

ОМОНИМИЯ КАК ИСТОЧНИК КОМИЧЕСКОГО В НЕФОРМАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Homonymy as a Source of Comic in Informal Internet Communication

Елена Игоревна Меснянкина
emesnyankina@slav.uni-sofia.bg

Софийский университет им. Св. Климента Охридского
(София, Болгария)

Elena I. Mesnyankina
emesnyankina@slav.uni-sofia.bg
Sofia University "St. Kliment of Ochrid" (Sofia, Bulgaria)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 27.04.2023

Fecha de evaluación: 17.12.2023

Cuadernos de Rusística Española n° 19 (2023), 121 - 138

ABSTRACT

The article examines the phenomenon of homonymy in hybrid comic genres of informal internet communication in order to reveal its linguistic and stylistic characteristics. The text analyzes various types of homonyms (homophones, homographs, homoforms, interlingual homonyms), as well as the way of their meaning actualization in funny Internet texts. The author comes to conclusion that in the informal virtual communication homonymy plays an essential role not only in creation of comic effect in language game, but also for demonstration of evaluation, expression and emotions.

Keywords: stylistics, communication, homonyms, expression, language play, Internet.

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена явлению омонимии в дигитальных гибридных развлекательных жанрах неофициальной сетевой коммуникации, рассматриваемому с точки зрения его языковых и стилистических характеристик. В тексте анализируются различные виды омонимов (омофоны, омографы, омоформы, межъязыковые омонимы на уровне разных частей речи), а также особенности актуализации их значения в забавных текстах Интернета. Автор приходит к выводу, что в ходе неформальной виртуальной коммуникации нарочитые омонимические трансформации играют значимую роль не только в создании комического эффекта языковой игры, но и в случаях необходимости выразить оценку, экспрессию и эмоцию по отношению к факту внеязыковой действительности.

Ключевые слова: стилистика, коммуникация, омонимы, экспрессия, языковая игра, Интернет.

ВВЕДЕНИЕ

В основе устоявшегося научного представления о принципе коммуникации лежат формирующиеся в сознании человека образы окружающего мира, мысли и идеи, которые необходимо передать другим людям посредством языка. Этот процесс реализуется «при помощи солидарной привязки определенных мыслей (означаемых) к определенным чувственно фиксируемым вещам (означающим)» (Крыжановская 2017:

57). Данное утверждение вполне может быть отнесено не только к реальной, но и к феномену виртуальной коммуникации. Более того, подбирая наиболее «плодотворную почву» среди многообразия дигитальных жанров, описываемая характеристика ложится в основу зарождения языковых новаций, значительная часть которых является результатом осознанных лингвистических и семантических трансформаций в Интернете. Благодаря подчеркнuto творческому профилю сетевых пользователей это неизбежно приводит и к раскрытию неиссякаемых возможностей языка. Самые разнообразные преобразования графических, лексических и синтаксических единиц в поиске новых знаков для обозначения явлений реального мира находят гостеприимное место для реализации в рамках языковой игры (ЯИ), разыгрывающейся во все еще малоисследованных дигитальных гибридных развлекательных жанрах баннерного формата. Как отмечал Д. Кристал: «пространство языковой игры и средства ее реализации безграничны» (Crystal 2006: 64), как безграничен сегодня и сам Интернет. Здесь каждая «состоявшаяся» шутка – это языковое творение неизвестного автора или генератора с искусственным интеллектом, созданное причудливыми красками юмора, нюансы которого исключительно разнообразны. А для достижения комического эффекта высказывания важно обеспечить наличие всего лишь трех факторов: субъективное состояние эмоционального абсурда, восприятие «нормальности» ситуации по внутренней логике и нарушение ожиданий адресата (Veatch 2009: 161–216).

Подобное положение частично предусматривается и основным правилом творческой кооперации в Интернете. Оно заключается в стремлении удовлетворить интеллектуальные и эстетические потребности пользователей и сформировать ценностное отношение к сообщаемому с последующей эмоциональной реакцией на лингвистические, содержательные, коммуникативные и эстетические качества слова. Достаточно часто это происходит путем нарочитых изменений существующих номинаций и порождения новых, столкновением обычного и необычного. Чем жестче происходит «поединок» ожидаемого, стандартного, правильного с непредсказуемым, неординарным, «ошибочным», тем успешнее оказывается результат языкового эксперимента.

Этим мы объясняем многочисленные примеры омонимической лексико-семантической трансформации языковых единиц в дискурсе неофициальной виртуальной коммуникации. Оригинальное обыгрывание несоответствия между формой и содержанием слова как преднамеренное нарушение языковых норм давно является предметом интереса лингвистов, но до сих пор остается недостаточно описанным. Возможно, это связано с разнородностью исследовательских задач, связанных с изучением омонимии, а также со сложностью вынести единое определение этого термина.

