С. Улуханова, Н.Г. Бабенко и др.), были в основном направлены на материал художественных текстов, однако сегодня в этом аспекте активно изучаются и разговорная речь, и язык СМИ.

Окказионализмы являются фактом речи, но их образование обусловлено системой языка, так как в них проявляются и развиваются семантические и грамматические возможности этой системы, выявляются тенденции ее развития. Окказионализмы могут быть созданы по продуктивным словообразовательным моделям (так называемые "потенциальные слова" или потенциализмы: ср. учительствовать и потенциальное образование джентельменствовать; слониха и потенциальное китиха) или с нарушением (в той или иной степени) словообразовательной нормы - собственно окказионализмы.

Собственно окказионализмы образуются под влиянием контекста по аналогии или по образцу конкретного слова: знаменитый окказионализм А. Пушкина кюхельбекерно образован от фамилии поэта и декабриста В. Кюхельбекера + модель наречия на -о типа тошно ( см. контекст: "… и было мне друзья мои и кюхельбекерно, и тошно"). Это наречие создано "вопреки" законам словообразования: оно образовано от имени собственного, между тем как в норме наречия образуются от основ прилагательных.

В основе создания грамматического окказионализма лежат типичные языковые механизмы, но лексическое значение слова и его грамматическая форма находятся в состоянии внутреннего конфликта.

Острота конфликта усиливается в поэтическом тексте и может привести к такой дисгармонии, которая ощущается как "напряжение" формы под гнетом чужого значения. См., например, у Ф. Сологуба образование краткого страдательного причастия, которое в норме образуется только от переходных глаголов, от глагола движения идти - глагола с ярко выраженной непереходностью: Ход к пещере никем не **иден**. Другим типам творческой речи (например, разговорной) такое предельное "напряжение" не свойственно.

Метафорически определяя суть окказионализма, О.Г. Ревзина отмечает, что для него характерна "семантика свободы"\*. Креативный потенциал окказиональности наиболее полно раскрывается там, где ей присущ ярко выраженный индивидуально-авторский характер, что позволяет добиться выразительности, необходимой говорящему.

Функция окказионализмов - функция **эмоционально-образного** выделения, в основе которой лежит актуализация и формы, и содержания языковых единиц, связанная с их индивидуально-авторской интерпретацией. В одних случаях может быть актуализирована форма, что позволяет говорить "об особой акцентной функции - то, что можно было бы назвать экспрессией формы (имея в виду, что в других случаях налицо экспрессия смысла)"\*; в других - ее смысл, в третьих - экспрессия формы в сочетании с экспрессией смысла.

Так, грамматическая окказиональность обусловлена парадигматической несовместимостью лексических и грамматических значений, что и становится источником формирования новых смыслов на уровне синтагматики. В результате образуются такие нестандартные формы, как, например, степени сравнения не только от относительных прилагательных и местоимений в "окачествленном" значении (Эта ваза **хрустальнее**; Эта вещь **моее**), но и от существительных (что усиливает степень окказиональности): Судя по тому, что происходит в студии, в ней собрались одни ангелы: мужчины-ангелы, женщины – еще **ангелее**; Этот певец чем старше, тем **трансвеститее** (из телепередач).

Продуктивность "несанкционированных" компаративов в речи чрезвычайно высока и обусловлена прагматически (говорящий нуждается в разнообразных и ярких средствах выражения оценки), однако сама степень "преодоления семантического барьера" различна: первый тип образований (хрустальнее) не узуального, но системного характера можно отнести к потенциальным грамматическим формам, а второй (ангелее), с точки зрения синхронии, - к окказиональным. Последние встречаются значительно реже и в более "творческой" речи: Наш цирк **циркее** всех цирков! (радиостанция "Эхо Москвы"). Но в аспекте диахронии и они закономерны, так как системно обусловлены древним синкретизмом существительных и прилагательных (А.А. Потебня указывал на формы типа снежее). Ср. у В. Хлебникова: **Небее** неба славянская девушка. Таким образом, окказионализмы создаются на базе имеющегося в языке материала, но вопреки сложившейся литературной норме (в данном случае в ней отсутствуют формы компаратива от существительных).

