

Michał JANKOWICZ

Pedagogical University of Krakow, Poland

THE HOMONYMY OF PROPER NAMES AS AN ELEMENT OF LANGUAGE-GAMES IN INTERNET MEMES

Михал ЯНКОВИЧ

Педагогически университет, Краков, Польша

ОМОНИМИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ КАК ЭЛЕМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

The article analyses graphic compositions, also known as memes, as an element of the language-game based on homonyms of proper names. The study object comprises various graphic compositions published in the Vkontakte social network, intended mainly for Russian-speaking users. The pictures selected by the author consist of graphic elements (the actual image) and short texts in the form of comments, remarks and utterances of personages, inscriptions, etc. Although the language-game is the object of research for many contemporary linguists, the use of the methods of language-games to publish on social networks Internet memes is rarely analysed. The graphic compositions often contain valuable language material, which may be the object of research in the context of the language-game.

Keywords: Russian language, language-game, Internet memes, social networks, proper names.

Ключевые слова: русский язык, интернет-мемы, социальные сети, имена собственные.

В данной статье анализируются так называемые креолизованные мемы, то есть, креолизованные композиции, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))» (Сорокин 1990: 180). В рассматриваемых композициях даются выделить две части – вербальную (надпись / подпись) и иконическую (фотография, рисунок).

Явления полисемии и омонимии кроме нарицательных имён существительных охватывают также сферу ономастики. Следует напомнить, что ономастика – это раздел языкознания, изучающий имена собственные, а также личные, в том числе имена, прозвища, отчества, фамилии (Ахманова 1966: 278). Системные лексические отношения в языке (омонимия, синонимия, паронимия) даются выявить не только у имён нарицательных, но также у имён

собственных (иногда в литературе называемых онимами). Омонимия имён собственных понимается как совпадение в звучании на письме слов из разных ономастических классов, иначе говоря, применение одного языкового знака к объектам разных ономастических полей (Вороничев 2012:92). В число ономастических классов входят (Привилова, 1979: 58):

1. Антропонимы (личные имена, псевдонимы, отчества, фамилии, прозвища людей в быту, обиходной жизни, с их отражением в художественной, деловой, юридической, исторической литературе, в религии, фольклоре, мифологии). Следует отметить, что целостное наименование лица в русском языке состоит из трёх компонентов: фамилии, имени и отчества.

2. Топонимы (географические названия: названия населённых пунктов, микротопонимы, макротопонимы, гидронимы, орографические названия, названия путей сообщения, лесных массивов, астронимы (названия небесных тел) и др.). В состав таких наименований часто входят, как обязательные компоненты, номенклатурные слова, например, море, океан, созвездие и т.п.

3. Хрононимы (наименования исторических событий (периодов, эпох). Их можно условно разделить на следующие подгруппы: геологические эры, исторические эпохи, исторически знаменательные события, названия праздников. Обычно названия исторических событий состоят из двух – трёх компонентов, из которых один является номенклатурным словом, например, век, война, битва и т.д.

4. Зоонимы и фитонимы (клички животных, названия культурных злаков и цветов, и т.п.). В большинстве случаев клички животных однокомпоненты. Они близки к прозвищам людей и личным именам по вокативной функции.

5. Эргонимы (названия социальных группировок людей: международных, государственных, профсоюзных, партийных, кооперативных, общественных и т.д.);

6. Идеонимы (названия произведений духовной деятельности человека, то есть произведения науки, художественной литературы, музыки, живописи, театра, кино, телевидения, скульптур и т. п.);

7. Хремотонимы (названия продуктов производственной деятельности человека, получившие статус собственного имени: названия транспортных средств, механизмов, машин, оружия, бытовой техники и т.д.);

Как замечает М.И. Привилова неотъемлемым признаком собственных имён является непереносимость вторичности наименования, так как любой предмет, лицо или место обладает номенклатурным названием (Привилова, 1979: 60). Именно из этого качества вытекает сильная номинативность. Сами по себе собственные имена не столько обозначают объект, но его называют. Однако употреблённые в речи, в контексте они приобретают смысл. Как отмечает Л.В. Щерба «имена собственные, будучи употребляемы в речи не могут не иметь никакого смысла» (Щерба, 1974: 278). Семантика имени собственного единична в речи, если оно соотносится с конкретным объектом и в некоторой степени обобщена в языке, так как может обозначать объекты одного и того же класса.