Так, восходящий к Аристотелю традиционный взгляд на омонимию с точки зрения риторики предполагает сосуществование двух и более знаков в одной материальной форме, но с независимыми значениями. Философское объяснение фокусируются на «выражении семантически не связанных друг с другом значений одним и тем же языковым знаком-словом или каким-либо другим лингвистическим образованием. Это дает основание разграничивать омонимию, относящуюся к предметному и к смысловому значению выражений» (Философская энциклопедия

1960–70). Следовательно, можно говорить об омонимии и как о логической ошибке, возникающей вследствие «тождественного употребления двух различных значений одного и того же слова и приводящей к нарушению закона тождества» (Энциклопедия социологии 2009). Лингвистическое понимание термина относится к «одинаковости звучания и написания слов при различии значений» (словарь иностранных слов 1999), о разных словах совпадающих «по написанию и по произношению во всех или более чем в 4-х формах» (Словарь омонимов, омоформ и омографов русского языка 2015), о словах, имеющих «одинаковое звучание со словами иного значения» и используемых в литературе для создания шуток (Литературная энциклопедия терминов и понятий 2001).

Таким образом, **цель** настоящего исследования – определить роль омонимии как стилистический прием, порождающий комический эффект ЯИ, в забавных баннерных текстах Интернета и оценить их воздействующую силу на пользователей.

МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛЫ

Материалом послужило свыше 400 юмористических образцов дигитальных гибридных развлекательных жанров (постеров, мемов, демотиваторов и «аткрыток»), созданных анонимными авторами на основе ЯИ. Они экскерпированы из российских сайтов: demotions.ru, fishki.net, anekdot.ru и др.

В силу многообразия, многоплановости и стилистической уникальности примеров в процессе работы использовалась комплексная методология, которая совмещает описательный, структурно-семантический, интертекстуальный методы анализа, а также методы сопоставления и обобщения эмпирического материала.

Дефиниции слов приводятся в соответствии с электронной версией Словаря русского языка в 4-х томах Института лингвистических исследований РАН под редакцией А. П. Евгеньевой (Фундаментальная электронная библиотека) и Толковым онлайн-словарем русского языка Т. Ф. Ефремовой.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Научная значимость исследования заключается в анализе феномена омонимии в популярных дигитальных гибридных развлекательных жанрах с точки зрения реализации стилистических функций и собственно авторских целей – от информации до манипуляции, от простого развлечения до эмоционального воздействия.

Доказано, что ЯИ в Интернете, созданная благодаря нарочитой омонимической трансформации, используется довольно часто и предназначается максимально широкой аудитории, однако ее дешифрирование всегда требует интеллектуальных усилий, а в некоторых случаях и определенных фоновых знаний, что в силу социокультурных особенностей виртуального общения могло бы ограничить круг ее подлинных потребителей. Несмотря на это, в целях создания комического эффекта авторы не ограничиваются употреблением абсолютных или формальных омонимов, разыгрывая их оппозиции на уровне разных частей речи, классов и пластов лексики,

нередко используя реалии, лингвокультурологические единицы, иноязычные слова, прецедентные тексты, реминисценции, прием креолизации текста, обязательная краткость которого не лимитирует возможности его интерпретации.

Результаты исследования позволяют утверждать, что омонимическая ЯИ и ее разнообразные функции играют активную роль в выявлении типичных дискурсивных характеристик самой неофициальной интернет-коммуникации, к которым относятся неформальность, лаконичность, экспрессивность, быстрота текстового обмена и др.

ОБСУЖДЕНИЕ

Длинный список неоспоримых преимуществ виртуальной коммуникации (вседоступность, интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, оперативность, дешевизна) и один из немногих ее недостатков – отсутствие прямого аудиовизуального контакта – обуславливают стремление пользователей привлечь внимание к контенту оригинальными формами самовыражения. «Погоня» за кликами и лайками превратилась в мощный двигатель реализации колоритных нестандартных контентов, в которых аномалия противопоставляется норме, пользуясь возможностями креативной природы языка и творческим потенциалом сетевого человека. Это происходит в экспрессивных, гедонистических, юмористических целях, реализация которых требует создания «динамической смысловой структуры», в которой «одинаково важными оказываются не только лингвистическое содержание высказывания, но и контекст коммуникации и имеющиеся у участников дискурса знания об окружающем мире» (Шилихина 2014: 8). В результате их взаимодействия «различные смысловые компоненты «приспосабливаются» друг к другу таким образом, чтобы в результате получилась семантически и прагматически целостная когнитивная структура. Нарушения смысловой целостности внутри высказывания или несоответствие высказывания описываемой ситуации служат сигналом наличия скрытого смысла» (там же).

Именно неожиданным использованием знака авторская идея может пробудить интерес среди аудитории. Следует дешифрование его значения, которое отождествляется коммуникантами с виртуальной ЯИ, что всегда вызывает эмоциональную реакцию, тем самым увеличивая эвристическую и воздействующую силу текста. Кульминация и развязка этого процесса наступают после осмысления ассоциативного потенциала языковых единиц, включенных в высказывание, и разрешения сложной интеллектуальной задачи.