Выявить разницу между потенциальным и собственно окказиональным позволяет анализ неузуальных образований в рамках категории числа. Употребление формы ед.ч. слова pluralia tantum брюки в воспоминаниях актрисы Ольги Аросевой также сигнализирует о забавной (в глазах автора) ситуации: Вечер. Ужин во фраках, Каминский в простом сине-грязном пиджаке. Одна **брюка** поднялась. Подобные формы специфичны и редки. Если образование формы мн. ч. от существительных singularia tantum типично и продуктивно, так как это слова "с потенциально полной парадигмой" (Э. Ханпира), и многообразно по семантическим и стилистическим оттенкам (см. в современной речи риски, разборки и т.п.), то образование формы типа брюка с трудом преодолевает семантическую преграду "нечленимой множественности" (в данном случае семантику "парного предмета" - брюки). См. также: штаны - штан, джинсы - джинса и некоторые другие. Подобные "штучные" формы встречаются в разговорной речи, обладая ярко выраженным экспрессивно-игровым эффектом: Миронов хочет плавленого сырку, но не может, потому что не хватает на **колготку** Ларке (актер А. Ширвиндт об А. Миронове). В поэтическом тексте этот достаточно редкий случай окказионального формообразования выходит за пределы "веселой грамматики", так как сопровождается семантическим "наслоением", например метонимией: Полотеры- полодеры… Бахромчатый **штан** (М. Цветаева). См. также у В. Маяковского: "…хвать кто за шиворот, а кто за **брюку**".

Выделяют такие признаки окказионализмов, как одноразовость, индивидуальная принадлежность, творимость, экспрессивность. Так, **функциональная одноразовость** – важнейший признак индивидуально-авторского образования даже при условии фактов его употребления разными авторами. Например, слово лунь встречается в поэтических текстах В. Каменского, И. Сельвинского, И. Уткина (Тихо тянет сытый конь, дремлет богатырь. Бледной **лунью** плещет бронь в шелковую ширь), что не влияет на его окказиональный статус\*. Окказионализмы характеризуются **индивидуальной принадлежностью**, вот почему их исследование важная область в изучении идиостиля писателей и поэтов. **Творимость** (создание слова в процессе речевого акта) противопоставлена воспроизводимости узуального слова. Окказионализмы характеризуются **экспрессивностью**, тогда как экспрессивность узуальных слов факультативна.

В полной мере окказиональность проявляет себя в художественной, прежде всего, - в поэтической речи. Типы и техника любых, в том числе и грамматических, окказионализмов наиболее богато и разнообразно представлены в поэтическом дискурсе: "ОК как выразительное поэтическое средство входит в русский поэтический язык начиная с Баратынского. И на протяжении ХIХ-ХХ вв. мы наблюдаем впечатляющую картину расцвета техники ОК в поэтическом дискурсе"\*. Например, в поэзии постмодернизма нестандартные грамматические формы имеют лавинообразный характер, что обусловлено той ситуацией языкового конфликта, которая культивируется постмодернистским сознанием: …медузу между персей не **ложи** (К. Кузьминский); Зима желта в фонарных **выменах** (О. Юрьев) (форма мн.ч. существительного вымя); **Духотворить** судьбу твою и мысль! (О. Охапкин) - в узусе есть только глагол совершенного вида одухотворить.

В первом случае несупплетивная форма повелительного наклонения глагола несовершенного вида, традиционно рассматривающаяся как грубое нарушение нормы (и даже символизирующая собой в русской языковой культуре ее "попрание"), претендует на статус морфологического **солецизма** - узаконенного (еще в античной риторике) традицией, но неверного с точки зрения нормы употребления словоформы в поэтическом тексте. Некоторые "классические" солецизмы широко известны (например, неправильная форма разносклоняемого существительного пламя в строке М. Лермонтова "из **пламя** и света рожденное слово"); некоторые превратились в поэтические штампы: например, широко распространенная в современной поэзии форма мн. ч. **любови** вместо более адаптированной в узусе, но тоже нестандартной формы любви.

