

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОШИБОК И ОГОВОРОВ В КОНТЕКСТАХ С ПОЭТОНИМАМИ КАК ПРЕДПОСЫЛКА КОМИЧЕСКОГО

Дворянчикова С. Е.

ВВЕДЕНИЕ

С середины XX в., когда была защищена первая собственно лингвистическая диссертация о собственных именах персонажей русской художественной литературы В. Михайловым, в которой были намечены и систематизированы обоснования к выделению литературной ономастики как обособленной отрасли филологии, и по настоящее время в сфере поэтонимологических исследований не угасает интерес к изучению функционирования онимов, погруженных в ткани художественных произведений, а также к выяснению типологических характеристик достижения различных эстетических эффектов в указанных контекстах языковыми средствами (например, работы филологов-ономастов Э. Магазаника, Ю. Карпенко, В. Калинкина, Э. Кравченко и др.). Учитывая общеизвестный факт о традиционном со времен Античности внимании исследователей к категории комического, вполне закономерно, что параллельно с этим написано много научных работ, касающихся художественно-эстетического потенциала собственного имени в общей парадигме изобразительных средств юмористических произведений. Например, В. Михайлов отмечал особую роль поэтонимов в комических контекстах вообще и при изучении творчества Н. Гоголя в частности¹. Богатый комический потенциал имен собственных не единожды комментировал Э. Магазаник². В. Бондалетов вслед за В. Виноградовым очертил круг проблем, стоящих перед ономатологом-стилистом: функции имен собственных в художественном произведении, зависимость состава имен и их функций от литературного направления и жанра, необходимость изучения условных поэтических имен и имен-масок, выразительность приемов видоизменений реальных имен собственных для экспрессивно-стилистической и художественной

¹ Михайлов В. Собственные имена персонажей русской художественной литературы XVIII и первой половины XIX в, их функции и словообразование : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1956. С. 18.

² Магазаник Э. Ономастика поэтическая. *Краткая литературная энциклопедия*. Москва, 1978. С. 441–444.

выразительности, в том числе и для достижения юмористических эффектов³. Ю. Карпенко стремился создать систему приемов юмористической обработки имен собственных и настаивал на том, что модификация имени может быть разной, но обязательным ее компонентом является внедрение в имя юмористической семы⁴.

Настоящая статья посвящена изучению взаимодействия поэтики имени и контекста при создании комического эффекта в контекстах, воспроизводящих речевые ошибки и оговорки.

Целью работы является исследование функций совокупной поэтики топонимов и контекстов в высказываниях, характеризующихся непосредственной связью с комическим.

Задачи включают в себя анализ и описание языковых факторов, с помощью которых в определенных контекстах с именами собственными реализуются юмористические эффекты, разворачивающиеся в соответствии с выявленными логико-семантическими моделями комического.

Объектом исследования являются случаи воплощения комического в отобранных контекстах с именами собственными.

Предметом исследования являются свойства топонимов как составляющих конгенеративной поэтики высказываний в речевых образованиях комического содержания, а также синергетическая семантика заданных юмористическими контекстами смыслов и соответствующих сем в структуре имен собственных.

Материал исследования охватывает избранные собственно художественные произведения и зафиксированные проявления смеховой культуры (от текстов городского фольклора до устных ситуативно-обусловленных высказываний) с топонимами.

Научная новизна в нашем исследовании определяется и обеспечивается применяемой методикой комплексного топонимологического анализа и целостной интерпретации фактов. Контексты при этом почерпнуты из художественных текстов и речевых актов, что призвано расширять поле репрезентации предмета исследования, максимально приближать к достоверности выводов относительно

³ Бондалетов В. Русская ономастика : учебное пособие для студентов педагогических институтов. Москва, 1983. С. 63.

⁴ Карпенко Ю. Нотатки при ономастику Миколи Куліша. *Літературна ономастика* : збірник статей. Одесса, 2008. С. 78–92.

типологии изучаемых явлений и представлять определенную общезыковедческую ценность полученных результатов.

В нашей работе использовались следующие методы и приемы: отбор и систематизация комических контекстов с поэтонимами; анализ семантики и поэтики контекстов; метод комплексного поэтонимологического анализа взаимодействия поэтонимов с ближайшим контекстом в рамках текстов, имеющих признаки принадлежности к комическому, с использованием приемов выявления синергетической семантики и конгенеративной поэтики сочетаний с онимами; описательный метод.

Мы употребляем термины, введенные в поэтонимологию В. Калининским, для обозначения конгенеративной – совокупной поэтики имени собственного и ближайшего его окружения (минимального контекста). Синергетической семантикой называем совокупное значение поэтонима и его минимального контекста⁵.

