

ЛИНГВО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ: ПОТЕНЦИЯ И РЕАЛИЗАЦИЯ

Л.В. Исаева

Тверской государственной университет, г. Тверь

Раскрываются философско-лингвистические основания языковой игры. В отличие от распространенных представлений о том, что языковая игра является средством создания юмористического эффекта и придания тексту экспрессивности, показывается, что телеология языковой игры состоит в реформатировании когнитивной картины мира на основе процедур рефрейминга.

Ключевые слова: *языковая игра, когнитивная картина мира, рефрейминг, рекламный дискурс.*

Целостный, способный удовлетворить любого исследователя анализ феномена языковой игры пока не произведен. Этот феномен в разных ипостасях исследовался разными учеными, начиная с Л. Витгенштейна, понимавшего языковую игру предельно широко (для Витгенштейна языковые игры есть «формы самой жизни», реальность, воспринимаемая только сквозь призму языка [2: 9]), до узкостилистического подхода к языковой игре как «игре слов», каламбуру, nonsense-words (см., например: [16: 148–152], [18: 76]).

Существующие в отечественном языкознании работы, посвященные феномену языковой игры, носят в основном дескриптивный характер, а феномен игры трактуется в них преимущественно как средство создания комического эффекта, придания высказыванию дополнительной экспрессии тексту (см., например: [4, 9, 11] и др.). Вместе с тем, полезно обратиться к более широкому, лингвофилософскому контексту изучения языковых фактов, что позволит дать целостный анализ языковой игры.

Данный, лингвофилософский, подход представляется нам предпочтительным в силу того обстоятельства, что он находится в русле общей перестройки лингвистики, которая переживает этап «антропологизации» и рассматривает языковые проблемы в контексте культурологии, когнитивных наук, философии, то есть, в контексте исследования «человеческого фактора» в культуре.

Этот, современный, подход убеждает нас: языковая игра несводима к каламбурам и прочим средствам, преследующим исключительно юмористический эффект или способствующим только повышению меры экспрессивности текста. С нашей точки зрения, языковая игра есть

средство реализации определенного взгляда на мир и, наоборот, она же может быть средством мощного, часто деструктивного, воздействия на ментальность, средством ее перестройки. В понимании языковой игры важно раскрыть ее философский потенциал, который предполагает действие с различными глубинами сознания, обеспечивая выход на формирование когнитивной картины мира, своеобразной «игровой» гносеологии, логики и даже этики.

Игровое начало исследователи усматривают на всех уровнях языка, во всех его проявлениях. Изложенное нами выше понятие языковой игры созвучно широкому подходу к метафоре, рассматриваемой в современной лингвистике как способ познания и фиксации новых содержаний. Данный подход к метафоре был заложен работами Дж. Лакоффа и М. Джонсона, продолжен и развит в отечественной традиции такими исследователями, как Н.Ф. Крюкова и др. [6; 13; 14]. Существует большая степень общности между языковой игрой и метафорой, хотя в некотором смысле языковая игра представляет собой более широкое понятие, поскольку охватывает все уровни языка, тогда как метафора может рассматриваться как разновидность игры с языком, попытку выхода за пределы возможного и освоения в языке нового содержания, которое тогда только становится доступным, когда его в игре, метафоре «ухватывает» язык.

Играя, человечество не стало менее серьезным. Напротив, игра стала способом реализации серьезных мировоззренческих задач, задач понимания и описания мира. По мнению ряда исследователей [1: 101], выдвижение категории игры на одно из первых мест в культуре, а также проблематизация феномена игры в философии и лингвистике были предопределены общим характером той научной парадигмы, которая сложилась в пост-эйнштейновское время, когда на смену господствовавшему в классическом позитивизме XIX века представлению о незыблемости законов эмпирически постижимого мира (и незыблемости, абсолютной реальности этого мира) пришло представление о тотальной относительности знания, зависимости объекта исследования от характеристик субъекта, а также о том, что знание о мире предопределено не отношением понятия (и слова) к объекту, а логикой отношений между словами и между понятиями.

Происходит онтологизация слова, онтологизация мысли; отсюда – прямая дорога к стратегии создания средствами слова и мысли миров, которые в отношении своего онтологического статуса не уступят миру реальному – возможных миров.

Исследователи указывают на системную связь теории языковых игр и теории возможных миров в лингвофилософии Л.Витгенштейна [1]. Логика Л.Витгенштейна в этом случае они интерпретируют следующим образом. Язык – поле и инструмент игры, в рамках которой мы создаем сколь

угодно большое количество возможных миров, причем, их конфигурация будет зависеть от интенции продуцента и от контекста [20].

Семантика возможных миров, как подчеркивает исследователь, – это не семантика соотношения сигнификата и денотата. Это – интенциональная семантика, не соотносимая (или искаженно соотносимая) с семантикой денотативной. «Возможный мир» поэтому – исключительно языковой конструкт, обладающий цельностью, связностью, кореферентностью элементов, причем все характеристики текста, в котором материализуются мыслимые характеристики возможного мира, основаны исключительно на соблюдении структурных механизмов языка (и, соответственно, мышления, если следовать идеям Я. Хинтикки).

