

УДК 81'22

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНЫХ
ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК****¹Е. А. Непомнящих, ²А. М. Литовкина**¹ Иркутский государственный университет
*кафедра лингвистики и лингводидактики*² Байкальский государственный университет
кафедра языковой подготовки

В статье описываются креативные поздравительные открытки, которые появились в результате поиска новых форм поздравления. Авторы называют креативными открытки с парцелированным нестандартным текстом, который размещен на разных сторонах открытки и в котором отсутствуют традиционные поздравительные элементы (номинация события, обращения и др.). Такие тексты экспрессивны, довольно категоричны, обладают высоким прагматическим потенциалом, часто базируются на антитезе или риторическом вопросе. Помимо традиционных функций поздравительной открытки, креативные поздравительные тексты обладают суггестивной и комплементарной функциями. Креативные поздравительные открытки получили широкую популярность в связи со стремлением адресантов к нестандартному, оригинальному, нетрадиционному поздравлению.

Ключевые слова: *открытка, поздравление, креативный, парцелляция, суггестия, экспрессивность.*

Как известно, «конечного списка речевых жанров нет» [3, с. 7], поскольку одни жанры «отмирают», другие появляются, третьи трансформируются. Поздравительная открытка как жанр поздравления до сих пор не теряет своей популярности, входя в группу этикетных речевых жанров, цель которых состоит в усилении положительного эмоционального состояния адресата. Общение посредством поздравительной открытки происходит не ради сообщения информации, а ради установления и поддержания контакта.

По мнению Ю. Н. Маринина, поздравление должно выполнять следующие требования: 1) легко декодироваться; 2) не зависеть от социальных ролей; 3) не зависеть от уровня языковой компетенции адресата; 4) удовлетворять требованиям максимальной вежливости [6, с. 37].

Традиционная структура поздравительной открытки включает в себя следующие элементы: приветствие или адресация; номинация события; актуальный текст поздравления с пожеланиями или без них; именование отправителя; дата [7, с. 321]. При этом лексическое наполнение текстов поздравлений несет основную смысловую нагрузку, вызывая различные ассоциации и выполняя определенные речевые интенции.

Открытка всегда являлась оригинальным сувениром, который доставлял положительные эмоции как адресату, так и адресанту. На наш взгляд, жанр поздравительной открытки за последние годы очень изменился как в плане формы, так

и содержания. В настоящее время открытка стала превращаться в произведение искусства дизайнеров и креативщиков. Поиск новых поздравительных форм стал причиной появления креативных поздравительных открыток. Креативность (от лат. *creatio* – созидание) понимается исследователями как «создание оригинального продукта» [10, с. 104], «процесс создания значимых новых форм», «способность рождать необычные оригинальные идеи» [2, с. 43], «детерминанта творчества, которая проявляется в инновационных преобразованиях человека во всех (или отдельных) сферах жизни на уровнях: личность (потенциал) – процесс – результат» [1, с. 55]. Соответственно *креативный* – необычный, оригинальный, новый, инновационный, нетрадиционный.

Стремление к оригинальности поздравления вызвано тем, что традиционные благопожелания, постоянно используемые в данной топиальной ситуации, утратили свою экспрессивность. «К ним привыкли, они приелись и перестали быть достаточно эффективным средством речевого воздействия» [11, с. 50]. Текст поздравления стал слишком стандартизированным, предсказуемым. Ю.Н. Маринин пришёл к выводу, что традиционное поздравление в 96 % случаев представлено конструкцией *Поздравляю (ем) Вас (вас) с праздником (днем) + номинация события* [6, с. 39]. В связи с этим маркетологи были вынуждены прибегнуть к поиску нестандартных, принципиально новых форм поздравления, способных вызвать живой интерес, поскольку «успех коммуникации зависит от стратегически правильного продуманного высказывания» [4, с. 336]. Адресанту стало важно не просто поздравить адресата, а сделать это особенно ярко, так, чтобы поздравление понравилось, запомнилось и, конечно, выделялось на фоне остальных. Очевидно, что креативные поздравительные открытки получили большую популярность, особенно в молодёжной среде, привлекая не только нестандартным графическим оформлением, но и экспрессивными поздравительными текстами.