1. Теоретическая база выделения моделей репрезентации комического в контекстах с поэтонимами с позиции лингвистической семантики

В наших предыдущих исследованиях предприняты попытки определить и описать основные модели, в соответствии с которыми достигается эффект смешного в случаях, когда комический эффект создается при участии онимов⁶. Подобная классификация, по нашему мнению, должна иметь логико-семантическую природу, с одной стороны, и предусматривать возможность для тщательного протоколирования языковых средств (морфонологических, словообразовательных, фразеологических, синтаксических и т. д.), вовлекаемых для достижения комического эффекта на каждом из рассматриваемых уровнях.

Во время интерпретации комического фактически одновременно протекают несколько процессов: разделение контекста на отдельные компоненты; выбор сем поэтонима, взаимодействующих с компонентами содержания; сравнение результатов взаимопроникновения онима и контекста с актуальным речевым опытом с целью определения отношения к «норме», хранящейся в сознании; поиск смысловой составляющей комического эффекта.

⁵ Калинин В. Поэтика онима. Донецк, 1999. 408 с.

⁶ Дворянчикова С. Выделение моделей репрезентации комического в контекстах с поэтонимами с позиции лингвистической семантики. *Мова і культура* : науковий журнал. Київ, 2010. Вип. 13. Т. 1 (137). С. 80–85.

Таким образом, имена собственные могут актуализировать те части семемы, которые так или иначе противостоят содержанию контекста, или генерировать их, становясь своеобразными «ключами» для восприятия эстетического явления. Среди факторов порождения комических эффектов выявлены следующие: противоречие как организующая причина комического; «рокировка» смысловых планов; высмеивание несовершенства явления, о котором сообщается в контексте; эффекты, связанные с умолчанием либо принципиальной незаконченностью высказывания; воспроизведение ошибок и оговорок; эффект юмористической парадоксальности; конструирование авторского «комического мира»; юмористическое пародирование, имитация манеры или стиля речи.

2. Предпосылки создания комического эффекта в контекстах, содержащих различные коммуникативные ошибки

Комический эффект текстов, передающих фактические неточности, оговорки, содержащих логические, как бы неожиданно возникающие ошибки, обычно моделирует бытовые, знакомые каждому носителю языка ситуации. В этом случае проявляется «стихийный смех», описанный М. Першиным: «Над чем именно и почему именно мы смеемся – это то так, то эдак раскрывается и поворачивается в самом процессе смеха, и здесь всегда возможна игра смысловых переходов и переливов. Это чувствует каждый, кто не обделен <...> вкусом к смеху и опытом смеха»⁷. П. Макги замечает, что в подобных случаях для обработки информации, определяемой как “fantasy-assimilation” («как если бы»), не требуется полной перестройки предшествующих знаний⁸. Особенность эстетического эффекта в этом случае заключена не в процедуре мыслительного анализа, вычленяющей сопрягающиеся и отталкивающиеся коннотации контекста, а в феномене присутствия при внезапно рождающемся, часто оксюморонном смысле разворачивающегося сообщения. Я. Никульникова пишет, что «в лингвоэстетическом аспекте речевые неправильности исследуются как источник комического, как языковое средство, порождающее комедийный смех»; «благодаря внутреннему комедийному потенциалу

⁷ Першин М. Тыква пророка. *Православная беседа*. 2004. № 2. URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_leg.php (дата обращения: 05.10.2017).

⁸ McGhee P. On the cognitive origins of Incongruity Humor. *Fantasy assimilation versus reality assimilation. The psychology of humor*. New York ; London, 1972. P. 61–80.

такие непреднамеренные мини-высказывания с семантизированными речевыми ошибками функционируют на сцене и в печати как своеобразный мини-жанр юмористической речи». Подобного рода мини-тексты создают ярко выраженное и легко воспринимаемое смешное, а, соответственно, и сами ошибки можно назвать «эстетически или комедийно самодостаточными». Исследовательница отмечает, что юмористический эффект в речи чаще всего создают лексические, лексико-стилистические, фразеологические и синтаксические ошибки; значительно реже среди ошибок комического характера встречаются морфологические, орфоэпические и акцентологические, поскольку для восприятия нужен более широкий контекст, в частности, контекст художественного произведения⁹.

Проанализируем фактический материал, подкрепляющий наши теоретические идеи. Следует отметить, что в свете принципиальной синкретичности смыслов поэтонимов и комплексности эстетической категории наше структурирование контекстов с именами собственными и выделение групп является в определенной степени условностью и подчиняется стремлению уяснить превалирующие логические сценарии, по которым разворачивается достижение комического.

3. Поэтонимы как отражение некомпетентности говорящих

В предлагаемом примере миссионерка одной из религиозных организаций *предлагает интересующейся зачитать текст из 1-го послания Петра: «А вот посмотри, что сказал Петр Первый»*¹⁰. Комическое возникло при контаминации в речи женщины двух антропонимов: библейского имени *апостол Петр* и имени русского царя *Петр Первый*; механизм совмещения можно объяснить возникновением у говорившей ложной ситуативной ассоциации с числительным *первый*.