Поскольку интенционал конституируется «моделью отношения дефиниции и иных аналитических отношений к другим выражениям» [8: 221], то, следовательно, семантика возможных миров устанавливает референциальные отношения не между выражением и реалией, а между выражением и выражением. И хотя интенционал как «мыслительный критерий, с помощью которого можно установить, приложимо или нет конкретное выражение к конкретным предметам и ситуациям» [там же], может соотносить знак с денотатом, в рамках теории игр и теории возможных миров Витгенштейна–Хинтикки это приложение становится избыточным – в силу релятивизации денотативной составляющей знака, его фактического исчезновения в качестве компонента знаковой операции. «Играя» с интенциональной семантикой, и играя убедительно (принцип убедительности пришел в лингвофилософию на смену принципу верифицируемости [17: 66]), мы способны конструировать любое количество возможных, «игровых» миров.

Поэтому языковая игра – не только и не столько средство «украшения» языка или создания комического эффекта. Осмысленная в контексте современной лингвофилософии, в рамках концепций, онтологизирующих язык и мышление, игра предстает формой «миромоделирования» ([15: 68; 7: 46]). Отсюда: пользуясь игровыми стратегиями, создатель игрового текста не просто «развлекает» читателя, но создает новый мир – мир с онтологическими характеристиками, отличными от мира, явленного обыденному сознанию.

Но, для того, чтобы это строительство новой когнитивной картины мира было успешным, агент языковой игры разрушает старый мир – мир обычных, стандартных представлений. Поэтому языковая игра – не только форма миромоделирования, но и форма, если так можно выразиться, «миро-разрушения» – она не только созидательна, но и деструктивна. Языковая игра – мощное средство стратегии, которую в современной психологии и лингвистике называют «рефрейминг» и суть которой сводится к кардинальной перестройке когнитивных механизмов восприятия окружающего мира.

Язык как неотъемлемая составляющая человеческой деятельности и рассматривается как инструмент и поле игры: «Дух, формирующий язык, всякий раз перепрыгивает играючи с уровня материального на уровень мысли. За каждым выражением абстрактного понятия прячется образ, метафора, а в каждой метафоре скрыта игра слов. Так человечество все снова и снова творит свое выражение бытия, рядом с миром природы – свой второй, измышленный мир» [12: 17].

Философско-методологические основания языковой игры были заложены Л. Витгенштейном не в виде связной теории, а в виде методологического прояснения, переинтерпретации рассматриваемых понятий в тексте [3]. В этом отношении сама философия Л. Витгенштейна представляет собой «языковую игру в действии» [2: 4]. В основу витгенштейновского понятия языковой игры положена аналогия между поведением людей в играх как таковых и разных системах реального действия, в которые вплетен язык.

Среди назначений игры Л. Витгенштейн называет доведение до сознания читателей необычайного многообразия инструментов языка (типов слов, предложений и др.) и способов их применения, что должно расшатать укорененное представление о том, что язык всегда работает одинаково и служит одной цели. Но, поскольку язык системно связан с процессами осмысливания действительности, языковая игра одновременно создает «игровую» модель действительности. При этом языковые игры есть своеобразный аналитический метод (совокупность приемов) прояснения языка, высвечивания его функций, работы. Он мыслится как поиск выходов из разного рода концептуальных тупиков. Именно для этого Витгенштейн придумал принцип игр и наработал богатую практику его применения [5].

Таким образом, в соответствии с принятым в современном языкознании и философии подходом, языковая игра присуща языку вообще в его стремлении выражать (и постигать) все новые и новые содержания. То, что ново для человека и его деятельности, порой может быть выражено только новаторскими способами и ухвачено только средствами языковой игры, игры с языком и игрой в язык. С другой стороны, языковая игра есть средство познания реальности и, одновременно, средство конструирования реальности. Последнее же обстоятельство, если учесть функциональный аспект языковой деятельности, есть далеко не однозначный феномен.

Наиболее актуальным для современного участника языковых игр полем в настоящее время является реклама – здесь игровые стратегии, направленные на то, чтобы привлечь внимание потребителя, используются наиболее активно. Но, с другой стороны, здесь в полной мере очевиден лингво-философский потенциал языковой игры, реализуемый в процедурах рефрейминга и изменения конфигурации когнитивной картины мира, актуальной для реципиента рекламного текста.

Конечно, на первый взгляд некоторые рекламные слоганы, где реализуется принцип языковой игры, не кажутся чреватými столь серьезными последствиями.

Каков, например, «мироразрушительный» и «миромоделирующий» потенциал языковой игры, на которой основан рекламный слоган средиземноморской кухни “Drool, Britannia!” (пример Г.В. Пономаревой [10: 16.]). Да, казалось бы, рекламирующая экзотические блюда фирма пытается вызвать у британцев повышенное слюноотделение – только и всего. Но сопрягая игровой слоган с одним из базовых клише, лежащих в основе англо-саксонской когнитивной картины мира, отождествляя скрытое в прагматической пресуппозиции *Rule* и вынесенное в текст *Drool*, рекламист – невольно – снижает, подвергает девальвации один из базовых концептов национальной британской концептосферы.

