

Е. С. Бутакова

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КРЕАТИВНОСТЬ В ТОМСКОЙ ЭРГОНИМИИ

Рассматриваются механизмы реализации лингвистической креативности автора при номинировании объектов инфраструктуры г. Томска: дается анализ иноязычных средств разных языковых уровней, участвующих в создании эргонимов иноязычного происхождения.

Ключевые слова: лингвистическая креативность, языковая игра, иноязычные средства, эргоним иноязычного происхождения.

Проявление лингвистической креативности при номинировании объектов инфраструктуры города – характерная особенность современной томской эргонимии, позволяющая моделировать ономастическое языковое пространство. Для того чтобы выделить номинацию в существующем многообразии городских вывесок, придать ей выразительность, сделать более привлекательной, эстетичной, недостаточно использования традиционных лингвистических средств словопроизводства; авторы номинаций вовлекают формальные и семантические языковые средства, графические элементы русского и других языков, прецедентные тексты, шрифтовые выделения, экстра- и паралингвистические средства и т. п. В этом случае языковая игра как форма лингвокреативного мышления становится оптимальным средством для создания новых номинаций.

В задачи работы входит определение места языковой игры в системе языка, соотнесение понятий «лингвистическая креативность», «языковая игра» и «окказиональное словопроизводство», описание типов языковой игры, анализ зависимости использования иноязычных средств от проявления лингвистической креативности.

Впервые упомянутая Л. Витгенштейном, языковая игра и в настоящее время нередко попадает в фокус внимания исследователей: проблематикой языковой игры занимаются Т. А. Гридина (1996), О. В. Лисоченко (2000), Б. Ю. Норман (2006), Т. П. Куранова (2008), Е. В. Прокутина (2009), В. В. Горбань (2011), Рябкова (2009), Е. М. Александрова (2012), Р. Л. Гутцайт (2012) и др.

В лингвистике существуют разные позиции при рассмотрении языковой игры в соотношении с языковой нормой. Так, например В. З. Санников, рассуждая о природе комического, определяет языковую игру как намеренно допускаемую неправильность [1, с. 23]. Т. А. Гридина выделяют нарушение языковой нормы как один из механизмов функционирования языковой игры – операциональный [2], которые реализуют тенденции отступления от формальных и семантических правил оперирования словом. Исследователи русской разговорной речи Е. А. Земская, М. В. Китайгород-

ская и Н. Н. Розанова считают, что «в языковой игре известная шаблонизация совмещается с творчеством, ...определенный интерес представляет установление наиболее типических, трафаретных приемов языковой игры и выявление тех языковых средств, которые служат для них материалом» [3]. Б. Ю. Норман видит языковую игру как «постоянное нарушение каких-либо правил, балансирование на грани нормы» [4, с. 10]. Так или иначе отклонение от языковой нормы должно быть осознанным и принимать во внимание не только возможности языкового сознания адресата. По мнению Т. А. Гридиной, «эффект языковой игры можно считать достигнутым только при осознании его адресатом» [2].

Для начала необходимо определить и разграничить понятия *лингвистическая креативность*, *языковая игра* и *окказиональная лексика*. Под лингвистической креативностью понимается способность носителя языка манипулировать знаниями о языке для создания новых слов, модификации уже существующих слов и выражений с целью расширения их семантики, привлечения внимания, создания комического эффекта и пр. Иными словами, лингвистическая креативность представляет собой совокупность знаний о языке и нетривиальный подход носителя языка к их использованию.

Языковая игра – проявление лингвистической креативности, ее форма [5] – понимается как использование комплекса языковых средств, намеренное искажение норм языка с целью достижения определенного эффекта: комического, экспрессивного, эффекта неожиданности и пр. Игровые средства, задействованные при создании номинаций, выполняют ряд функций: 1) номинативную, 2) эмоциональную, 3) аттрактивную, 4) рекламную и др.