Неслучайно текст в Интернете считается «третьим участником, „зримое присутствие“ которого активизирует метаязыковые способности коммуникантов» (Резанова 2008: 82). Как показывает практика, лексическая уникальность составляющих его единиц играет важную прагматилистическую роль в процессе виртуального общения, что мотивирует антистереотипность, а также стимулирует нарочитую «словотрансформацию» и активное словотворчество в сети. «Что такое наши слова, которыми мы описываем факты, как не новые сигналы, которые могут, в свою очередь, затемнить, исказить истину» (Павлов 1918: www). Со словом и его воздействием на нейрофизиологические процессы, как считал И. П. Павлов, не

может сравниться ни один другой раздражитель. Это происходит потому, что оно несет сразу два вида информации – рациональную и чувственную. А наша задача заключается в непосредственном восприятии действительности, не допуская ее подмены.

Рис. 1



Так, омонимическое преобразование выражения *среда формирует* (Рис.1) обыгрывает значение первого слова как *совокупность социальных условий*. Однако его употребление вне контекста *человеческого бытия* нуждается в переосмыслении, после которого оно должно обозначать *третий день недели*. Создавая подобные контенты, автор ставит аудиторию в неожиданную коммуникативную ситуацию, так как первоначальное понимание зачина не совпадает с продолжением текста. Для успешного устранения логической неувязки и моделирования окончательного смысла текста необходима унификация ассоциаций всех пользователей относительно двух значений слова *среда*. Успешность ЯИ в данном примере обеспечена стилистическим потенциалом фонетически и графически совпадающих, но различающихся по смыслу лексических единиц. На месте разорванной связи между формой и предполагаемым значением рождается эффект обманутого ожидания, который Р. Якобсон рассматривает как «несбывшееся предсказание» и «общий принцип всякого речевого изменения, производимого со стилистической целью и представляющего собой отклонение от нормы» (Якобсон 1975: 84–85). В силу современных технических возможностей Интернета линейные тексты, в которых «появление каждого отдельного элемента подготовлено предшествующими и само подготавливает последующие» (Арнольд 1990: 70), легко подвергаются тенденциозным трансформациям и нарушениям обычной упорядоченности языковых единиц. Тем самым они становятся непредсказуемыми для пользователя, который не в состоянии опередить и сразу допустить дальнейшее развитие предметно-содержательного плана высказывания. Вот почему мы считаем, что, чем невероятнее и удивительнее выглядит текст, чем больше языковых и когнитивных усилий требует его интерпретация, чем более неожиданна «развязка», тем выше считается его лингвистическая, стилистическая и коммуникативная стоимость.

Важно отметить и то, что омонимические оппозиции в развлекательных интернет-жанрах используются не только для создания игрового или комического высказывания, но и для формирования эмпатии и оценочного отношения к содержанию текста. Поэтому авторы пользуются всем лексико-семантическим, грамматическим и стилистическим потенциалом абсолютных и формальных омонимов и обыгрывают

их, употребляя самые разные части речи. В рассматриваемом материале широко представлены:

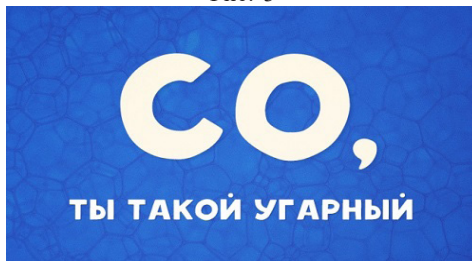
А) имена существительные. Эффект обманутого ожидания основан на столкновении в тексте «аткрытки» (Рис.2) двух значений сущ. курс: 1) *направление движения, маршрут* и 2) *(перен.) цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги, валюта*:

Рис. 2



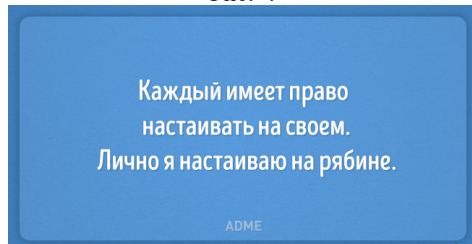
Б) частотны также примеры с участием омонимов-имен прилагательных (Рис.3), например, прил. *угарный*, используемое в значениях: 1) *содержащий, испускающий угар или наполненный угаром (газом)* и 2) *(перен. разг.) проявляющийся бурно, безрассудно по отношению к чему-н. (весельчак)*:

Рис. 3



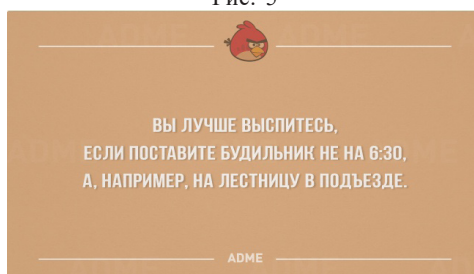
В) забавный текст, построенный на омонимической парадигме глагола *настаивать* (Рис.4), опирается на следующие его словарные описания: 1) *усиленно добиваться, требовать исполнения чего-л. (несов. в., неперех.)* и 2) *приготовлять настойку, настой (несов. в., перех.)*:

