

Вестник Костромского государственного университета. 2025. Т. 31, № 4. С. 179–186. ISSN 1998-0817

Vestnik of Kostroma State University, 2025, vol. 31, no. 4, pp. 179–186. ISSN 1998-0817

Научная статья

5.9.9. Русский язык. Языки народов России

УДК 811.161.1'282

EDN CSCOFЕ

<https://doi.org/10.34216/1998-0817-2025-31-4-179-186>

НЕОФРАЗЕМЫ С СЕНСОРНО-ВКУСОВЫМ КОМПОНЕНТОМ В ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: КОГНИТИВНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ АВТОРА

Бодрова Елена Владимировна, Магнитогорский государственный технический университет, Магнитогорск, Россия,
Leyaisr@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8112-6232>

Аннотация. В центре внимания автора неофраземы с сенсорно-вкусовым компонентом, функционирующие в юмористическом дискурсе в условиях цифровой эпохи. Цель их изучения – осмысление неофразеологизации сверхсловных неологизмов, являющихся вербализаторами современных социальных установок и национальных стереотипов. Рассматривается вопрос об их моделировании. Выявлено, что структурные модели (главное слово из тематической группы «парфюмерная продукция» / «сладкий напиток» / «кулинарное изделие» / «молочная продукция» / «сенсорные ощущения» с зависимым именем существительным) традиционны для русского языка, но при этом каждый из выявленных вариантов смыслового наполнения модели представляет собой образец нетривиального сочетания компонентов (*духи с запахом компьютера, жевательная резинка со вкусом псины, огурцовый компот, сыр «Covid-19», звуки плацкартного вагона*). В качестве основных когнитивных процедур неофразеологизации называются замена слотов, расширение структуры фреймов за счет нового знания, фреймовые «сдвиги». Особое внимание уделяется лингвокультурологическому комментарию и описанию интенций «анонимных авторов» анекдотов – участников процесса творческого ословливания мира. Вновь образующиеся единицы свидетельствуют о лингвокреативной основе неофразеологизации. Выполненный анализ креативных сенсорно-вкусовых неофразем выявляет возможности языковой игры в современном анекдотическом дискурсе.

Ключевые слова: неофразема, сенсорно-вкусовой компонент, неофразеологизация, национальный стереотип, лингвокреативность, анекдот, структура фрейма.

Для цитирования: Бодрова Е.В. Неофраземы с сенсорно-вкусовым компонентом в юмористическом дискурсе: когнитивные процедуры и прагматические установки автора // Вестник Костромского государственного университета. 2025. Т. 31, № 4. С. 179–186. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2025-31-4-179-186>

Research Article

NEOPHRASEMES WITH A SENSORY-GASTRIC COMPONENT IN HUMORISTIC DISCOURSE: COGNITIVE PROCEDURES AND PRAGMATIC ATTITUDE OF THE AUTHOR

Elena V. Bodrova, Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Chelyabinsk Region, Russia, Leyaisr@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-8112-6232>

Abstract. The author focuses on neophrasemes with a sensory-taste component, functioning in humorous discourse in the digital age. The purpose of their study is to understand the neophraseologisation of super-word neologisms, which prove to be verbalisers of modern social attitudes and national stereotypes. The issue of their modelling is considered. It was revealed that the structural models (the main word from the thematic group “perfume products” / “sweet drink” / “culinary product” / “dairy products” / “sensory sensations” with a dependent noun) are traditional for the Russian language, but at the same time, each of the identified variants of the semantic content of the model is an example of a non-trivial combination of components (perfume with the smell of a computer, chewing gum with the taste of dog, cucumber compote, “Covid-19” cheese, the sounds of a reserved seat carriage). The main cognitive procedures of neophraseologisation include slot replacement, frame structure expansion due to new knowledge, frame “shifts”. Particular attention is paid to linguocultural commentary and description of the intentions of jokes’ “anonymous authors” – participants in the process of creatively denouncing the world. Newly formed units testify to the linguocreative basis of neophraseologisation. The performed analysis of creative sensory-taste neophrases reveals the possibilities of pun in modern anecdotal discourse.

Keywords: neophraseme, sensory-taste component, neophraseologisation, national stereotype, linguocreativity, joke, frame structure.

For citation: Bodrova E.V. Neophrasemes with a sensory-gastric component in humoristic discourse: cognitive procedures and pragmatic attitude of the author. Vestnik of Kostroma State University, 2025, vol. 31, no. 4, pp. 179–186. (In Russ.) <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2025-31-4-179-186>

В современной науке о языке человек «говорящий» признан личностью творческой: он использует потенциал языковой системы, интерпретирует ее единицы, исходя из собственных интересов и целей. Лингво-креативная деятельность субъекта, по Е.В. Харченко, предполагает появление нового продукта мыслительной деятельности, закрепленного и оформленного с помощью вербальных знаков [Харченко, Мань Шу: 454]. На творческий характер таких единиц указывают необычность формы и оригинальность представления информации о мире. В.З. Демьянков подчеркивает, что «креативность сродни невероятности и невозможности» [Демьянков: 3].