Можно выделить следующие типы соотношений между омонимами имён собственных:

1. Одно и то же наименование называет объекты, принадлежащие к одному ономастическому классу, например *Сергей* и *Сергей* (его тёзка). В языке существует ряд слов, обозначающих явления данного типа – одноимённость (*тёзка, однофамилец*).

2. Собственные имена называют объекты из разных ономастических классов, например, *Волга* (река) – *Волга* (модель машины).

3. Наричательное имя иногда становится собственным, например, *Любовь* (имя) – *любовь* (чувство).

4. Собственное имя становится нарицательным, например, *Рентген* (фамилия) – *рентген* (обследование).

Кроме омонимии имён собственных в языке наблюдается явление их полисемии. Омонимические полисеманты имеют два или более лексических значений. Новые значения могут возникать, например, в результате метонимии, что часто наблюдается в случае антропонимов (особенно фамилий). Итак, фамилии авторов переносятся на их произведения (*читать Пушкина*).

Интернет-мемы содержат информацию о том, культурном феномене, который послужил источником для их появления. Таким образом, мемы обладают культурной коннотацией, дающей реципиенту возможность идентификации прецедентного феномена. Адресат эксплицирует культурные коннотации мема и восстанавливает те ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект (Щурина 2012: 163). На представленных ниже графических композициях игровой компонент составляют омонимы собственных имён.

Рисунок 1.



источник: www.vk.com

Рисунок 2.



источник: www.vk.com

Языковая игра может осуществляться путём употребления омонимов имён собственных, принадлежащих к разным ономастическим классам. Выше представленные рисунки необходимо проанализировать вместе, так как они касаются омонимии трёх часто используемых **собственных** имён *Катюша*. На рисунках сталкиваемся с омонимическими собственными имёнами в следующих значениях:

I. *Катюша* – уменьшительная форма женского имени Екатерина,

II. *Катюша* – песня М.И. Блантера, написанная в 1938 году на стихи М.В. Исаковского (Чернявская 2007: 211).

III. *Катюша* – появившееся в годы Великой Отечественной войны название реактивных систем, прозвище миномёта периода Великой Отечественной войны.

На первом рисунке изображена девушка (по замыслу автора, с именем *Катюша*), ползущая по земле, на фоне боевых действий. На спине у неё артиллерийское орудие, напоминающее по форме миномёт *Катюша*. Девушка показана на фоне военной обстановки, на втором плане можно заметить взрыв мины, падающих парашютистов, а также объекты, характерные для военных действий: танк, снаряды, ножи, другие виды оружия. На картинке представлено совмещение значений – женского имени и прозвища миномёта. Эти собственные имена называют объекты из разных ономастических классов, имя принадлежит к антропонимам, а прозвище оружия к хрононимам. Следует отметить, что по наиболее вероятной версии возникновения названия боевых машин реактивной артиллерии серии «БМ», прозвище связано с заводской маркой «К», находившейся на первых экземплярах боевых машин, и с одноимённой популярной песней военных годов (Первушин 2007: 67).

На втором рисунке, представляющем телефонный разговор двух персонажей, обыгрывается омонимия ласкательной формы распространённого рус-

ского имени Екатерина и названия популярной песни. В ответ на заданный по телефону вопрос «а Катюшу можно?» персонаж начинает петь песню «Катюша». Использованное на картинке слово *братан* – это просторечное обращение к лицу мужского пола (Елистратов 2000: 45). Шутка обосновывается на омонимии женского имени и названия песни. Известная песня получила своё название в результате метонимического переноса имени героини на наименование произведения.