Рис. 4



Г) интересный случай активизации омонимических значений глагола *поставить* в предложно-падежной конструкции с предлогом *на* (Рис.5) ориентирует пользователей в поиске смысла среди семнадцати существующих толкований слова к двум: 1) *поместить куда-л., расположить где-л.* и 2) (*перен. разг.*) *наладить, организовать // привести в нужное положение, состояние для какой-л. работы, деятельности:*

Рис. 5



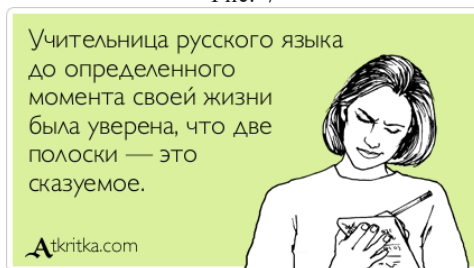
Д) среди продуктивных частей речи, которые участвуют в создании юмористических постеров, рассчитывающих на стилистический эффект абсолютных омонимов, особое место занимают наречия (Рис.6). Так, слово *примерно* актуализирует значения: 1) *примерный* ((прил.) *образцовый*) и 2) *приблизительно* (в качестве вводного слова):

Рис. 6



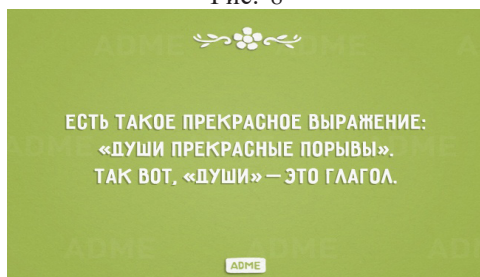
Е) вербальное описание в редком примере с числительным именем (*две*) в окружении сущ. *полоска* во мн. ч. (Рис.7) приводит к неожиданному семантическому сдвигу в словосочетании – от его понимания как *графическое обозначение глагола при письменном синтаксическом разборе предложения к изображению положительного результата теста на беременность*. Вместе с неслучайно выбранным рисунком напряженной женщины, напоминающей требовательного учителя, текст способствует обобщению глубинных знаний, связанных с признаками упомянутых предметов и явлений вне контекста данного примера. Таким образом, пользователь способен мысленно представить себе *две полоски* в виде двух горизонтальных и, соответственно, двух вертикальных линий:

Рис. 7



Все приведенные до сих пор микротексты созданы на базе комического обыгрывания абсолютных омонимов, которое в рамках рассматриваемых жанров встречается чаще, чем обыгрывание формальных омонимов (омоформ) – разных форм сопоставляемых слов или одного и того же слова, совпадающих по написанию и по произношению (Гребенева 2015), принадлежащих одной или разным частям речи, как в следующем примере:

Рис. 8



Двоякая интерпретация смысла текста (Рис.8) возможна благодаря омонимии двух словоформ, а именно: формы Р. п., ед. ч. сущ. *душа* (*внутренний мир, переживания, чувства человека*) и формы повелительного наклонения ед. ч. гл. *душить* (*убивать, останавливая дыхание*). Для разграничения возможных грамматических отношений между словами пушкинский стих поставлен в новый контекст, приводящий пользователя к неожиданной окказиональной интерпретации смысла крылатой фразы.

Согласно нашим наблюдениям, случаи грамматической омонимии встречаются в Интернете не так часто, как случаи обыгрывания потенциала лексическо-семантических компонентов слов. Причиной тому служит факт, что для реализации комического эффекта ЯИ, построенной на абсолютных омонимах, далеко не всегда необходимо включение пояснительной части для активизации возможных значений слов, что не усложняет интеллектуальную задачу творца и экономит его время. Однако в случаях с омоформами, без наличия соответствующего контекста, неоднозначность может быть и вовсе не замечена пользователями, поэтому всегда требуются дополнительные усилия со стороны автора. Более того, игровая трансформация омоформ всегда рассчитана на установку, что смысл общей формы слова легко узнаваем только в

том языковом окружении, в котором оно чаще всего функционирует. И здесь мы обнаруживаем одну из важных особенностей употребления грамматических омонимов в виртуальной коммуникации. Она заключается в возможности замены линейного словесного окружения нелинейным содержанием – рисунками, фотографиями и др., как в Рис.9, где обыгрываются значения сущ. *бабки*: 1) (разг. сниж.) то же, что и *бабушка, пожилая женщина* во мн. ч.; 2) (прост., жарг.) *деньги*. В словосочетании с прил. (разг.) *шалъные*: 1) потерявшие ясность сознания, безумные; 2) крупная сумма денег, добытая без особого труда.