Окказиональное слово вслед за О. Г. Баталовым понимается как «производная неузуальная лексическая единица, отсутствующая в языковой традиции, построенная по словообразовательным моделям различной продуктивности, а также по уникальным моделям авторского словотворчества» [6]. Номинатор (автор окказионализма) опирается на собственное языковое сознание для производства новых слов, подходящих к данной конкретной си-

туации. Оказиональное словопроизводство носит внесистемный характер, оказиональное слово представляет собой эстетически обусловленное отклонение от языковой нормы [там же], не всегда имеет целью достигнуть эффекта языковой игры. Примеры оказионализмов: «*Вот это жарчепар пошел!*» (из разговора в бане) – оказионализм *жарчепар* образован от словосочетания *жарче пар*; выявление деривационной активности у иноязычных слов и заимствований: «*Пойдем в Глиженчик, молока надо купить*» – диминутив *Глиженчик* образован от названия магазина *Глижен*; намеренное искажение ударения в слове: «*Побежали, вон маршрутка уже подъехала!*»; использование стихотворных тропов для описания (обыгрывания) бытовых ситуаций «*Соли добавь в оливье ты, Лена!*» и т. д.

Чрезвычайно сложно, на наш взгляд, выявить в рамках лингвистической креативности факты языковой игры как проявления творческого потенциала манипулирования языком. Если языковая игра рассматривается как искажение привычной нормы, то любое изменение слова на формальном (структура, графика, орфография, словообразование) и тем более на семантическом уровне (контаминация, семантическое наложение, замещение и пр.) является языковой игрой. Однако большинство исследователей сходятся во мнении о том, что результатом языковой игры должен стать комический (юмористический) эффект. Следовательно, каждый случай проявления лингвистической креативности необходимо рассматривать в отдельности.

Языковая игра наиболее ярко демонстрируется на стыке разных языковых систем: намеренное изменение структуры слова путем использования иноязычных компонентов влечет за собой расширение семантики эргонима, его информационный потенциал [7, с. 175]. Языковая игра в эргонимии Томска проявляется на семантическом и формальном уровнях. Следует особо отметить, что формальная и семантическая сторона языковой игры нередко прослеживается в совокупности: словообразовательный или фонетический формант может быть как асемантическим, так и наделять слово дополнительной семантикой. Использование языковых средств на формальном уровне реализует аттрактивную функцию: тот или иной элемент выделяется с тем, чтобы обратить внимание реципиента на его семантику, прагматику, невербалику и пр. Как отмечает О. Г. Щитова, при помощи иноязычных средств стимулируются семантические механизмы создания экспрессивности текста [8, с. 74].

Использование иноязычных элементов в эргонимах на формальном уровне выявляет их некоторые особенности. Они касаются прежде всего орфографических, графических, словообразователь-

ных, морфологических и синтаксических языковых средств. Кроме этого наблюдается использование внутри одного слова средств графики и фонетики (данный тип языковой игры называется фонетико-графическим), а также средств морфологии и графики (этот тип языковой игры называется морфолого-графическим).

Обозначим следующие типы языковой игры: орфографическая, графическая, словообразовательная, морфологическая, синтаксическая. Рассмотрим каждый из них более подробно. В каждом типе языковой игры наблюдаются единые базовые принципы, а именно:

- совмещение графических систем языков;
- использование графических средств для выделения семантически значимых элементов и формантов: капитализация, графогибридизация, применение параграфемных средств и пр.;
- транслитерация и транскрипция;
- выделение внутри одного слова семантически значимых единиц и формантов, совпадающих по звучанию со словом русского языка, прямо или косвенно указывающих на специфику деятельности организации с данным именем;
- использование языковых средств преимущественно из английского языка, реже немецкого, французского, испанского, латинского, санскрита, хинди, болгарского, тюркского, узбекского и др.;
- достижение *эффекта иноязычности*: применение различных типов языковой игры с целью придания эргониму иностранного вида при помощи графических и иных средств.

В рамках каждого типа языковой игры нами не рассматривается подробно использование данных принципов, анализируются лишь последствия их применения для достижения определенного эффекта [9].

Орфографическая игра

Орфографическая игра предполагает изменение формы слова с целью расширения (сужения) его значения. Орфографическая игра осуществляется путем нарушения орфографической нормы. В эргониме *КопиТал* изменение орфографии слова *капитал* (замена гласной *а* на *о*) влечет за собой расширение его семантики: выделение форманта *копи* (англ. *copy* ‘копировать, копия’) свидетельствует о сходстве начальных слогов слова *капитал* и транслитерированного иностранного (английского) слова (*copy* – *копи*) и позволяет заменить их для достижения эффекта языковой игры.