Песня «Катюша» сыграла очень важную роль в культуре СССР и России. «Катюша» стала одной из самых известных советских массовых песен военных лет (Чернявская 2007: 211). Большая популярность песни сделала её действительно народной: вскоре были сложены народные песни – ответы Катюше, а в военный период солдаты слали девушке приветы с фронта. Песня добилась также известности за пределами СССР, например, в Италии мелодия «Катюши» послужила основой боевого гимна партизан. Название песни использовалось в военные годы фотографами и художниками как подпись к фотографиям и рисункам, на которых изображались женщины, воюющие рядом с мужчинами или ждущие писем с фронта. До сих пор песня «Катюша» считается одним из самых узнаваемых символов российской культуры, а её слова знают практически все россияне.

Рисунок 3



источник: www.vk.com

Аналогично как на рисунке про Катюшу, на картинке про Маргариту и двух цезарей с курицей языковая игра осуществляется в результате омонимии собственных имён, относящихся к разным ономастическим классам. Вдобавок на картинке наблюдается явление полисемии (курица). Для начала перечислим значения омонимических и полисемических слов, употребленных на рисунке.

I. *Цезарь* – название популярного салата, в состав которого входят листья салата, пшеничные крутоны, соус и тёртый пармезан,.

II. *Цезарь* – титул древнеримских и византийских императоров. Лицо, имевшее такой титул (Ефремова 2000: 431);

III. *Цезарь* (лат. *Gaius Julius Caesar*) – римский политический и государственный деятель, полководец и писатель, выходец из патрицианского рода Юлиев [...] (Лисовый, 2001: 224)

I. *Маргарита* – название вида алкогольного напитка, в состав которого входят текила, апельсиновый ликер «Куантро» и сок из лайма (http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_culinary/1304/);

II. *Маргарита* – женское имя (от лат. *margarita* – жемчужина) (Петровский 2011: 150);

III. *Маргарита* – название разновидности пиццы.

Курица – полисемия: 1. Домашняя птица – Самка петуха. 2. Мясо курицы или петуха, как пища (Ушаков 2013: 252).

Коктейль *Маргарита* является одним из самых популярных в мире, благодаря отменному вкусу и простому составу. По утверждениям историков, коктейль появился впервые в Южной Америке в 1936 – 1948 гг. и был назван в честь женщины по имени Маргарита (<http://alcofan.com/prigotovlenie-koktejlya-margarita.html>). Принято считать, что похожее происхождение имеет название рецепта и разновидности пиццы. Согласно легенде Королева Маргарита Савойская, посетила в 1889 г. пиццерию Бранди в Неаполе (<http://www.wikikit.chen.ru/articles/historyofpizza/>). Пицца, которую приготовили специально для королевы содержала цвета Итальянского флага (красный помидор, белая моцарелла, зелень базилика). Именно в честь королевы пицца и получила своё название. В свою очередь название салата *цезарь* происходит от имени его изобретателя, американца итальянского происхождения Цезаря Кардини, владельца ресторана Caesar's Place (<http://www.aif.ru/food/products/42256>). Второе значение слова *курица* возникло в результате переноса наименования с птицы на пищу, приготовленную из её мяса.

На рисунке представлено пятеро персонажей: высокая женщина – большая Маргарита, два цезаря, одетых в римские тоги, курица и официант в костюме. Картинка снабжена текстом – высказыванием официанта: *Кто заказывал большую Маргариту и два цезаря с курицей?* В обыкновенном контексте (в ресторане) высказывание официанта обозначало бы вопрос по поводу заказанных клиентами блюд и напитков. Однако благодаря изображению лексем *Маргарита*, *цезарь* и *курица* на графике осуществляется переосмысление вопроса официанта. Итак, в его высказывании *большая Маргарита* обозначает высокую женщину с таким именем, а не название коктейля или разновидности пиццы, *два цезаря* – древнеримских императоров, а не название салата, *курица* – не птичье мясо, а саму курицу. Если предположим, что два цезаря, представленные на картинке, одинаковы, они могут также обозначать