Юмористический эффект может возникнуть при недостаточном владении языком: *Районный-поляк: (староста группы верующих – С. Д.) «Сатана три раза искушал Иисуса, тем более может искушать*

⁹ Никульникова Я. Речевые отступления от литературных норм как источник комического и их эстетическая актуализация : дис. ... канд. филол. наук. Армавир, 2003. URL: [http://www.dissercat.com/content/rechevye-otstupleniya-ot-literaturnykh-norm-kak-istochnik-komicheskogo-i-ikh-esteticheskaya-](http://www.dissercat.com/content/rechevye-otstupleniya-ot-literaturnykh-norm-kak-istochnik-komicheskogo-i-ikh-esteticheskaya-aktualizatsiya) (дата обращения: 12.12.2018).

¹⁰ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_Ieg.php (дата обращения: 15.06.2018).

и нас»¹¹. Логически (в свете христианских традиций) высказывание верно, а наличие речевой ошибки обусловлено паронимическим сближением слов *искушал* – *искусал*, которое стало возможным вследствие наличия в корневых морфемах сходных словоформ чередования согласных *с // ш*.

Комический эффект порождается при ошибочном оперировании говорящим ментально неусвоенными фактами, например: *Нимрод охотился не только на зверей, но и на животных*¹². *Нимрод* – древний царь, кратко упоминаемый в Ветхом Завете. Известно, что он был искусным охотником, основал великое царство Ассирию и заложил несколько важных вавилонских и ассирийских городов. Предполагается также, что он начал строительство Вавилонской башни в знак неповиновения Богу. Вероятно, говорящий сконцентрировался на том, чтобы передать эту информацию, поэтому не осознает комическую тавтологию в конструкции *не только, но и*, не допускающей употребления полных синонимов.

Речевой некомпетентностью также можно объяснить такие «оговорки», как *Понтий пилот; мужики галилейские*¹³. Говорящему непривычны или малознакомы мифоним *Понтий Пилат* и торжественное *муж*, относимое к высокому стилю. Сюда же относится следующий пример: *Мне понравился ваш журнал «Опомнитесь» и брошюра под названием «Вот смотри, что я натворил»*¹⁴. Говорящий пытается воссоздать общий смысл, усвоенный им, используя привычную ему лексику. В действительности существуют религиозные журнал *«Пробудитесь!»* и брошюра: *«Смотри! Я творю всё новое»*. Комична такая трактовка названия религиозного праздника *Троица: Раньше я тоже праздновал праздник Троицы, соображали на троих*¹⁵, где ошибка обусловлена ассоциациями говорящего, связанными с выражением *сообразить на троих* – «пить спиртное

¹¹ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_1eg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹² Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_1eg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹³ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_1eg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹⁴ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_1eg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹⁵ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_1eg.php (дата обращения: 15.06.2018).

втроем», и корнем *три*, присутствующем в сакральном понятии *Троица*.

Устойчивый оборот *вавилонская блудница* и связанный с ним апокалиптический образ в христианстве («Откровения Иоанна Богослова») явно неизвестен отвечающему на вопрос в таком диалоге: *В Польше мужчине у дверей дома предлагают журнал с вавилонской блудницей на обложке: «Знает ли пан эту даму?». Мужчина в ответ: «Тихо, жена дома!»*¹⁶. Смешно также неуместное «осовременивание» образа словом *дама*.

Комическое может возникать и при пропуске части известного текста, которая оказывается неожиданно значимой: *Адам и Ева согрешили в том, что съели дерево добра и зла?*¹⁷. В Библии упоминается следующее: *а от дерева познания добра и зла, не ешь от него*¹⁸.

Следует отметить любопытный факт: исследователи замечают, что в некоторых случаях к юмору прибегали авторы Ветхого и Нового Завета, хотя природа его, разумеется, иная, нежели рассмотренная выше. Например, Бог смягчает праведный гнев Своего пророка: *Мне ли не пожалеть Ниневи, города великого, в котором более ста двадцати тысяч человек, не умеющих отличить правой руки от левой, и множество скота?*¹⁹.

В следующем примере с антропонимом: *Deux mères discutent:*

– *Ma petite fille est tellement intelligente que même si elle est juste en deuxième année, elle peut épeler son nom dans les deux sens!*

– *Ah oui et quel est-il son nom?*

– *Anna!*²⁰.

Женщина радуется тому, что ее дочь может прочесть имя в двух направлениях, но не в состоянии учесть того, что *Anna* является палиндромом.

¹⁶ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_Ieg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹⁷ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_Ieg.php (дата обращения: 15.06.2018).

¹⁸ Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. Канонические, в русском переводе с параллельными местами; синоидальное издание. Москва, 1991. Быт. 2:17.

¹⁹ Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. Канонические, в русском переводе с параллельными местами; синоидальное издание. Москва, 1991. Иона. 11.