Рис. 9



Креолизация сетевых текстов – явление нередкое. Как предсказывал М. Маклюэн, сегодня способ мышления и восприятия информации уже перешел от перцепции к гиперперцепции (по М. Маклюэну 1962). С другой стороны, подбор и переработка содержания в Интернете осуществляется авторами совершенно свободно. Для них нет объективных причин не использовать изображения, даже если они противоречат «содержанию текста, сбивая читателя с толку» (Тужилина 2012: 138). Наоборот, «обогащение» омонимических трансформаций разнообразными смыслами за счет знаков иных семиотических систем привлекает внимание оригинальностью подхода и способствует скоростному распространению материала в сети. Тем более, что для большинства подобных примеров характерна высокая степень смысловой компрессии, что упрощает задачу коммуникантов и способствует оперативному расшифрованию скрытой в ЯИ шутки.

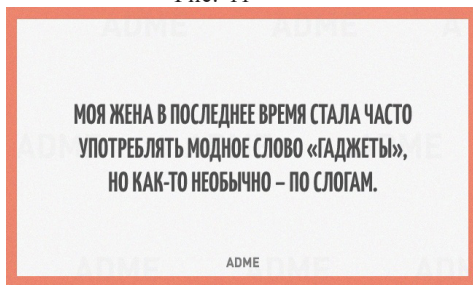
Так, омонимические значения глагола *вкалывать* (Рис.10) актуализируются при помощи: 1) языкового контекста – (разг. сниж.) *много и напряженно работать* (по целым дням) и 2) внеязыкового контекста (визуализации шприца) – *вводить в глубь чего-л., вставлять что-л. остроконечное, тонкое; втыкать* (препарат иглой):

Рис. 10



Кроме обыгрывания омоформ в сети встречаются и случаи трансформации омофонов и омографов, однако количество таких примеров невелико. Этот факт можно объяснить основной характеристикой неформального виртуального общения – отсутствием аудио сопровождения.

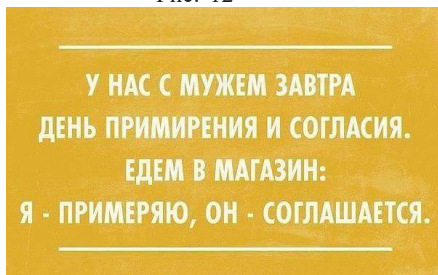
Рис. 11



Омофоническая шутка о семейных отношениях (Рис.11) рассчитана на субвокализацию, т. е. на технику чтения с мысленным проговариванием содержания постера. В данном случае этот прием позволяет вызвать дополнительные воспоминания, связанные с информацией в тексте. Для создания экспрессивного эффекта автор подводит к нужной ему ассоциации, ориентируя одновременно пользователя как на «гладкое», так и на послоговое прочтение слова *гаджет* (штуковина, устройство) – *гад же ты* (*гад* – (разг. сниж.) человек, совершивший что-л. мерзкое). Успешность игровой трансформации заключается в выборе выразительных, образных сем для языкового «розыгрыша» потребителя, и многие авторы в процессе создания комических текстов исходят именно из максимальной семантической мотивированности языкового знака, а не традиционно – из реальной истории его происхождения.

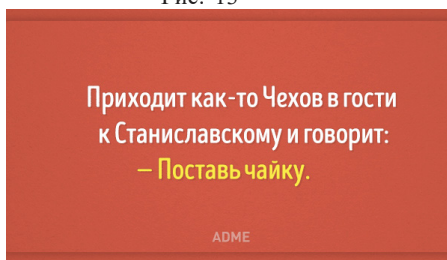
Вероятно, такой прием приводит к упрощению способов мировосприятия в Интернете в целом, однако это частично отвечает и общей тенденции к регрессии речевого взаимодействия в сети. Подтверждение тому история, комизм которой построен на значениях омофонов *примирять* (восстанавливать согласие, мирные отношения между кем-л.) и *примерять* (надевать, прикладывать что-л. с целью выяснения соответствия нужной мере) в следующем рисунке:

Рис. 12



Употребление омографов в качестве лексических единиц с тождественной графикой, но расходящихся по своим фонетическим признакам (Рис.13), чаще всего ориентировано на активизацию слухового восприятия, что достаточно сложно осуществить в условиях письменной виртуальной речи: сравним ударения в сущ. *чайка* (наименование чеховского произведения) в форме В. п., ед. ч и (уменьшительного сущ.) *чаек* (чай) в форме Р. п., ед. ч. *ча́йку* – *чайку́*:

Рис. 13



Логично было бы предположить, что в качестве смысловоразличительной функции в омофоничных примерах могут выступать простые и популярные экстралингвистические элементы: графикация или фиксация ударения. Отметим, что в интернет-шутках их употребление не только не обязательно, но практически не встречается, даже если это могло бы сэкономить несколько секунд для дешифрирования информации и ускорить активизацию комического эффекта. Единственной подсказкой для аудитории может служить включение картины или иллюстрации к тексту (Рис.14):

Рис. 14



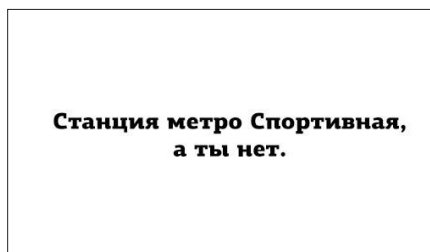
В случае отсутствия изображения для декодирования требуются контекст и социокультурные знания, как в примере на Рис.13 (наличие «фоновой» информации о существовании произведения под названием «Чайка», об имени его автора, о театральном режиссере К. С. Станиславском и факте, что чеховская пьеса была им поставлена).