Кроме того, орфографическая игра может повлечь за собой нарушение целостности слова. Так, в названиях магазина подарков в виде кошек *Лу Кошка* и студии загара и *Гла Мурка* разделение слова на два отдельных слова создает эффект языковой игры: часть эргонима *Лу-* напоминает о

французском имени, отсечение начального слога *Гла-* от заимствованного слова (фр. *glamour* гламур → 'гламурка') не препятствует восприятию частей слова как целостного слова. Очевидно, что разделение на две части было осуществлено с целью выделения лексем *кошка* и *мурка*, однако это не лишило эргонимов признаков иноязычности (французское имя *Лу (Lou)*, лексема *гламур* (фр. *glamour*)).

Эргоним *А-Штория* напоминает название пятизвездочных гостиниц *Астория*, расположенных в разных городах мира, отличительными чертами которых является уникальный стиль, отражающий национальный дух и особенности месторасположения. Эргоним декомпозируется на две части с целью выделения смыслообразующего элемента *-Штория*. Изменение одной буквы (*с* на *ш*) приводит к созданию нового слова, актуализирующего специфику магазина с названием данного эргонима. «Салон-ателье *А-Штория* занимается продажей *штор, портьеров и тюля*».

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что орфографическая игра влечет за собой расширение семантики эргонима и наделение его эксплицитными и имплицитными коннотативными значениями. Однако это не означает, что данный эффект достигается использованием иноязычных орфографических средств: в основе принципа иноязычности номинации лежит иноязычное (иностранное) слово, в рамках которого осуществляется прием языковой игры.

Графическая игра

Под графической игрой понимается использование невуальных графических средств для написания слова – намеренного искажения формы и структуры слова с целью привлечения к эргониму внимания, придания привлекательности. Графическая игра проявляется в выделении букв, использовании пунктуационных знаков, изменении размера букв в слове и пр. Кроме этого наблюдается капитализация – прописная буква используется в новой для нее функции – привлечения внимания [6, с. 19].

Графическая игра присутствует во всех типах языковой игры, поскольку является наиболее наглядным и эффективным средством для выделения семантически значимых элементов слова (лексема). В данной части статьи графическая игра рассматривается как единственное языковое игровое средство, в последующих типах анализ графического компонента эргонима будет опущен.

Графическая игра в томской эргонимии реализуется посредством совмещения графических систем разных языков, носящего название **графогибридизация** [10]. В зависимости от смысловой оформленности эргонимов, графогибридизация

носит семантический или асемантический характер. При семантической графогибридизации встроенные элементы графических систем других языков дополняют эргоним ситуативным прагматическим значением: оно может актуализировать специфику организации, род деятельности, предлагаемые товары и услуги, атрибут данной услуги, тогда как фонетически слово остается неизменным и произносится без искажения первоначального фонетического облика.

Кроме того, отнесенность эргонима к факту языковой игры или феномену лингвистической креативности позволяет определить характер графогибридизации. Так, результатом семантической графогибридизации, как правило, становится языковая игра, поскольку имеет целью создание комического, остроумного эффекта, результатом асемантической графогибридизации – лингвистическая креативность как результат лингвотворческой деятельности носителя языка.

Семантическая графогибридизация в следующих эргонимах является результатом междусловного наложения. Доономастический прототип эргонима (русское слово) усложняется в своей структуре путем добавления смыслообразующей иностранной лексемы (как правило, односложной) на место одного из слогов. Иностранная лексема подобрана таким образом, что она непосредственно связана с родом деятельности организации, его качеством.

Приведем примеры: *Beerлога* = *beer* (< англ. 'пиво') + *берлога* – пивной бар, место с приглушенным (как в берлоге) светом, где можно попить пива; *CARеец* = *car* (< англ. 'автомобиль') + *кореец* – фирма, занимающаяся продажей комплектующих и расходных материалов для корейских автомобилей; *ChinaЯ* = *China* (< англ. 'Китай') + *чайная* + *я* – магазин, занимающийся продажей китайского чая; *Бульдозер* = *бульдозер* + *dozer* (< англ. 'дозатор') – кафе, в котором можно попить пива (пиво наливают «булями»); *ИСПАния* = *Испания* + *SPA* (< лат. 'здоровье через воду') – салон красоты, в котором можно пройти SPA-процедуры; *ИнBEST-банк* = *инвестбанк* + *best* (< англ. 'лучший') – лучший банк для инвестиций; *КабLOOK* = *каблук* + *look* (< англ. 'взгляд') – обувной магазин.