²⁰ *Разговаривают две матери:*

– *Моя маленькая дочь настолько сообразительна, что, несмотря на то, что ей пошел лишь второй год, она может читать по буквам свое имя в двух направлениях!*

– *О! Как же ее зовут?*

– *Анна!* (Французский с улыбкой / ред. О. Розенкова. Москва, 2007. С. 2).

4. Поэтонимы в «нелогичных», «ошибочных» контекстах

Комично звучат названия песен, утрирующие прагматический характер «новых» артионимов, наряду со смысловым идентификатором, часто включающие числовой: «*Богом обещанный Рай № 4*», «*Развивайте плод любви № 86*», «*Плод доброты № 95*», «*Плод самообладания № 124*»²¹.

В рекламном тексте «*Нові пригоди супер-героїв Герасима та Муму в прикольній грі*»²² антропоэтоним и зоопозтоним из рассказа И. Тургенева «Муму» функционируют в высказывании, стилизованном под речь подростка, увлекающегося комиксами и компьютерными играми.

Еще пример комического рекламного текста из рекламной листовки компании «Світ чаю»: «*Ведмедик Пух*»: *натуральна фруктова суміш на основі суданської троянди з додаванням цедри помаранча, шматочків яблука та шипшини, пелюсток чорнобривців, бобових зерен і желатинових ведмедиків*. Стойкие ассоциации с поэтонимом Винни-Пух из одноименного произведения А.А. Милна, «подкрепленные» желатиновыми медвежатами как ингредиентом напитка, вряд ли способствуют продвижению данного продукта на избранном сегменте рынка, поскольку в контексте наблюдается противоречие созначений *съедобное – несъедобное*.

Комическое в цитате, предположительно, из школьного сочинения по роману Л. Толстого «Война и мир» демонстрирует работу того же механизма: *У Ростовых было три дочери: Наташа, Соня и Николай*²³. Синтаксическая конструкция с обобщающим словосочетанием *три дочери* содержит в ряду однородных членов два женских и одно мужское имя.

В выражении *С Михаилом Юрьевичем Лермонтовым я познакомилась в детском саду*²⁴ неудачное употребление антропонима в переносном, метонимическом смысле порождает комический эффект. С одной стороны, грамматически и синтаксически предложение построено верно. С другой, экстралингвистические знания позволяют охарактеризовать высказывание как логическую ошибку при использовании слова *познакомиться* в прямом значении.

²¹ Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_ieg.php (дата обращения: 15.06.2018).

²² Игровой портал оператора мобильной связи life. URL : <http://java.life.com.ua/d/adv2.aspx> (дата обращения: 01.03.2013).

²³ SMS-анекдот. SMS-атака / ред. Е. Левашева. Москва, 2005. С. 79.

²⁴ SMS-анекдот. SMS-атака / ред. Е. Левашева. Москва, 2005. С. 81.

5. Противопоставление онимов

по ведущим или второстепенным коннотациям

Имитация непреднамеренной нелепости может стать дополнительным, а иногда и единственным источником комического: *Bizim başbakanlardan biri Çin'e resmî bir ziyarete gitmiş. Akşamleyin onuruna yemek verilmiş. Yemek esnasında günün anlam ve önemini belirten bir konuşma yapma sırası gelince paniğe kapılmış. Yanında oturan ABD'den getirttiği danışmanına dönmüş:*

– *Eyvah ne yapacağım? Tek kelime Çince bilmem...*

– *Önemli değil efendim. Ellerinizi bacaklarınıza bitiştirin ve eğilerek başınızla selamlayın. Konuşma yerine geçer.*

Başbakan denileni yapmış. Korkunç bir alkış kopmuş. Dış ülkelerde sevmekten pek hoşlanan başbakan, alkışı görünce oturduğu yerden kalkmış, bu kez dört tarafı aynı şekilde ikişer kez selamlamaya devam etmiş.

Ancak biraz önceki alkıştan eser yok. Bu duruma bozulan başbakan yine danışmanına dönmüş:

– *Yahu ne oldu?*

– *Fazla gevezelik ettiniz, tadı kaçtı*²⁵.

Комический эффект анекдота основан на изображении неспособности некоего турецкого премьер-министра осуществить то, что Ю. Сорокин называет сопоставлением и истолкованием «картин мира», представленных в вербальном и невербальном поведении представителей тех или иных лингвокультурных общностей», поэтому «дополнения опыта одной лингвокультурной общности опытом другой и сопоставления своих и чужих ментально-аксиологических установок» не

²⁵ Один из наших премьер-министров поехал в Китай с официальным визитом. Вечером в его честь был подан ужин. Во время ужина он поддался панике, когда пришло время начинать важный разговор. Он обратился к сидящему рядом консультанту, привезенному из США:

– Эх, что делать буду? Ни одного слова по-китайски не знаю...

– Не беда, мой господин. Руки на ноги положите и, поклонившись, склоните голову. Это пройдет вместо разговора.