Проанализированный разнообразный эмпирический материал дает нам основание выделить в отдельные группы тексты с ономастическими омонимами. При этом следует учитывать, что трансформация их значения всегда должна происходить с учетом широкой популярности денотата среди интернет-пользователей. Это

доказывают как постеры с идеонимом «Чайка» (Рис.13 и Рис.14), так и следующие примеры, содержащие:

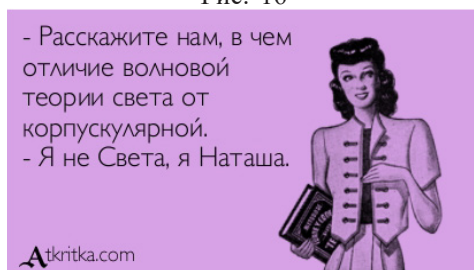
а) урбанонимы: например, совпадение названия станции московского метрополитена *Спортивная* с прилагательным, обозначающим *свойственный спорту*:

Рис. 15



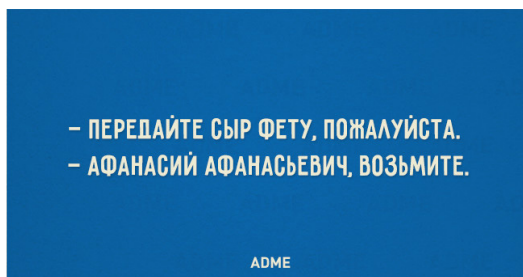
б) антропонимы: например, совпадение ласкового обращения к мотивированному имени Светлана – *Света* с сущ. *свет* в Р. п.:

Рис. 16



в) реалии из различных областей: например, культуры – совпадение фамилии русского поэта *А.А. Фет* в Д. п. с наименованием греческого сыра *фета*: *передать сыр какой? (разг.)/кому?*:

Рис. 17



г) фитонимы: например, фонетическое сходство названия разновидности гриба *груздь* с сущ. *грусть*:

Рис. 18



д) коммерческие наименования: например, совпадение астронома *Марс* и торговой марки шоколадного батончика:

Рис. 19



Случаи еще одной разновидности омонимии – межъязыковой – в контексте дигитальных развлекательных жанров нельзя рассматривать как ошибочное переводческое преобразование. Если принято считать, что межъязыковые омонимы в силу своей аномальности труднопереводимы, а возможные варианты перевода приводят к искажению смысла или сути высказывания, то здесь даже не требуется их передачи на родной язык. Они включаются в текст самым простым и подходящим для достижения экспрессивного комического эффекта способом:

- транслитерацией: *is bad* → из *бед* (*bad* = плохой; беда – в Р. п. мн. ч.):

Рис. 20



- омофонией: *will you* → *вылью* (*will you* = будешь; вылить в 1 л. ед. ч.):

Рис. 21



- двойной графикой: *окрошка* / *о, крошка* → *oh, baby* (русский суп; крошка – (ласк.) малыш, *baby* = малыш):

Рис. 22



Перечисленные приемы всегда приводят к созданию дополнительных смыслов, которые выстраиваются в новые ассоциативные ряды, что неминуемо увеличивает стилистическую нагрузку текста. При этом в поиске омонимических пар между разными языками нет необходимости обращаться только к близкородственным. Сходство нужно искать везде. Именно оно, по мнению А. А. Реформатского, как раз и есть своего рода намеренная провокация (Реформатский 1996: 105) и уловка для пользователя. Важное условие, которое должен учитывать автор в данном случае, – это подбор достаточно распространенных, знакомых иностранных слов, обеспечивающий их понимание среди максимально широкого круга сетевых коммуникантов.

Прием активизации омонимических значений используется авторами и на основе трансформаций прецедентных текстов, как в случае с интерпретацией слов из гимна города Москва; сравним неоднозначность прилагательного *дорогой*: 1) (разг.) *тот, кто мил, любим, близок сердцу* и 2) *стоящий больших денег, продаваемый или покупаемый по высокой цене*.