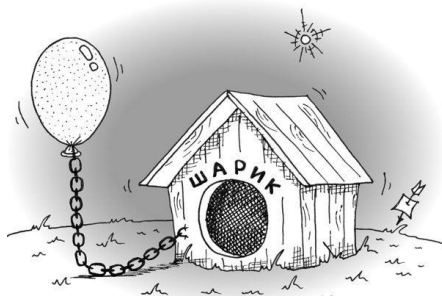
конкретное лицо – Гая Юлия Цезаря- римского политического и государственного деятеля. На рисунке представляется комическая ситуация, в которой официант вместо исполнения заказа, приводит несколько персонажей, которых имя, титул или наименование тождественны с названием блюд или напитков. Такая шутка возможна благодаря омонимии собственных имен (*Маргарита, цезарь*) и полисемии нарицательного существительного *курица*. Эффект языковой игры базируется на ассоциативном потенциале омонимических слов, вследствие чего появляется различная интерпретация их значений (Гридина 1996: 33).

Рисунок 4

источник: www.vk.com

В языковой игре могут также употребляться тождественные словоформы в парах типа **имя собственное – имя нарицательное**. На вышеуказанном рисунке *Саня, Гена, Костя* – ласкательные формы мужских имён *Александр, Геннадий, Константин* употреблены в родительном падеже единственного числа. Существительные *сани, гены, кости* выступают здесь в именительном падеже множественного числа. Все перечисленные слова в значениях, представленных на рисунке, являются *pluralia tantum* (*сани* – зимняя повозка на полозьях, *гены* – то, что заложено в человеке от рождения, *кости* – останки, прах умершего) (Ефремова 2000:117). Лексемы *ген* и *кость* в единственном числе имеют иное значение. Слово *гены* выступает на рисунке в метафорическом значении *дети, приемники*.

Рисунок 5

источник: www.vk.com

На рисунке изображена конура с надписью «Шарик» над входным отверстием и привязанный к ней при помощи цепи летающий воздушный шарик. Иногда на будках пишутся имена живущих в них собак. Очень распространённой русской собачьей кличкой является *Шарик*, имя омонимическое по отношению к лексеме *шарик*, обозначающей надувную игрушку. Названные лексемы выступают на рисунке в следующих значениях:

I. *Шарик* – бытовое название дворовой непородистой собаки (по распространённой кличке) (Ефремова 2000:387).

II. [воздушный] *шарик* – надувная игрушка, сделанная из латекса.

Лексема *шарик*, особенно в устной речи, употребляется в контексте без прилагательного *воздушный*, в значении надувной игрушки. На картинке наблюдается совмещение значений омонимических друг к другу лексем (имени нарицательного и собственного). Вместо привычной дворняжки на рисунке видим прицепленный цепью к будке воздушный шарик, вследствие чего у реципиента возникает эффект обманутого ожидания. Согласно теории «обманутого ожидания» в шутке выступает контраст между ожиданием реципиента (возникшим на базе его жизненного опыта) и конечной реализацией. Явление в начале кажущееся естественным, демаскируется затем как ошибка или абсурд и дискредитируется.

Рисунок 6



источник: www.vk.com

На рисунке изображены типичный хасид с длинной бородой, одетый в чёрный костюм и шляпу и длинноволосый викинг со шлемом на голове. Комический смысл рисунка основывается на сходстве написания лексем, представляющих собой омографы. Итак, лексемы *один* выступают на картинке в следующих значениях:

I. *Один* – верховный бог в скандинавской мифологии. Могучий шаман, мудрец; бог войны, хозяин Вальхаллы. У древних германцев Одину соответствовал Водан (Вотан) (<http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/218342>).

II. *Один* – (*числительное*) количество (1) или единственный.

На выше указанной картинке сталкиваемся с относительно редким явлением, в котором два слова – собственное имя и числительное становятся омографами. Однако их написание совпадает лишь в формах именительного падежа единственного числа, а имя бога пишется с прописной буквы. Названные слова произносятся по-разному, так как ударение у числительного *один* падает на второй слог, а у имени бога в скандинавской мифологии – на первый.

Представленный на рисунке спор между раввином и викингом опирается на различия между их конфессиями. Иудаизм является религией монотеистической, а скандинавские языческие верования были политеистическими, поэтому раввин и викинг не могут согласиться по поводу имён и количества богов.