Премьер-министр сказанное сделал. Раздались бешеные аплодисменты. Премьер-министр услышал аплодисменты, ему очень понравилось быть столь любимым в зарубежных странах. Он поднялся со своего места и на этот раз на четыре стороны дважды проделал «приветствие» таким же образом.

Однако от прежних аплодисментов нет и следа. Рассердившийся премьер-министр снова повернулся к консультанту:

– Эй, что случилось?

– Вы много болтали, вкус потерялся (Турецкий с улыбкой / ред. А. Кельменчук. Москва, 2007. С. 11–12).

произошло²⁶. Топонимы *Китай* и *Турция* противопоставлены по коннотирующим аксиологемам, представляющим антиномии *закрый, молчаливый – открытый, разговорчивый*.

Тот же эффект достигается при помощи изображения непонимания смысла фразы: *Cumhuriyetimizin onucu yılını kutlama törenlerinde bir konuşmacı meydan nutkunda:*

– *On yılda Avrupalı on asır gerilde bıraktık! Diyerek güreleyince, Yahya Kemal esefle dizine vurur:*

– *Yahu, şu Avrupa ile bir türlü beraber olmadık <...> Ya geri kalıyoruz, ya geçiyoruz*²⁷.

Yahya Kemal – Яхья Кемал Бейтлы, турецкий поэт и политический деятель, стал известен активнейшим прославлением бывшего великолетия Османской империи. Например, по сведениям сайта, посвященного тюркским личностям, известен случай, когда в парижской школе Политологии он (Яхья Кемал) был возмущен тем, что учитель Европейской истории не говорил об Османской империи – это задевало национальное достоинство поэта²⁸. Описанные черты характера анекдотически гиперболизируются в предложенном тексте: Яхья Кемал недоволен и отставанием от *Европы*, и сообщением, что *Турция* оставила ее позади, в чем он усматривает ущемление прав *Турции*.

Комичными иногда становятся прагматонимы, демонстрирующие отсутствие «чувства языка»: например, из надписи на упаковке ТОВ «Трио» *Цукор-нісок «Бабусина каша»*. Название торговой марки вступает в «конфликт» с категорией продукта по типу *совместимое – несовместимое* в рамках одной категории *съедобное*.

Аналогичным образом, по нашему мнению, разворачивается комическое и в следующих примерах, когда смешными могут осознаваться в воспринимающем сознании культурно-компетентного субъекта названия, встречающиеся в повседневной жизни. Так, в

²⁶ Сорокин Ю. Сознание и модусы его существования (китайская лингвокультурная общность в 1966–1976 гг.). *Ретроспективные размышления*. Москва, 2003. URL: http://tverlingua.by.ru/archive/001/01_1-004.htm (дата обращения: 01.06.2018).

²⁷ *На праздничном банкете по поводу десятилетия нашей республики один выступающий в общественном обращении заметил:*

– *За десять лет мы Европу оставили позади на десять столетий.*

Только он прогремел, Яхья Кемал с сожалением ударил рукой по колену:

– *Вот ведь, с этой Европой никак вместе не можем быть <...>. Или отстаем, или перегоняем* (Турецкий с улыбкой / ред. А. Кельменчук. Москва, 2007. С. 164).

²⁸ Известные тюркские личности. URL: <http://www.ozturkler.com/icerikler.php?id=3515&lng=2> (дата обращения: 01.06.2018).

Одесской области Украины можно увидеть название кафе «*Мясник и море*», а в Тернополе паб «*Шерлок&Бекон*». Автор эргонима «*Мясник и море*», вероятно, стремился дать оригинальное название пункту питания и привлечь внимание. Однако, аллюзивные созначения названия, отсылающие к повести Э. Хемингуэя «*Старик и море*», вступают в противоречие с назначением поименованного объекта по типу *съедобное – несъедобное*, вызывая смех. Эргоним «*Шерлок&Бекон*», с одной стороны, существует в имеющейся практике, англоязычной в том числе, представлен конструкциями из двух существительных, которые соединены союзом *и* или символом *&*, например, исследовательница О. Донскова приводит такие названия, как: “Lavender Hill Health&Beauty”, “Dimples Beauty&Spa”, “Robins&Day” и “Caviar House&Prunier”²⁹. С другой стороны, «*Шерлок&Бекон*» представляет собой один из случаев актуализации фактически оксюморонных аллюзивных созначений, которая не может считаться успешной и привлекающей ожидаемое внимание потенциальных посетителей. Как известно, Шерлок Холмс – имя литературного персонажа, гениального детектива, созданного А. Конан Дойлом. Ближайшим другом и спутником Холмса в популярных многочисленных рассказах и повестях является доктор Ватсон, что определяет устойчивость и повторяемость в узусе словосочетания, состоящего из данных антропонимов: *Шерлок Холмс и доктор Ватсон*. Замена союза *и* на знак *&* актуализирует иноязычное и инокультурное созначения эргонима, а немотивированная с позиции читателей и содержания произведений А. Конан Дойла замена ожидаемого компонента *Ватсон* на *Бекон* (где первая буква апеллятива прописная в русле англоязычной традиции написания каждого значимого элемента названия с большой буквы, что также усиливает коннотацию *чуждой*) создает комический эффект, сталкивая созначения *съедобное – несъедобное*. К названиям такого типа относится и название лондонского ресторана “*Borshitch & Tears*”, упомянутое О. Донсковой³⁰.