Асемантическая графогибридизация проявляется в следующих случаях:

– при замене букв или сочетания букв в слове соответствующими иностранными (буквы с иностранной графикой внутри одного слова обычно капитализованы): *CURточка*, *Вектор*, *Зверев*, *КопиРка*, *Модный баZар*, *ПодZемка*, *ПремьеRa*, *ТамлаDa*, *ТомлаD*, *ТриDстрой*, *ЦеZарь*;

– при использовании иноязычных типографических знаков в качестве соединительных элементов

слов: амперсанда *M&K, Sisters&Brothers, Бараши-ка&Креветка, Бергер&Ко, Глеб&К, Двери&паркет, Двери&окна, Дом&Сад, К&К, Компьютеры&Комплекующие, Кофе&кофейня, Кресла&Стулья, Мебель&Цайт, Надежда&Ко, Отчеты&Расчеты, Паб&К, Ремез&К, Стекла&Зеркала, Шерлок Холмс&Доктор Ватсон, Чай&Кофе*, апострофа *People's, Rest'o, Арабик'А, Л'этуаль, Сенк'ю*, символа электронной почты *M@хреклама*;

– при оформлении русских слов средствами иноязычной графики – реверсивной транслитерации исконно русское слово пишется с использованием иноязычной графики (преимущественно латинской): *Bulavka* (булавка), *Delo* (дело) *вкуса*, *Dostavkavtomsk.ru* (доставка в Томске), *Fanera* (фанера), *Forma* (форма), *IgRok* (игрок), *Kanareika* (канарейка), *Kukla* (кукла), *Leto* (лето), *Oblojka* (обложка), *Nogi v ruki* (ноги в руки), *Rashodniki* (расходники), *Rockot* (рокот), *Soberi Sam* (собери сам), *Sto ballow* (сто баллов), *Vetranet* (ветра нет), *Yarko* (ярко), *Zapas* (запас). Эргоним *RePeat* образован с помощью английского слова *repeat* ‘повторять’, однако, принимая во внимание род деятельности фирмы с данным названием, отметим, что при создании эргонима была использована реверсивная транслитерация (репетиторство – *repeat*), после чего осталась только начальная часть слова. Начальный слог эргонима зрительно напоминает ответное сообщение в электронной коммуникации *RE* (< англ. *response* ‘ответ’), а второй слог – лексему *peat* (< англ. *peat* ‘торф’);

– при графической имитации иноязычности иноязычная графика используется для придания слову сходства со словами из других языков. Этот способ может проявляться в удвоении согласных *Кабинетт, Летто, Этти Детти*; в добавление к этому оформление удвоенных согласных иноязычной графикой *Piffko, Graffun, Жираффа*; придание эргонимам схожести с иностранными фамилиями путем добавления суффиксоида *-off*: *Artoff, Avtoff, Керимoff, Мехoff, Mr.Drinkoff, Rotolkoff, Грузово-зофф, Неонофф, Нефильтрофф, Пивнофф, Пластикофф, Технофф*.

Применение графической игры не всегда изменяет семантику эргонима, в ряде случаев она реализует аттрактивную функцию – привлечения внимания к потенциальному адресанту, а используемые иноязычные средства являются асемантическими, т. е. не актуализируют дополнительного смысла внутри одного проприального наименования.