Мы называем креативными такие поздравительные открытки, в которых текст является парцелированным, в связи с чем содержание реципиенту трудно предугадать. К ним относятся не стихотворные тексты или традиционные поздравительные высказывания, а оригинальные, нестандартные тексты, которые обычно состоят из двух или трёх частей. Первая часть, как правило, располагается на лицевой стороне открытки и представляет собой незаконченное высказывание, которое завершается многоточием, как бы создавая интригу: *Хотелось подарить тебе своё сердце...* Заключительная часть текста является, как правило, неожиданной, экспрессивной и собственно поздравительной: *...но оно уже принадлежит тебе. Люблю!* При этом акт поздравления происходит как бы косвенно, а само пожелание завуалировано (здесь и далее знаком «слэш» мы разделяем части текста, размещённые на разных сторонах одной открытки): *Звонило счастье... / Просило передать, что вот-вот будет!*

Таким образом, восприятие текста по частям рождает интригу неординарного, нестандартного, непредсказуемого поздравления: *Люблю тебя... / ...чуть больше, чем вчера, и чуть меньше, чем завтра.* Расположение текста в креативных поздравительных открытках является признаком данного субжанра. Поскольку смысл поздравительного текста будет понят до конца только при раскрытии открытки, в данном случае слово *открытка* как бы приобретает своё первоначальное значение «открой – и узнаешь»: *Пусть у тебя будет много причин, чтобы... / Вилить хвостиком от счастья!* Следует предположить, что если бы высказывание было целиком размещено на одной стороне открытки, эффект непредсказуемости исчез бы,

а вместе с ним – и экспрессивность, оригинальность, креативность поздравления: *Сложно сказать, что в тебе такого замечательного... / Потому что в тебе замечательно всё: обаяние, доброта, талант / и ещё много всего, что не поместилось в открытку. Ты супер!*

Креативные поздравительные открытки не содержат традиционных элементов поздравления. В них отсутствуют как номинация события, так и обращения. Однако в некоторых случаях бывает обозначен абстрактный адресат: *Моей большой любви... Иногда я по тебе скучаю... / Вру... Всегда.* На наш взгляд, отсутствие номинации события в текстах расширяет возможности адресанта, который может подарить открытку по какому-либо персональному поводу, а не только в календарные праздничные дни, или вовсе без праздничного повода в качестве приятного сюрприза или признания в любви: *ТОМУ, КТО В МОЕМ СЕРДЦЕ Красивым кажется то, на что смотришь с любовью... / ...благодаря тебе моя жизнь наполнена красотой!* С другой стороны, открыткой с указанным текстом можно поздравить адресата с любым традиционным праздничным событием – днём рождения, новым годом, женским днём и др.

Если традиционные поздравительные открытки наполнены эпитетами, олицетворениями и сравнениями [8, с. 103], то в креативных открытках, где вербальные средства также играют главную роль, экспрессивность усиливается за счёт структуры высказываний: *У меня есть всё, что нужно для счастья... / ...потому что у меня есть ты!* Парцелляция элементов текста не только повышает экспрессивность, но и усиливает суггестивную функцию поздравления. Кроме того, креативным открыткам свойственна комплиментарная функция благодаря высказываниям, содержащим комплимент адресанту: *Ты из тех редких людей, что дарят окружающим радость, что украшают мир улыбкой, что всегда найдут важные слова и, если нужно, помогут... / Спасибо за то, что у меня есть ты!* Compliment является не только элементом этикета, но и важной составляющей межличностного вербального общения, помогающей завоевать расположение собеседника: *КАК МОЖНО быть таким классным, весёлым, умным и красивым одновременно?.. / Хотя это нам в тебе и нравится. Так держать!*

Иногда, как можно было заметить из приведенных выше примеров, текст креативной открытки состоит из двух предложений, первое из которых является риторическим вопросительным, а второе представляет собой оригинальный, нередко категоричный ответ: *А знаете, почему женский день 8 числа?.. / Потому что женщина – это 8-е чудо света. С 8 марта!* Категоричность ответа усиливает экспрессивность, поскольку «категоричные высказывания зачастую отличаются высоким уровнем эмоциональности» [5, с. 54].

Иногда мы встречаем вполне традиционные поздравительные тексты, которые можно назвать креативными только за счёт парцеллирования частей:

1. *Доченька! Как приятно год за годом видеть, как ты растёшь, меняешься, взрослеешь... / И при этом всегда остаёшься моим любимым солнышком! / Ты радуешь меня каждый день, и я тебя очень люблю.*

2. *МЫ С ТОБОЙ ИДЕАЛЬНАЯ ПАРА*

У НАС ЕСТЬ ЧТО-ТО ОБЩЕЕ, ЧТОБЫ ПОНИМАТЬ ДРУГ ДРУГА... /...И ЧТО-ТО ОСОБЕННОЕ, ЧТОБЫ ЛЮБИТЬ!

В указанных текстах экспрессивность создаётся парцеллированной антитезой: «растёшь, меняешься, взрослеешь», но «остаёшься»; «что-то общее», но «что-то особенное».