Название базы отдыха «*Бальзаминат*», расположенной на побережье Черного моря, вероятно образовано от флоронима *бальзамин* и суффикса *-ат*. При этом, если употребление названий различных растений призвано создавать расслабленную атмосферу и характерно для создания эргонимов, то использование суффикса, обычно

²⁹ Донскова О. Особенности эргонимического пространства Лондона. URL: <http://library.wksu.kz/dmdocuments/Донскова.pdf> (дата обращения: 19.07.2017).

³⁰ «*Борщ и слезы*» (Донскова О. Особенности эргонимического пространства Лондона. URL: <http://library.wksu.kz/dmdocuments/Донскова.pdf> (дата обращения: 19.07.2017)).

образующего существительное со значением названия неорганических соединений (типа *бром – бромат*), создает комическое противоречие между референтом как отдельным объектом, принадлежащим к определенному классу предметов, сигнификатом как понятием об отдельном объекте данного класса и денотатом онима, отражающим обобщенный основной признак.

Необычное написание названия ресторана – *“Londonский”* – подкрепляет созначение *необычный* табличкой с наименованием улицы – *Набережная Роттерхэма* – на фасаде здания. Заведение расположено в небольшом живописном поселке Сергеевка Одесской области. Реальный топоним *Набережная Роттерхэма* стал следствием заключения договора о дружбе Сергеевки с ее британским городом-побратимом Роттерхемом. Эргоним способен навеять онимные аллюзии на комические литературные названия и сочетания с онимным компонентом, запечатленные, например, И. Ильфом и Е. Петровым в «Записных книжках» и в произведениях «Двенадцать стульев», «Золотой теленок»: *Абиссинский мальчик Васька, гостиница «Франция»* (в Закавказье – С. Д.) *с садом и двумя медвежатами на цепи, меблированные комнаты «Сорбонна»* (в Старгороде. – С. Д.); *Васюки переименовываются в Нью-Москву, Москва – в Старые Васюки*³¹. Комическое в образованиях подобного рода наиболее ярко проявилось в коннотониме *Нью-Васюки*, часто используемом в речи носителей для иронической характеристики неосуществимых, фантастических планов, поэтому и упомянутый нами эргоним также может восприниматься смешным, вызывая нежелательные ассоциации и снижая общий туристический имидж курортной зоны.

Следующие эргонимы, ставшие результатом смены названий под влиянием комплекса негативных экстралингвистических причин, создают комический эффект при уяснении мотивов подобных действий. Так, в оккупированной на момент написания статьи части Донецкой области (Украина) магазин бытовой техники «Фокс» образовался на месте покинувшей регион торговой сети «Фокстрот», а на отдельных зданиях, в которых ранее располагались рестораны сети быстрого питания “*McDonalds*”, появились вывески с названием «*ДонМак*». Рассматриваемые пары имен собственных окказионально приобретают сталкивающиеся созначения *старый – новый, хороший – плохой* соответственно. Случайно или осознанно примитивный подход к

³¹ Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев (авторская редакция без купюр и цензуры). Москва, 2000. URL: <http://lib.znaimo.com.ua/docs/203/index-138684.html?page=2> (дата обращения: 10.03.2016).

процедуре переименования путем усечения основы или метатезы позволяет составить определенное общественное мнение об интеллектуальных ресурсах субъектов, продуцирующих подобные эргонимы, а также является причиной возникновения крайне отрицательных оценочных коннотаций и обличающего уничижительного смеха.

Комическое может возникнуть в контексте как результат неудачного наложения оценочных характеристик номинативных единиц при соположении их с ассоциациями, сложившимися в культурном пространстве:

*Курган, Курган, ты, как всегда, немногословен,
И во дворах твоих по-прежнему живет –
Нем, как Герасим, глух, как Бетховен, –
Ну, в общем, добрый и талантливый народ.*

В строфе песни, звучавшей в эфире радио «Шансон», используются имена собственные – *Курган, Герасим, Бетховен*. При этом авторская характеристика города и его жителей – *немногословен, добрый, талантливый* – не подтверждается, как это задумано, антропозтонимом из произведения И. Тургенева *Герасим* и фамилией немецкого композитора *Л. ван Бетховена*. В один ряд помещаются «равновеликие» антропонимы с выделенными, по мнению автора, основными, семами – *нем* и *глух*, из которых не может следовать, что сочетающий их носитель будет *добрым* и *талантливым*; равно как и неверно то, что все жители Кургана *немые* и *глухие*.