Как в случае всех языковых игр, осуществляющихся при помощи омографов, эту языковую шутку можно представить лишь на письме, так как если прочесть её вслух, она теряет комический смысл. Благодаря одинаковому написанию слов с иной семантикой и похожей конструкции предложений, на первый взгляд высказывания раввина и викинга в текстовой форме могли бы показаться тождественными. Кроме того от реципиента требуются определенные знания, касающиеся скандинавской мифологии (характера верований и названий богов), чтобы он правильно понял языковую шутку.

Выводы

В данной статье подвергалось анализу употребление омонимии собственных имен как элементов языковой игры в интернет-графиках, так называемых «мемах». Все отобранные автором рисунки состояли из графических элементов (собственно изображений) и коротких текстов в форме комментариев, реплик и высказываний персонажей, надписей и т.д. Выводы, вытекающие из исследования можно поделить на три категории: требования к реципиенту, особенности и функции.

1. Требования к реципиенту.

- Интернет-графики адресованы широкому кругу реципиентов, любому русскоговорящему пользователю Интернета, проявляющему интерес к ним, или знающим русский язык как иностранный на среднем или продвинутом уровне (в зависимости от сложности языкового материала). Однако полное понятие смыслов, изображённых на графиках нередко требует от реципиента лингвистических и культурологических знаний. Для понятия смысла некоторых графических композиций реципиент должен обладать богатым словарным запасом и лингвистическим чутьём, так как выступают в них редко употребляемые слова или лексико-семантические варианты слов.

- При использовании приёмов языковой игры в интернет-графиках отсутствует встречное течение, характерное для общения, нет непосредственной реакции собеседника (коммуникация совершается лишь в одном направлении). Однако допускается проявление некоторой реакции реци-

пиента в форме текстового комментария под рисунком (на сайте, в социальной сети, на форумах).

2. Функции.

- На анализируемых рисунках сильно проявляется развлекательная функция, которая приобретает также форму интеллектуального юмора. При помощи общедоступных интернет-график демонстрируются возможности языка. Популярные мемы привлекают внимание реципиента, шокируют, активизируют его интеллект.

- Интернет-графики данного типа могут послужить как ценный языковой материал при обучении русскому языку как иностранному. Они позволяют расширить словарный запас, узнать редкие способы употребления лексики. Весь процесс усвоения языкового материала совершается путём «игры».

3. Особенности языковой игры, основывающейся на омонимии собственных имен интернет-графиках.

- Анализируемые графические композиции (мемы) являются своеобразным экспериментом, при котором лексемы используются в неканонических для данного способа употребления значениях.

- На рисунках языковая игра осуществляется при помощи устной и письменной речи, сохраненной в форме текста (комментариев, высказываний персонажей и т.п.).

- Для всех графических и текстовых элементов характерна сжатость и насыщенность (небольшое количество компонентов и богатый смысл). В сжатой форме текста (реплика, комментарий, высказывание, надпись) представляется относительно богатый языковой материал, несколько явлений в одном слове.

- Языковая игра в тексте сопровождается графическим изображением, которое является её дополнительным инструментом. Графические элементы играют значительную роль в выявлении лексико-семантических вариантов лексем и омонимов.

- В некоторых графических композициях наблюдается сопоставление омонимических собственных имен относящихся к разным классам объектов.

- Во многих графических композициях языковая игра осуществляется в результате неканонического и неожиданного осмысления стандартных (штамповых) фраз, высказываний.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

Ахманова 1966: Ахманова О.С. *Словарь лингвистических терминов*, Москва: Издательство Советская энциклопедия. **Ahmanova 1966:** *Ahmanova O. S, Slovar' lingvistiueskih terminov*, Moskva: Izdatel'stvo Sovetskaâ ènciklopediâ.