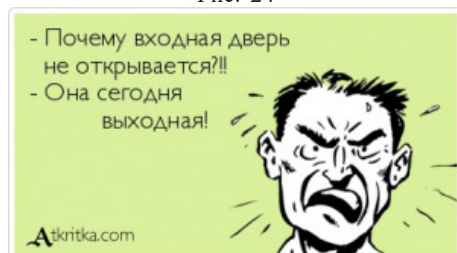
Рис. 23



Обращаясь к короткой цитате из песни, автор заменяет ожидаемое толкование неожиданным, серьезные мысли ироничными, что неминуемо сказывается на эмоциональном восприятии и оценочной функции текста. В некоторых случаях подключение прецедентного феномена к омонимическому юмористическому высказыванию, однако, могло бы дополнительно осложнить задачу пользователя, так как успешное декодирование такого текста требует узкой коннотативной пресуппозиции, «определенной начитанности и широкого кругозора для понимания» (Канашина 2018: 124). Это может ограничить подлинную аудиторию ЯИ в силу социокультурной неоднородности сетевых коммуникантов.

Нельзя обойти вниманием любопытный случай окказионально антонимично-омонимических отношений в следующей «аткрытке»:

Рис. 24



Автор реализует свой замысел на основе лексико-семантического значения *используемый как для входа, так и для выхода* в словесный знак – производное имя прилагательное *входная* по отношению к существительному *дверь*, образующее антонимическую пару с прилагательным *выходной*. При декодировании устойчивого словосочетания *входная дверь* от пользователя ожидается восстановление того же самого понятия объективной действительности с опорой на смысл окружающих слов в вопросе: *какова причина тому, что субъект не может выполнять присущую ему функцию?* Комизм реализуется в процессе линейного развертывания текста, точнее в ответе, обыгрывающем противоположную направленность действий *вход-выход* и одновременно использующем омонимические значения *выходной*: 1) *служащий для выхода* и 2) в сочетании с сущ. *день свободный от работы, предназначенный для отдыха, нерабочий*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализированные примеры доказывают, что трансформация омонимов в дигитальных гибридных развлекательных жанрах является актуальным и востребованным приемом, используемым для создания ЯИ в процессе неофициального виртуального общения, участники которого стремятся к копипасту непринужденной внесетевой коммуникации. Однако, не видя собеседника, достаточно сложно представить его настоящий облик, идеи, намерения. В Интернете мы заведомо соглашаемся, что, вероятно, не сможем до конца понять позицию автора, его истинные переживания, эмоционально-оценочную суть его высказываний. Тем более, что «несмотря на общечеловеческий характер эмоций, они находят специфическую образную фиксацию в разных культурах» (Баранова 2022: 192) и рождают не менее специфические выразительные средства для их передачи. Так, омонимические оппозиции ложатся в основу создания не только комического эффекта ЯИ, но и эмоционального, ценностного высказывания, которое должно соответствовать стилю и особенностям сегодняшнего неформального сетевого речевого акта – лаконичного, раскрепощенного, метко обозначающего ключевые понятия и проблемные вопросы нашего времени.

Это дает нам основание считать, что реализация функций виртуальной ЯИ предусматривает реализацию важных и характерных для самого виртуального пространства функций, обеспечивая типичные для интернет-коммуникации новизну, информативность, оценочность, образность и экспрессивность.

Роль виртуальной ЯИ принципиально важна для переосмысления традиционных, нормативных языковых структур. Она способствует возникновению новых тенденций в коммуникативном поведении пользователей, создает возможность для лингвокреативных экспериментов с применением самых разнообразных игровых приемов. В свою очередь, это неизменно оказывает влияние на развитие языковых процессов не только в сетевом, но и во внесетевом пространстве.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Арнольд, И. В. (1990). *Стилистика современного английского языка (Стилистика декодирования)*. Просвещение, Москва.
- Баранова, А. С. (2022). К вопросу об этнокультурной специфике фитонимов в переводе с русского на болгарский язык // *Болгарская русистика*. 2022/1, с. 181-192.
- Гребенева, Ю. Н. (2015) *Словарь омонимов, омоформ и омографов русского языка*. Мир и Образование, Москва.
- Канашина, С. В. (2018). Интернет-мем и прецедентный феномен. // *Вестник ТГПУ*, 2018. № 4 (193), с. 122-126.
- Комлев, Н. Г. (1999). *Словарь иностранных слов: более 4500 слов и выражений*. ЭКСМО-Пресс, Москва.
- Крыжановская, В. А. (2017). Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты. // *Дисс. на соиск. уч. ст. канд. фил. наук*. Краснодар.