Грамматическая окказиональность в разговорной речи - всегда явление прагматически ярко окрашенное: в "неправильности" формы часто эксплицируется оценка. В диалоге о посещении вещевого рынка: - Что там было? - Ну, там было много всяких **армянов-грузинов**- употреблена неправильная, с точки зрения узуса, флексия (-ов вместо нулевой), которая потенциально обусловлена вариативностью род. п. мн. ч., так как нулевое окончание у слов, имеющих нулевую же флексию в им. п. ед. ч., является исключением (ср.: окно - окон, но грузин - грузин). С прагматической точки зрения, такая форма демонстрирует пренебрежительное (в ситуации вещевого рынка) отношение говорящего к "лицам кавказской национальности". Сегодня окказионализмы широко распространены в текстах СМИ, встречаются и в рекламном тексте: (заголовок статьи о лондонской премьере спектакля "Вишневый сад") Так насколько же он **вишнев**, этот сад? (Огонек, 2002, апрель). Квалифицирующие свойства кратких форм, их экспрессивность, а также динамизм "укороченной" нестандартной формы оказываются привлекательны для рекламы: Кнорр - вкусен и **скор!** (в данном случае экспрессивность усилена и звукоподражательным игровым эффектом).

К креативным явлениям относится и создание **прецедентного текста**, в основе которого лежит широко известный прием аллюзии. Высокая продуктивность **аллюзии** в современной разговорной, поэтической, газетно-публицистической речи и в рекламных текстах неоднократно отмечалась исследователями: это стилистическое средство сегодня является одним из самых эффективных, поэтому окказиональная форма в контексте аллюзии приобретает особенно яркие семантические и экспрессивные оттенки. "Звоните - и вам **ответится**!" (прецедентный текст из Евангелия: "Толцыте и отверзется вам"); Не хамите и не **хамимы** будете**!** ("Не судите да не судимы будете") - страстно взывает к нам радиореклама.

Актуализация семантики страдательного залога - "подвергаться воздействию со стороны другого субъекта" - дополняется "семантическим приращением" - "в ответ на собственные аналогичные действия". В современной поэзии постмодернизма прецедентные тексты могут быть трансформированы достаточно "резко": с помощью изменения родовой принадлежности слова (**День** тиха лежит и внемлет Гогу... (А. Левин), переосмысления частеречной принадлежности слов (Я вас любил. Любовь еще **быть может**, но ей не быть…).

Необходимо отметить, что образование окказионализма в текстах СМИ может нарушать коммуникативные нормы, и такой креатив оценивается отрицательно не только с эстетической, но и с этической точки зрения, например, просторечное окказиональное образование с суффиксом -юк в материале об авторе новых слов к гимну России: "…дважды **гимнюк** СССР Сергей Михалков, в третий раз "перелицевавший" гимн…". Известно, что существительные с окрашенным суффиксом -юк- (а), активным в разговорной речи и в просторечии, относятся к группе слов стилистической модификации. "Из-за звукового сходства с бранным грубым просторечием новое слово выглядит вульгаризмом. Вульгаризмы в газетной речи по отношению к реальному человеку - это не только публичное оскорбление и нарушение нравственно-этических норм, это и вызов адресату сообщения, "во всяком случае, той части читателей, для которых выход за пределы культурной рамки общения неприемлем"\*. Аналогичным образом, т.е. негативно, можно оценить и изменение родовой принадлежности слова Овен (знак Зодиака) - Овно: (из интервью с известным артистом) - Вы кто по знаку Зодиака? - Ну, я такое, знаете, Овно… (хотя в данном случае вульгаризм относится к самому говорящему).

Создание окказионализмов в художественном тексте всегда подчинено определенной задаче. Так, В. Сорокин в романе "Пир" производит каскад окказионализмов, реализуя творческую задачу создания "кулинарного" стиля: "Заправляйте", - **шампиньонно** командует Николай. Поручики заправляют сладкую ленту в пулемет. Царь **омарово** натягивает перчатки, **сковородно** берется за ручки пулемета, **бруснично** поправляет прицел. "Господи, благослови государя!" - **рулетно** произносит Столыпин, и все **марципаново** крестятся. Николай **сладкоперечно** прищуривается на толпу и **инжинирно** нажимает гашетку. Длинная пулеметная очередь рафинадным веером карамелит толпу. Толпа **овсяно-кисельно** вздрагивает".

Именно в художественном тексте наиболее последовательно реализуется эстетическая продуктивность средств языка, однако креативные явления активны и за его пределами, в разных типах "творческой речи", что позволяет продуктивно сопоставлять их в рамах **лингвистики креатива**.