- Вороничев 2012:** Вороничев О.Е. О многозначности и омонимии имён собственных. // *Начальная школа плюс до и после*, № 06, Москва: Беласс, 90-94. **Voroničev 2012:** Voroničev O.E., O mnogoznačnosti i omonimii iměn sobstvennyh. // *Načal'naâ škola plúš do i posle*, № 06, Moskva: Belass, 90-94
- Гридина 1996:** Гридина Т.А. *Языковая игра: стереотип и творчество*. Екатеринбург. **Gridina 1996:** Gridina T.A., *Jazykovaja igra: stereotip i tvorčestvo*. Ekaterinburg.
- Елистратов 2000:** Елистратов. *Словарь русского арго*. Москва: Русские словари. **Elistratov 2000:** Elistratov. *Slovar' russkogo argo*, Moskva: Russkie slovari.
- Ефремова 2000:** Ефремова Т.Ф. *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*. Москва: Русский язык. **Efremova 2000:** Efremova T.F. *Novyj slovar' russkogo jazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj*., Moskva: Russkij vzyk,
- Лисовый 2001:** Лисовый И.А., Ревяко К.А., *Античный мир в терминах, именах и названиях: Словарь-справочник по истории и культуре Древней Греции и Рима*. Минск. **Lisovyj 2001:** Lisovyj I.Ā., Revâko K.Ā., *Āntičnyj mir v terminah, imenah i nazvaniâh: Slovar'-spravočnik po istorii i kul'ture Drevnej Grecii i Rima*, Minsk.
- Первушин 2007:** Первушин А. *Красный космос. Звездные корабли Советской империи*. Москва. **Pervušin 2007:** Pervušin A. *Krasnyj kosmos. Zvezdnye korabli Sovetskoj imperii*. Moskva.
- Петровский 2011:** Петровский Н.А., *Словарь русских личных имен*. Москва. **Petrovskij 2011:** Petrovskij N.Ā., *Slovar' russkih ličnyh imen*, Moskva
- Привилова 1979:** Привилова М.И. Собственные имена и проблемы омонимии // *Вопросы языкознания* №5, Москва: 56-64. **Privilova 1979:** Privilova M.I. *Sobstvennye imena i problemy omonimii* // *Voprosy jazykoznanija* №5, Moskva: 56-64.
- Сорокин 1990:** Сорокин Ю. А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // *Оптимизация речевого воздействия*, Москва : Наука, 180-181. **Sorokin 1990:** Sorokin Ju.Ā., Tarasov E.F. *Kreolizovannnye teksty i ih kommunikativnaja funkcija* // *Optimizacija rečevogo vozdejstvija*, Moskva : Nauka, 180-181.
- Щерба 1974:** Щерба, *Опыт общей теории лексикографии, Языковая система и речевая деятельность*, Ленинград: Наука. **Serba 1974:** Serba, *Opyt objeĵ teorii leksikografii, Jazykovaja sistema i rečevaja deâtel'nost'*, Leningrad: Nauka.
- Щурина 2012:** Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // *Научный диалог*. № 3 / 2012, Екатеринбург: Пресса России, 160-172. **Surina 2012:** Surina Ū. V, *Internet-memy kak fenomen internet-kommunikacii* // *Naučnyj dialog*. № 3 / 2012, Ekaterinburg: Pressa Rossii, 160-172.
- Чернявская 2007:** Чернявская Т. Н., Милославская К. С, Ростова Е. Г., Фролова О. Е., Борисенко В. И., Вьюнов Ю. А, Чуднов В. П *Большой лингвострановедческий словарь*, Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. АСТ-Пресс. 2007. **Černâvskaâ 2007:** Černâvskaâ T.N., Miloslavskaâ K. S, Rostova E. G., Frolova O. E., Borisenko V. I., V'ûnov Ū. Ā., Čudnov V. P *Bol'soj lingvostranovedčeskij slovar'*, Moskva: Gosudarstvennyj institut russkogo âzyka im. Ā.S. Puškina. AST-Press. 2007.

Ушаков 2013: Ушаков Д. Н., *Толковый словарь современного русского языка*, Москва: БШС. **Ušakov 2013:** Ušakov D. N., *Tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo âzyka*, Moskva: BŠS.

ELECTRONIC SOURCES

<http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/218342> (*Большой энциклопедический словарь*):

<http://www.aif.ru/food/products/42256>

<http://alcofan.com/prigotovlenie-koktejlya-margarita.html>

http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_culinary/1304/

<http://www.wikikitchen.ru/articles/historyofpizza/>