Тотальная релятивизация традиционных ценностей культуры – перлокутивный эффект, следующий из самой логики языковой игры, если они становятся полем последней. Еще один пример. Среди серии известных рекламных роликов банка «Империал», обращенных к известным историческим ситуациям, особое место занимал эпизод с российской царицей Екатериной Второй, которая, обращаясь к полководцу А.В. Суворову, демонстративно ничего не евшему на рождественском банкете («А Вы, батюшка, почему ничего не едите?»), получает в ответ: «Так ведь до звезды нельзя». Даже нехристианина смутит реакция императрицы-любительницы поеть: «Звезду Суворову Александру Васильевичу!» [19].

Смутит потому, что слова императрицы, налагая осложненную гастрономической архисемой семантику государственности (звезда как орден) на семантику одного из базовых символов христианства (звезда Рождества) по воле рекламиста сопрягают то, что в христианстве изначально «разведено» (Боготу – Богово, а кесарю – кесарево). Рекламист разрушает четко структурированный мир традиционных ценностей, который только и может быть основой культуры. И, смущенный, потребитель рекламы уже без видимого труда приемлет не только помпезно-декоративный стиль «Империала», но и реформированную когнитивную картину мира, в которой редуцирован базовый ценностный, в данном случае – религиозный компонент.

Таким образом, языковая игра является не только и не столько «украшением» текста или средство повышения меры его экспрессивности. Ее основные стратегии направлены на рефрейминг когнитивной картины мира и изменение ее конфигурации, а потому «заряжены» миромоделирующим потенциалом, относящимся уже по ведомству философии.

Список литературы

1. Борисенко А.В. Семиотика интертекстуальности. Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 : Тверь, 2004, 134 с.
2. Бредихин С.Н. «Языковая игра» как лингвистический феномен (на материале философских текстов М. Хайдеггера): Дис. ... канд. филол. наук. Нальчик: Кабард.-Балкар. гос. ун-т им. Х. М. Бербекова, 2003. 147 с.
3. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. Общ. ред. и предисл. Асмуса В. Ф. М.: Наука, 1958 (2009). 133 с
4. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург: УрГУ, 1996. 215 с.
5. Грязнов А.Ф. Язык и деятельность. Критический анализ витгенштейнианства: Автореф. дис... д-ра филос. наук. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1990. 34 с.
6. Крюкова Н.Ф. Метафорика и смысловая организация текста. Тверь: ТвГУ, 2000. 161 с.
7. Лотман Ю.М. Лекции по структуральной поэтике // Ю.М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М.: Гнозис, 1994. 548 с.
8. Льюис К. Виды значения // Семиотика. М.: Радуга, 1983. С. 211–224.
9. Норман Б.Ю. Грамматика говорящего. – СПб.: Изд-во С.-Петербурга. ун-та, 1994. 228 с.
10. Пономарева Г.В. Каламбур как форма реализации языковой игры в англоязычной персуазивной коммуникации в аспекте перевода. Автореф. дисс... канд. филол. наук. Краснодар: Кубанский гос. ун-т., 2009. 23 с.
11. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис: Колл. Монография / Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Русский язык, 1981. 224 с.
12. Хейзинга Й. Homo ludens в тени завтрашнего дня. М.: Прогресс, 1992. 458 с.
13. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург: УГПУ, 2003. 248 с.
14. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: УГПУ, 2001. 238 с.
15. Эко У. Открытое произведение. Санкт-Петербург: Академический проект, 2004. 382 с.
16. Galperin I.R. Stylistics. Moscow: High School, 1977. 335 p.
17. Searle John. The Logical Status of Fictional Discourse // John Searle Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts. Cambridge, Cambridge Univ.Press, 1979. pp. 58–75.
18. Skrebnev Y.M. Fundamentals of English Stylistics. М.: Высшая школа, 1994. 239 p.
19. <https://www.youtube.com/watch?v=Q1AHU0Kk0vw>
20. <http://bertranrussel.narod.ru/fil/Vitgin.htm>

Об авторе:

ИСАЕВА Людмила Вадимовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков естественных факультетов ТвГУ; email: isluda@yandex.ru

LINGVO-PHILOSOPHIC BACKGROUND TO THE LANGUAGE GAMES: POTENTIAL AND REALIZATION

L.V. Isayeva

Tvet State University, Tver

The article deals with the linguistic and philosophical background to the language games considered as means of reforming the cognitive picture of the world, and not just a mere decoration of the text.

Keywords: *language games, cognitive picture of the world, reframing, advertising.*

About author:

ISAYEVA L.V. – Candidate of Philology, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages for Science Faculties, Tver State University; email: isluda@yandex.ru