В креативных поздравительных открытках, также рассчитанных на молодежную аудиторию, часто используются разговорные элементы: *Когда ты рядом, моё сердце тук-тук-тук, потому что я... / ... хочу тебя / чмок-чмок-чмок!*

Итак, поздравительная открытка является ярким лингвокультурным элементом. Появление креативных поздравительных открыток говорит не столько о трансформации жанра, сколько о его расширении: тексты, сохраняя прежние функции, становятся более оригинальными, нестандартными, обладают более высоким прагматическим потенциалом. При этом креативные открытки не вытеснили с прилавков традиционные поздравительные открытки. Их сосуществование свидетельствует о том, что маркетологи учитывают «различия в ценностных ориентирах» коммуникантов [9, с. 138], оставляя им право выбора традиционного или нестандартного поздравления.

Список литературы

1. Барышева Т. А. Психологическая структура креативности (опыт эмпирического исследования) // Известия Российского государственного педагогического университета. 2012. № 145. С. 54–64.
2. Боровинская Д. Н. Зарубежный опыт исследования креативности в XX веке // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 348. С. 42–46.
3. Костюшкина Г. М. Концептуальная систематика в исследованиях речи и речевой деятельности // Проблемы концептуальной систематики речи и речевой деятельности: материалы X Всерос. науч. конф. Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2018. С. 5–10.
4. Костюшкина Г. М., Ван Ч. Роль языковой игры в реализации экспрессивно-оценочной стратегии в рекламном слогане // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 5–2 (83). С. 336–341.
5. Кузьмина Т. Н. Категория «категоричность» // Проблемы концептуальной систематики речи и речевой деятельности: материалы X Всерос. науч. конф. Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2018. С. 52–60.
6. Маринин Ю. Н. Тематика поздравлений в русской речевой культуре // Грани познания. 2009. № 1(2). С. 37–51.
7. Муллагаянова Г. С. Лингвистические черты, свойственные языку поздравительных открыток // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 9 (65). С. 320–324.
8. Павлова Н. П., Пепа Е. С. Я послал тебе открытку (языковые особенности поздравительных открыток) // Череповецкие научные чтения–2017: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Череповец: Изд-во Череповецкого гос. ун-та, 2018. С. 103–105.
9. Рыбалко С. А. Официально-деловой стиль русского языка как элемент лингвокультуры // Проблемы концептуальной систематики речи и речевой деятельности: материалы X Всерос. науч. конф. Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2018. С. 137–143.
10. Сырникова Н. А. Интеллект, креативность и специальные способности // Вестник Новгородского государственного университета. 2014. № 79. С. 103–106.
11. Федосеев А. А. Фигуры речи в предвыборных агитационных текстах печатных СМИ // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. № 2 (30). С. 49–56.

LANGUAGE FEATURES OF CREATIVE GREETING CARDS

¹Ye.A. Nepomnyashchikh, ²A. M. Litovkina¹Irkutsk State University
*the Department of Linguistics and Linguodidactics*²Baikal State University
the Department of Language Training

The article describes creative greeting cards that appeared as a result of the search for new forms of congratulations. The authors call creative postcards with a parceled non-standard text, which is placed on different sides of a postcard and in which there are no traditional greeting elements (event nomination, messages, etc.). Such texts are expressive, quite categorical, have a high pragmatic potential, they are often based on antithesis or rhetorical questions. In addition to the traditional functions of a greeting card, creative greeting texts have suggestive and complimentary functions. Creative greeting cards have gained wide popularity in connection with the desire of addressees for non-standard, original, non-traditional congratulations.

Keywords: *postcard, congratulation, creative, parcellation, suggestion, expressivity.*

Об авторах:

НЕПОМНЯЩИХ Екатерина Александровна – доцент кафедры лингвистики и лингводидактики Международного института экономики и лингвистики Иркутского государственного университета (664003, Иркутск, ул. Карла Маркса, 1), e-mail: trunova.k_86@mail.ru.

ЛИТОВКИНА Анна Михайловна – зав. кафедрой языковой подготовки русско-китайского факультета Байкальского государственного университета (664003, Иркутск, ул. Ленина, 11), e-mail: anna220381@yandex.ru.

About the authors:

NEPOMNYASHCHIKH Ekaterina Aleksandrovna – Associate Professor at the Department of Linguistics and Linguodidactics, International Institute of Economics and Linguistics, Irkutsk State University (664003, Irkutsk, Karl Marks str., 1), e-mail: trunova.k_86@mail.ru.

LITOVKINA Anna Mikhailovna – Head of the Department of Language Training, Russian-Chinese Faculty, Baikal State University (664003, Irkutsk, Lenina str., 11), e-mail: anna220381@yandex.ru.