Словообразовательная игра

Языковая игра на словообразовательном уровне проявляется в использовании иноязычных элементов и формантов для образования эргонима. Игро-

вой эффект достигается различными способами, а именно путем:

1) добавления иностранных суффиксов:

– суффикса превосходной степени имен прилагательных в итальянском языке *-ssimo* ‘самый’, например: *Мебелиссимо, Оптиссимо*;

– суффиксов, характерных для фамилий. Например, в эргониме *Джинсаччи* используется итальянский суффикс *-саччи*, создающий сходство с прецедентным именем известного итальянского кутюрье Джанни Версаччи, добавленный к лексеме *джинсы*, – магазин занимается продажей джинсовой одежды. Эргоним *Перчини* образован с помощью добавления суффикса *-ини* к лексеме *перц*, создающего сходство с фамилией Фелини;

2) добавления продуктивных суффиксоидов:

– суффиксоид *-бург* образует эргоним *Петбург*, имеющий словообразовательное значение ‘город, где есть то, что названо мотивирующим словом’ (Санкт-Петербург, Йоханнесбург, Фрайбург), добавленный к транслитерированной лексеме *Пет* (< англ. *pet* ‘домашнее животное’). В результате название магазина с данным названием можно перевести как город домашних животных – здесь можно приобрести для них товары (питание, медикаменты и пр.);

– суффиксоид *-бер(р)и* имеет сходство с английским словом *berry* ‘ягода’ и образует эргонимы *Меб-бери, Столбери* и *Таймбери*. В то же время *-бер(р)и* напоминает русский глагол в форме повелительного наклонения *бери*, что создает эффект языковой игры: *бери мебель, бери тайм*;

– суффиксоид *-ляндия/-лэнд* со словообразовательным значением ‘местность, место, где есть то, что названо мотивирующим словом’: так образованы эргонимы *ВООКляндия, НебоЛэнд, Пивляндия, СветЛэнд*;

3) словосложения: в отдельную группу выделяются эргонимы, образованные путем сложения освоенных иноязычных лексем и неосвоенных транслитерированных *Инк-мастер* (< англ. *ink* ‘чернила’), *МебельВилль* (< франц. *ville* ‘город’), *Фэмели-Тур* (< англ. *family* ‘семья’) и нетранслитерированных *Alter-мебель, Ars-Альянс, Quadro-интерьер, V.I.P.-шоу, БиTel, КомнStar, МебельWood, ОфисLine* слов. Данные номинации не производят игрового (комического, юмористического) эффекта, а отражают лингвокреативное мышление их создателей;

4) гаплогонии – наложения слов: *Компьютерра* = *компьютер* + *terra* (< лат. *terra* ‘земля’).

Морфологическая игра

Языковая игра с использованием заимствованных из иностранных языков частей речи называется морфологической. Реализация аттрактивной и эмотивной функций данного типа языковой игры достигается с помощью использования иностран-

ных слов, не существующих внутри русской языковой системы. Внимание реципиента привлекает и иноязычная графика, с помощью которой оформлен иностранный элемент. Эргонимы в данном типе языковой игры делятся на две группы:

1. Эргонимы, образованные в рамках системы русского языка. В данной группе наблюдается использование следующих частей речи, взятых из иностранных языков.

Междометие. Среди междометий в составе томских эргонимов наиболее частотным является английское междометие *ОК* ('отлично, хорошо, правильно'). Например: *БутичОК, ДвижОК, МастерОК, ПодарОК, СвитерО.К., ФотОКурьер*. Очевидно, что целью использования междометия является привлечение внимания с помощью капитализованных букв, совпадающих по написанию с буквами русского алфавита, но являющихся частью иностранной языковой системы.

Среди других междометий выделяется *О-ля-ля* (< франц. *Oh la la* 'Ого!', 'Ух ты!').

Предлог. В эргониме *ПочтальОН* финальный слог заменен английским предлогом *on* (на), дополняющим значение эргонима: магазин, находящийся на остановке «Почта».

В эргониме *Пит N* английский предлог *on* (вкл.) изображен с использованием параграфемного средства: буква *o* написана в виде кнопки питания, имеющейся на панели любой электронной техники, включая компьютеры. Фирма с данным названием занимается ремонтом компьютеров. Поводом для создания данного наименования явился рекламный слоган фирмы «Питание включено»: лексема *питание* усечена до начального слога *пит-*, к которому добавлена иностранная капитализованная языковая единица *ON*, демонстрируя **межъязыковую контаминацию**.

Артикль. В эргониме *The Хмель* к исконно русскому слову *хмель* добавлен определенный артикль английского языка *The*, что привлекает внимание горожан, реализуя аттрактивную функцию.

