

Щербакова Мария Юрьевна

бакалавр, магистрант

ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»

г. Астрахань, Астраханская область

РЕДУПЛИКАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

***Аннотация:** в данной статье рассматривается явление редупликации как приема реализации языковой игры на фонетическом уровне. Языковая игра в силу особенностей русского менталитета всегда имела место в русской речи.*

***Ключевые слова:** языковая игра, редупликация, эхо-слова, экспрессивность речи.*

В последнее время растет неподдельный интерес к изучению явления редупликации. Изучение проблемы внутрисловного удвоения проводилось в большей степени на словообразовательном уровне – исследовалось удвоение аффиксов. Но с появлением работ, рассматривающих редупликацию как лексическое явление, стал использоваться системный подход (О.Ю. Крючкова, С.Д. Букатникова, Г.Б. Антрушина, С.Д. Никулина).

Некоторые источники одной из функций редупликации выделяют языковую игру (намеренное нарушение языковых норм для создания комического эффекта). Языковая игра «активизирует внимание носителей языка к языковой форме, к ее структурным элементам, она связана с ситуацией неожиданности, обусловленной нарушением в игровом тексте каких-либо норм и стереотипов и осознанием этого нарушения» [3, с. 941].

Одним из тех, кто рассматривает редупликацию как феномен языковой игры, является А.М. Зарипова. В своей работе она дает следующее определение: «Редупликация – феномен языковой игры, проявляющийся в традиционных детских стихах и приобретающий в конкретных языках национально-культурную специфику, что вызвано особенностями отдельного языка в целом и каждого языкового уровня в частности» [3, с. 22].

В научных работах последних лет исследованию феномена игры уделяется большое внимание. Игра рассматривается как один из компонентов культуры (И. Хейзинга, Б.В. Якушин), как инструмент социального (Л.С. Выготский, Ж. Пиаже, Э. Берн), и психологического (З. Фрейд), а также как определенного рода стратегия в математике и математической логике. В лингвистике особое место в общей теории игры занимает так называемая «языковая игра». Исследователи в данной области (Т.А. Гридина, Е.А. Земская, В.З. Санников, Б.Ю. Норманн) рассматривают языковую игру как часть лингвистического эксперимента и как основу для креативного словообразования.

Согласно стилистическому энциклопедическому словарю русского языка:

Языковая игра – это определенный тип речевого поведения говорящих основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т.е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект [6, с. 352].

Существуют известные формулы, в которых используется редупликация, и которые считаются языковой игрой. В русском языке, например, это «эхо-слова» [4, с. 66]: *шурум-бурум, танцы-шманцы-обниманцы, шашлык-машлык, шкаф-маф*. Однако этот термин считается условным, так как эхо должно полностью повторять слово, а здесь мы наблюдаем случай дивергентной редупликации. Говорящие сами могут создавать такие модели редупликации в разговорной речи с целью языковой игры.

В современном русском языке эхо-редупликацию относят к тюркскому типу (дупликация на «м», или м-редупликация): *шашлык-машлык, гоголь-моголь, шуры-муры, фигли-мигли, такси-макси, фрукты-мрукты, бизнес-мизнес, проекты-мроекты, пирожки-мирожки, посуда-мосуда*. Другие проявления этого типа редупликации включают *шм-редупликацию*: (*фонды-шмонды, танцы-шманцы, марки-шмарки, магазин-шмагазин, поцелуй-шмоцелуй, подарки-шмодарки*), а также *ху-редупликацию* (на основе обценной лексики: *улица-хуюлица*),

которая обычно имеет уничижительное значение. Однако, Михаил Голубовский, такие слова относит к словам-повторам с заменой согласной буквы или одной гласной [7, с. 2]. Примеров такой редупликации в литературном русском языке не очень много, но она встречается в тех русскоязычных областях, где имеется контакт с тюркскими языками.

Говоря о полной редупликации, стоит отметить, что повторы свойственны детской речи, что связано с процессом овладения ритмической организации речи. По мнению ученых, склонность к ритму, рифме является врожденной, генетически обусловленной особенностью восприятия.

Существуют различные приемы и средства языковой игры, которые подразделяются на несколько категорий в зависимости от того или иного раздела языка: фонетические, графические, морфологические, словообразовательные, лексические. В данной статье мы рассмотрим фонетический прием языковой игры, где наиболее часто встречается редупликация.

Анализ современной рекламы показывает, что для ее создания чаще применяются различные звуковые повторы. Одним из ярких примеров является реклама туристических продуктов на сайте <https://www.onlinetours.ru>: *купи тур в Турцию*. Другой пример вывески на магазине под названием «Шоппинг»: *приходи в шоппинг шопиться*.

Характерным примером также является реклама кваса «Никола», еще недавно не сходившая с экранов телевизоров: *Квас Никола, пей Николу!* (Сравним: *Квас не кола, пей не колу!*). Языковая игра основана на явлении омофонии – одинаковом произношении слов, различающихся в написании. Отсюда – двусмысленность звучащего с экранов телевизоров рекламного ролика, призывающего отказаться от употребления колы и заменить ее русским квасом.

В рекламе одного из магазинов товаров для животных можно встретить такой пример фонетической языковой игры: *Мур-мур-мурлыка!* В данном случае используется звукоподражание, имитирующее мурлыканье довольной кошки. Для рекламы продуктов питания очень часто используется звукоподражание «м-м-м», обозначающее смакование, причмокивание: *«Ммм.... Данон!»* (реклама

йогуртов Данон). В рекламе бульонных кубиков тоже можно встретить удвоение: «Галина бланка. Буль-буль!». Очень часто встречается редупликация «ням-ням»: «Ням-ням-ням, покупайте Микоян», пиццерия «Ням-ням».

Таким образом, можно сказать, что языковая игра в силу особенностей русского менталитета всегда имела место в русской речи. Одной из главных характеристик редупликаций является придание речи экспрессивности. Следовательно, редупликация является элементом языковой игры. Благодаря использованию в речи нестандартных выражений, образованных путем редупликации, активизируется внимание носителей языка не только к ее языковой форме, но и к ее структурным элементам, что, в свою очередь, относится и к языковой игре.

Список литературы

1. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 403 с.

2. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сквородников. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта; Наука, 2006. – 696 с.

3. Волкова Е.В. Языковая игра как лексико-стилистический прием // Молодой ученый. – 2014. – №2. – С. 941–942 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/61/8899/> (дата обращения: 17.12.2018).

4. Зарипова А.М. Лингвокультурологический анализ редупликации в традиционных детских стихах: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск: Челябин. гос. ун-т, 2008. – 22 с

5. Крючкова О.Ю. Вопросы лингвистической трактовки лексической редупликации в русском языке // Русский язык в научном освещении. – М., 2004. – №2 (8). – С. 63–86.

6. Крючкова О.Ю. Редупликация в аспекте языковой типологии // Вопросы языкознания. – 2000. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sarteoringv.narod.ru/reduplikacia.htm>

7. Голубовский М.Д. Слова повторы в языке (редупликация) // Нева – 2011. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/>