Следует отметить, что осознание невольного комизма в ситуации столкновения коннотация может включаться мастером слова в художественное произведение и даже являться его смысловым центром. Например, Ю. Карпенко вспоминает, что в мемуарах жены украинского драматурга М. Кулиша есть эпизод о его работе над пьесой «Мина Мазайло». Писатель зашел в загс и просмотрел там список измененных фамилий. Среди прочих там была фамилия *Гімненко*, измененная на *Алмазов*. Это его так рассмешило, что он решил вставить случай в произведение. Перед премьерой к драматургу подошел молодой человек, представившийся *доктором Алмазовым*, и попросил заменить фамилии, но М. Кулиш не согласился, поскольку в этом, по его мнению, была «соль» пьесы³².

³² Карпенко Ю. Нотатки про ономастику Миколи Куліша. *Літературна ономастика* : збірник статей. Одесса, 2008. С. 84.

Имена собственные широко вовлекаются в ткань юмористических текстов разного рода, поэтому несомненным является факт их влияния на феномен комического. Особенности специфики подобного воздействия следует рассматривать с учетом междисциплинарных связей, присущих природе поэтонимологии.

Расширение круга анализируемых контекстов за счет разнообразных запротоколированных проявлений смеховой культуры позволяет приблизиться к изучению речевого комического не только как уже завершенного имеющегося результата, состоявшегося явления, но и с позиций говорящего и слушающего юмористический текст, который разворачивается при них в настоящее время.

Смех вообще и разворачивающийся по «законам» рассматриваемой в нашей статье логико-смысловой модели в частности является мощным ресурсом преобразования общества, изживания путем низложения реальных страхов с практически безграничным потенциалом действия, открывающим широкие возможности изучения речевого комического, например, в аспекте понимания механизмов специфики речевого воздействия и расширения его способов.

Теоретическое значение работы заключается в выявлении общезыковых закономерностей взаимоотношений между семантикой поэтонима и содержанием юмористического текста в процессе формирования комического эффекта, а также в расширении базы методов и приемов анализа собственных имен, что способствует углублению теоретической базы поэтонимологии.

Практическое значение статьи может состоять и в возможности использования ее результатов для дальнейших лингвистических и литературоведческих исследований, и в использовании полученных материалов при подготовке вузовских курсов по общему языкознанию, стилистике, поэтонимологии.

ВЫВОДЫ

Эстетическая категория комического способствует развитию «смехового сознания»³³, наглядно демонстрирует идеи несоответствия идеалу, внезапно открывшегося противоречия формы и содержания, отклонения от имеющейся в сознании нормы, избавления от логического контроля мысли, от автоматизма мышления.

³³ Пропп В. Проблемы комизма и смеха. Ленинград, 1976. URL: <http://tricksters.narod.ru/laughter/laughter.htm> (дата обращения: 05.05.2018).

Исследование реализации семантических механизмов, выполняемое в русле избранной методологии, позволяет выявить проявление разнообразных свойств имен собственных.

Поэтоним приобретает свойство «провоцировать» нарушение логических связей в разворачивающемся «здесь и сейчас» речевом сообщении при создании ложной контекстной ассоциации.

Употребление поэтонимов в искаженном виде в ряде случаев осознается смешным и обнаруживает речевую некомпетентность субъекта, создающего контекст, не имеющий исходной установки на комическое. Такой же нежелательный для автора высказывания эффект может быть результатом оксюморонного совмещения и перекрещивания в границах одного контекста ассоциаций, восходящих к принципиально несопоставимым фундаментальным онтологическим категориям.

Такие виды имен собственных, как артионимы и эргонимы, могут содержать комическую поему (сему поэтонима) в составе своей семантики, которая возникает не только традиционно в процессе развития смыслов проприальной единицы в произведении (понимаемом в широком смысле), но и уже вследствие своей структуры, обнаруживающей смешную нелепость. При этом анализировать такие имена собственные имеет смысл по типу имен-заглавий, для верного понимания которых, по мнению Э. Кравченко³⁴, существуют контексты разного рода, «эксплицирующие ситуацию «присвоения имени» (озаглавливания), которая прямо или опосредованно объясняет авторский выбор, извлекая под-текстовые смыслы из органичной двуединой сущности имя – текст».

Комический эффект проявляется и в результате включения имени собственного в нестандартный, «ошибочный» контекст, и это окружение может либо сразу восприниматься таковым, либо так характеризоваться имеющим определенную специальную подготовку читателем (слушателем) после ряда умозаключений. При этом информация, хранящаяся в номинативных единицах, обеспечивает понимание текста.

Таким образом, возникновение комического может быть обусловлено проявлением «балаганной» смеховой ипостаси имени

³⁴ Кравченко Э. Имя как элемент текста и поэтонимосферы. Поэтика связей и отношений. Винница, 2015. С. 245.

собственного, а также «сопротивлением» номинативной единицы вхождению в неадекватное ее созначениям сообщение.