Эргоним *Лас Книгас* образован путем соединения испанского артикля множественного числа женского рода *las* и лексемы *книга* с добавлением форманта *-с*. Использование артикля приводит к сходству эргонима *Лас Книгас* с названием американского города *Лас Вегас*, что позволяет сформировать его значение: магазин-город книг. Аналогичным способом образован эргоним *Ла Пластик*.

2. Эргонимы, заимствованные из иностранных языков с разной степенью модификации. Под разной степенью модификации понимается степень изменения иностранной языковой единицы по отношению к оригиналу: транслитерация, транскрипция, орфография. Среди нетранслитерированных выделяются эргонимы:

– с предлогами *A Cler* (< искаж. франц. *a clair* 'к свету'), *Da Vita* (< итал. *Da vita* 'из жизни'), салон красоты *De Paris* (< франц. *de Paris* 'из Парижа'), *On Travel* (< англ. *On travel* 'в путешествии'),

– с артиклями *La Beaute, Le Delice, The Esquire, La Foto, El Matador*;

– транслитерированные эргонимы с предлогами *А-ля Гламур* (< франц. *à la glamour* 'по-гламурному'), *Де-юре* (< лат. *de iure* 'юридически', 'по праву'); с артиклями: *Ля Боте, Ля Вуаль, Ля Рошель*.

Данные эргонимы относятся к фактам окказионального словообразования, так как не производят эффекта остроумия, эмоционального воздействия, более вероятно реализация эмотивной функции для восприятия эргонимов в качестве иностранных слов и создания эффекта иноязычности.

Синтаксическая игра

Синтаксическая игра представлена совокупностью единиц разных языков, объединенных в синтаксически значимое образование: словосочетание, форму обращения, слова с предлогами, союзами. Синтаксические номинации объединены союзами, предлогами, различными типами связей в словосочетаниях (согласованием, управлением, примыканием). В подобных номинациях часто используются иноязычные средства, ряд таких номинаций транслитерирован из языков-источников, другие созданы в русском языке по их образцу.

Рассмотрим примеры.

В ряде примеров соединительный союз *и* употребляется для соединения лексем разной степени освоенности с личным местоимением *я*: неосвоенных *Бест и Я* (< англ. *best* 'лучший'), освоенных *СПОРТуЯ, ДиваниЯ, Стиль и я*. Таким образом, очевидно, номинатор преследовал цель максимально персонализировать услуги своей организации с потенциальным потребителем, показать, что его фирма может легко стать его «попутчиком» в мире услуг, быть рядом. Эффект языковой игры достигается в эргониме *Бест и Я* благодаря сходству компонентов эргонима с лексемой *бестия* 'ветренная, непредсказуемая, коварная женщина, женщина легкого поведения'. В остальных случаях отмечаются факты окказионального словообразования. Выделяются также эргонимы *Айфон и Айпад*, образующие фразовое единство, и ряд эргонимов, в которых роль соединительного союза выполняет английский типографический знак амперсанд: *М&К, Sisters&Brothers, Мебель&Цаит, Паб&К, Ремез&К, &Шерлок Холмс&Доктор Ватсон*.

Интересный случай синтаксической игры представляет эргоним *БИГиМОТ*, образованный путем искажения русского слова *бегемот* заменой его первого слога английским словом *big* 'большой' в русской транслитерации. Гласная *и* в роли соединительного союза выявляется благодаря использо-

ванию регистра – буква *и* строчная, остальные буквы – прописные, аттрактивную функцию выполняет нарушение орфографической нормы: *беге-мот – БИГиМОТ*.

В эргониме-словосочетании *АйТи Компьютерное обслуживание* в роли иноязычного элемента выступает транслитерированная аббревиатура ИТ (< англ. *Information Technologies* ‘информационные технологии’).

Эргоним *Пельмени Project* напоминает английскую атрибутивную конструкцию, когда в качестве атрибута к имени существительному выступает другое имя существительное. Лексема *project* оформлена в графике языка-источника, придавая всему эргониму эффект иноязычности, так как лексема *пельмени* является освоенной русским языком, а также эффект контраста, поскольку пельмени считаются национальным русским блюдом и употребление его обозначения в сочетании с англ. *project* вызывает комический эффект.