- Литературная энциклопедия терминов и понятий* / Под ред. А. Н. Николюкина. – Институт научной информации по общественным наукам РАН: Интелвак, 2001.
- Павлов, И. П. (1918). Об уме вообще, о русском уме в частности // *Вестник практической психологии образования* №3(20), июль-сентябрь 2009. <https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2009_n3/bppe_2009_n3_27572.pdf> (дата обращения: 05.02.2023).
- Резанова, З. И. (2008). Внутренняя форма слова как объект метаязыковой рефлексии в условиях чат-коммуникации // *Язык и культура. Научный периодический журнал. 2008. № 1*, с. 78-85.
- Реформатский, А. А. (1996). *Введение в языкознание* / Под ред. В. А. Виноградова. Аспект Пресс, Москва.
- Словарь русского языка*: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А. П. Евгеньевой – 4-е изд., стер. Москва. Рус. яз. (Фундаментальная электронная библиотека) <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/25/ma469913.htm?cmd=0&istext=1> (дата обращения: 20.04.2023).
- Толковый онлайн-словарь русского языка Т. Ф. Ефремовой* <https://lexicography.online/explanatory/efreмова/> (дата обращения: 20.04.2023).
- Тужилина, Ю. М. (2012). Прагматический эффект средств креолизации различных видов массмедийного дискурса // *Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. № 2 (106)*, с. 137-141.
- Философская Энциклопедия в 5 т. (1960-1970)*. Под ред. Ф. В. Константинова. Москва.
- Шилихина, К. М. (2014). Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты. // *Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. док. фил. наук. Воронеж*.
- Энциклопедия социологии* (2009). <<http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/index.htm>> (дата обращения: 03.11.2022).
- Якобсон, Р. О. (1987). *Вопросы поэтики. Постскрипtum к одноименной книге* // *Якобсон Р. О. Работы по поэтике: Переводы*. Прогресс, Москва.
- Crystal, D. (2006). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge University Press.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Veatch, T. A *Theory of Humor* // *Humor: International Journal of Humor*. N. Y.: Mouton de Gruyter, 2009. Vol. 11. № 2. P. 161–216.

BIBLIOGRAPHY

- Arnold, I.V. (1990). *Stilistika sovremennogo angliiskogo yazika (Stilistika dekodirovaniya)* Prosveshenie, Moskva.
- Baranova, A.S. (2022). K voprosu ob etnokul'turnoi spetsifike fitonimov v perevode s russkogo na bolgarskii yazik // *Bolgarskaya rusistika. 2022/1*, s. 181-192.
- Crystal, D. (2006). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge University Press.
- Entsiklopediya sotsiologii* (2009). <<http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/index.htm>> (03.11.2022).
- Filosofskaya Entsiklopediya v 5-h t. (1960-1970)*. Pod. reaktsiei F.V. Konstantinova. Moskva.

- Grebeneva, Y.N. (2015). *Slovar' omonimov, omoforn i omografov russkogo yazika*. Mir i obrazovanie, Moskva.
- Kanashina, S.V. (2018). Internet-mem i pretsedentnyi fenomen. // *Vestnik TGPU*, 2018. № 4 (193), s. 122–126.
- Komlev, N.G. (1999). *Slovar' inostrannykh slov: bolee 4500 slov i vyrazhenii*. EKSMO-Press, Moskva.
- Kryzhanovskaya, V.A. (2017). Ergonimy s elementami graficheskoi transformatsii: strukturno-semanticheskii i pragmaticheskii aspekty. // *Diss. na soisk. uch. st. kand. fil. nauk*. Krasnodar.
- Literaturnaya entsiklopediya terminov i ponyatii / Pod red. A.N. Nikoljukina*. – Institut nauchnoi informatsii po obshestvennim naukam RAN: Intelvak, 2001.
- McLuhan, M. (1962) *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Pavlov, I.P. (1918). Ob ume voobshe, o russkom ume v chastnosti // *Vestnik prakticheskoi psihologii obrazovaniya* №3 (20), ijul'-sentyabr' 2009. <https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2009_n3/bppe_2009_n3_27572.pdf> (05.02.2023).
- Rezanova, Z.I. (2008). Vnutrennyaya forma slova kak ob'ekt metazykovoi refleksii v usloviyah chat-kommunikatsii // *Yazik i kul'tura. Nauchnyi periodicheskii zhurnal Nauchnyi periodicheskii zhurnal*. 2008. № 1, s.78-85.
- Reformatskii, A.A. (1996). *Vvedenie v yazykoznanie / Pod. red. V.A. Vinogradova*. Aspekt Press, Moskva.
- Shilihina, K.M. (2014). Diskursivnaya praktika ironii: kognitivnij, semanticheskij i pragmaticheskij aspekti. // *Avtoref. diss. na soisk. uch. st. dok. fil. nauk*. Voronezh.
- Slovar' russkogo yazika: v 4-h t. / RAN, In-t lingvistich. issledovanij; pod. red. A.P. Evgen'evoj – 4-e izd., ster.* Moskva. <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/25/ma469913.htm?cmd=0&istext=1>
- Tolkovij online-slovar' russkogo yazika T.F. Efremovoj*. <https://lexicography.online/explanatory/efremova/>
- Tuzhilina, Y.M. (2012). Pragmaticheskij effect sredstv kreolizacii razlichnih vidov massmedijnogo diskursa // *Vestnik Tambovskogo universiteta. Ser.: Gumanitarnie nauki*. № 2 (106), s. 137-141.
- Veatch, T. A Theory of Humor // *Humor: International Journal of Humor*. N. Y.: Mouton de Gruyter, 2009. Vol. 11. № 2. P. 161–216
- Yakobson, R.O. (1987). *Voprosi poetiki. Postskriptum k odnoimennoi knige // Yakobson R.O. Raboti po poetike: Perevodi*. Progress, Moskva.