Полученные результаты исследования поэтики онимов в контекстах, воспроизводящих речевые ошибки и оговорки, позволяют считать избранный путь изучения продуктивным и требующим дальнейшего развития и совершенствования, что и следовало доказать, решив поставленные в начале работы задачи.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению взаимодействия поэтик онима и ближайших контекстов при создании комического эффекта в высказываниях, воспроизводящих речевые ошибки и оговорки. Для определения приемов выявления синергетической семантики и конгенеративной поэтики сочетаний с онимами использован комплексный метод поэтонимологического анализа. Расширение круга анализируемых контекстов позволило приблизиться к изучению речевого воплощения смеховой культуры с позиции воспринимающего разворачиваемый юмористический текст. Выявлены общезыковые закономерности взаимоотношений между семантикой поэтонима и содержанием юмористического текста в процессе формирования комического эффекта, а также расширена база методов и приемов анализа собственных имен, что способствовало углублению теоретической базы поэтонимологии. Доказано, что комическое обусловлено проявлением «балаганной» смеховой ипостаси имени собственного, а также «сопротивлением» номинативной единицы вхождению в неадекватное ее созначениям сообщение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михайлов В. Собственные имена персонажей русской художественной литературы XVIII и первой половины XIX в., их функции и словообразование : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1956. 19 с.
2. Магазаник Э. Ономастика поэтическая. *Краткая литературная энциклопедия*. Москва, 1978. С. 441–444.
3. Бондалетов В. Русская ономастика : учебное пособие для студентов педагогических институтов. Москва, 1983. 224 с.

4. Карпенко Ю. Нотатки про ономастику Миколи Куліша. *Літературна ономастика* : збірник статей. Одеса, 2008. С. 78–92.
5. Калинин В. Поэтика онима. Донецк, 1999. 408 с.
6. Дворянчикова С. Выделение моделей репрезентации комического в контекстах с поэтонимами с позиции лингвистической семантики. *Мова і культура* : науковий журнал. Київ, 2010. Вип. 13. Т. 1 (137). С. 80–85.
7. Першин М. Тыква пророка. Православная беседа. 2004. № 2. URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_Ieg.php (дата обращения: 05.10.2017).
8. McGhee P. On the cognitive origins of Incongruity Humor. Fantasy assimilation versus reality assimilation. *The psychology of humor*. New York ; London, 1972. P. 61–80.
9. Никульникова Я. Речевые отступления от литературных норм как источник комического и их эстетическая актуализация: дис. ... канд. филол. наук. Армавир, 2003. URL: <http://www.dissercat.com/content/rechevye-otstupleniya-ot-literaturnykh-norm-kak-istochnik-komicheskogo-i-ikh-esteticheskaya> (дата обращения: 12.12.2018).
10. Черномырдин отдыхает! Перлы «Свидетелей Иеговы». URL: http://www.gumer.info/Humor/Svid_Ieg.php (дата обращения: 15.06.2018).
11. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. Канонические, в русском переводе с параллельными местами; синоидальное издание. Москва, 1991. 296 с.
12. Французский с улыбкой / ред. О. Розенкова. Москва, 2007. 190 с.
13. Игровой портал оператора мобильной связи life. URL: <http://java.life.com.ua/d/adv2.aspx> (дата обращения: 01.03.2013).
14. SMS-анекдот. SMS-атака / ред. Е. Левашева. Москва, 2005. 96 с.
15. Турецкий с улыбкой / ред. А. Кельменчук. Москва, 2007. 190 с.
16. Сорокин Ю. Сознание и модусы его существования (китайская лингвокультурная общность в 1966–1976 гг.). *Ретроспективные размышления*. Москва, 2003. URL: http://tverlingua.by.ru/archive/001/01_1-004.htm (дата обращения: 01.06.2018).
17. Известные тюркские личности. URL: <http://www.ozturkler.com/icerikler.php?id=3515&lng=2> (дата обращения: 01.06.2018).

18. Донскова О. Особенности эргонимического пространства Лондона URL: <http://library.wksu.kz/dmdocuments/Донскова.pdf> (дата обращения: 19.07.2017).

19. Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев (авторская редакция без купюр и цензуры). Москва, 2000. URL: <http://lib.znaimo.com.ua/docs/203/index-138684.html?page=2> (дата обращения: 10.03.2016).

20. Пропп В. Проблемы комизма и смеха. Ленинград, 1976. URL: <http://tricksters.narod.ru/laughter/laughter.htm> (дата обращения: 05.05.2018).

21. Кравченко Э. Имя как элемент текста и поэтонимосферы. Поэтика связей и отношений. Винница, 2015. 387 с.

Information about author:

Dvorianchykova S. Ye.,

Ph. D. in Linguistics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages
Kyiv National University of Technologies and Design
2, Nemirovich-Danchenko str., Kyiv, 01011, Ukraine