Использование прецедентных имен. Эргонимы *Арм Стронг*, *Бон Апарт*, *Том Строеер* образованы с апелляцией к прецедентному имени, с которым у эргонимов наблюдается сходство. Нил Армстронг – всемирно известный американский космонавт, впервые ступивший на поверхность Луны. В основе языковой игры лежит английское словосочетание *arm strong* ‘сильная рука’ с нарушением порядка мотивирующих слов (правильно *strong arm*) – данное название носит спортивный зал.

В эргониме *Бон Апарт* прецедентным именем выступает фамилия французского императора Наполеона Бонапарта. Она разделена на две части: *bon* франц. ‘хороший’ и *apart* франц. освоенное ‘апартаменты’: *Бон Апарт* – хорошие апартаменты, апартаменты императорского класса – название гостиницы.

Том Строеер апеллирует к герою повести Марка Твена Тому Соьеру, осуществлявшему строительно-малярные работы. Фамилия Соьер изменена добавлением двух согласных букв *с* и *т* с тем, чтобы основой слова стала *стро-* (строить) и английский суффикс *-er*, словообразовательное значение которого ‘агент действия, названного мотивирующим словом’. В данном случае эргоним соотносится с продажей строительных материалов.

Группу словосочетаний дополняют эргонимы, созданные в русском языке с использованием грамматического явления, характерного для английского (французского) – атрибутивной группы. Суть в том, что в качестве атрибута к имени существительному может выступать не только имя прилагательное, но и другое имя существительное. По данному принципу образованы эргонимы *Maha* (изм. Маша) *mebel*, *Tazik Club*. Эргонимы *Russo Matrasso*, *Russo Turisto*, напротив, имеют в качестве атрибута имя прилагательное *Russo* (< итал. *Russo* ‘русский’).

В двух эргонимах наблюдается использование английского обращения к мужчине *Mr* ‘мистер’: *Mr Медведский*, *Mr Помидор*.

Ряд эргонимов включает в себя реалии, связанные с информационными технологиями, и напоминает адрес интернет-страницы: *Детки.ru*, *Колобок.ru* *Мамба.ru* *Мультиград.Ru*, расширение файла *Print.exe*.

Проявление лингвистической креативности обусловлено реализацией преимущественно эмоциональной, аттрактивной, экзотической функций. Языковая игра декомпозируется на типы: орфографическая, графическая, словообразовательная, морфологическая, синтаксическая. Наиболее активно среди томских эргонимов используется графическая языковая игра в ее семантической разновидности, дополняемая другими типами.

Список литературы

1. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002.
2. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество: монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1996. 214 с.
3. Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы. М.: Языки славянских культур (Studia Philologica), 2010. С. 175–176.
4. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. М.: Флинта, Наука, 2006.
5. Шибалов Р. Ю. Ономастическая игра в художественном тексте: На материале ранних рассказов А. П. Чехова: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 219 с.
6. Баталов О. Г. Когнитивно-функциональный аспект окказионального словообразования в художественном тексте: дис. ... канд. филол. наук. Новгород, 2004.
7. Самсонова Е. С., Щитова О. Г. Информационный потенциал иноязычных эргонимов // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2012. Вып. 1 (116). С. 175–181.
8. Щитова О. Г. Функционирование иноязычных средств в тексте // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2005. Вып. 3 (47). С. 74–78.
9. Самсонова Е. С. Функционирование иноязычных средств в эргонимии // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 6 (96). С. 16–21.
10. Ильясова С. В. Языковая игра в газетном тексте // Научно-культурологический журнал RELGA, 2001. № 23 (77). URL: <http://www.relga.ru/Envirn/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=395&level1=main&level2=articles>

Бутакова Е. С., аспирант.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 634034.

E-mail: twin16@ya.ru

Материал поступил в редакцию 30.01.2013.

E. S. Butakova

LINGUISTIC CREATIVITY IN TOMSK ERGONOMY

The article deals with mechanisms involved in nomination of city infrastructure elements. The analysis of linguistic means of various levels borrowed from foreign languages for the creation of ergonyms is provided.

Key words: *linguistic creativity, language game, linguistic means borrowed from foreign languages, ergonym originated from foreign languages.*

National Research Tomsk Polytechnic University.

Pr. Lenina 30, Tomsk, Russia, 634034.

E-mail: twin16@ya.ru