Принято считать, что «любое... языковое образование изначально представляет собой продукт индивидуального творчества» [Зыкова: 77]. Признание языкового творчества уникальной способностью человека «говорящего» позволяет посмотреть на неофразеологизацию сверхсловных единиц с позиции лингвокреативности и индивидуальности. Речь идет о словотворчестве, при котором нестандартное соединение слов помогает говорящему «выявить индивидуальность своей языковой личности» [Коновалова: 34]. Креативное новообразование сверхсловных единиц почти всегда выходит за рамки традиционной валентности и приобретает статус нового не только по формальному показателю, но и в силу «свежести» взгляда, позиции, оценки. По мнению Н.Ф. Алефиренко, «фразеологическая репрезентация субъективного образа мира детерминирована многовекторной деятельностью людей» [Алефиренко: 24]. Креативные манипуляции с языковым материалом позволяют «вырваться из “серого” одноплоскостного мироприятия; расставлять ценностно-смысловые акценты в неосфере своего бытования ...» [Алефиренко: 24].

Сенсорные ощущения, без которых образ человека нельзя было бы считать в полной мере точным, маркируются говорящими лексико-фразеологическими средствами. Сенсорно-вкусовые слова позволяют репрезентировать работу пяти органов чувств: они, уточняет А.Ф. Папина, «фиксируют реакции на различные объекты действительности» [Папина: 275].

Чувственно-практическая деятельность человека характеризуется биполярностью: с одной стороны, сенсорные ощущения индивидуальны, а с другой стороны, апеллируют к общенародному опыту, что подтверждается содержанием русских пословиц (*В незрелом яблоке вкуса нет. Красна ягодка, да на вкус горька. Гладок да мягок, да на вкус гадок*).

По наблюдению ученых, «человек различает в ощущениях гораздо больше свойств сравнитель-

но с теми, которые зафиксированы в его понятийной системе» [Арутюнова: 208]. Отмечаемый дефицит сенсорных образов в языке восполняется, считает В.К. Харченко, в художественной прозе, которая «сохраняет высокий экспериментаторский потенциал «языкового расширения» перцепции [Харченко: 51]. Насыщенность сенсорных ощущений в художественном тексте достигается нестандартным моделированием единиц, которое характерно для данного типа дискурса. Однако творческая «игра» с сенсорными реакциями выходит за его рамки, обогащая речевые практики.

Наше внимание привлекли сенсорно-вкусовые неофраземы, функционирующие в русском анекдотическом дискурсе: *духи с запахом компьютера, звуки плацкартного вагона, жевательная резинка со вкусом псины, огурцовый компот, сыр «Covid-19»* и др. Игровая основа комбинаторики перечисленных сверхсловных неологизмов, проявляющаяся в языковых формах, неожиданных с точки зрения здравого смысла, функционально оправдана в анекдоте: «неправильные формы» становятся причиной смеха. Адресат включается в языковую игру, если умеет распознать скрытые смыслы, что вполне осуществимо, когда он «обладает фоновыми знаниями» [Абилюдина 2017: 173].

В связи со сказанным особый интерес для исследования представляют креативные сенсорные сверхсловные единицы из современных анекдотов, анализ которых может дать ключ к пониманию неофразеологизации в условиях языковой игры. В качестве методов исследования неофразем используются фреймовый, лингвокультурологический анализ, а также контекстуальный и компонентный. Языковая игра как основа образования выделенных неофразем, доступная носителям русского языка для «считывания», стала предметом изучения, результаты которого представлены в содержании статьи.

Игровое начало является жанровой чертой анекдота. Адресат шуточных миниатюр оказывается участником игры, предполагающей дешифровку смыслов и некоего знания. Включенность в процесс подобной игры и декодирование возможны при «наличии общего знания о мире» (по Карасику [Карасик: 260]), достаточной подготовленности слушателя и его умения «считывать» нужные для адресанта смыслы. В качестве подсказок выступают прецедентные тексты, ситуации, растиражированные клише и имена персонажей. В случае беспрецедентности узнаваемыми являются языковые модели: адресат восстанавливает норму, соотносит ее с неправильной

формой из анекдота и обнаруживает парадокс. В этот момент прагматические установки автора языковой шутки достигают основной цели. Осознанное использование адресантом языковой аномалии, делают выводы исследователи, «порождает смешное содержание» [Абильдинова 2010: 7]. Обратимся к реконструкции игрового моделирования единиц из современных анекдотов.

Рассматриваемые в статье неофраземы (*духи с запахом компьютера, жевательная резинка со вкусом псины, огурцовый компот, сыр «Covid-19», звуки плацкартного вагона*) образованы, собственно, по традиционным языковым моделям, которые распространены в речевых практиках:

– конструкция 1: парфюмерная продукция (мыло/шампунь/крем/духи) + с запахом (чего?) + название аромата: *духи с запахом компьютера = мыло с запахом клубники/кокоса/апельсина; духи с запахом лаванды/розы* и т. п.;

– конструкция 2: сладкий напиток (кисель/компот/морс) + название фруктов или ягод, из которых напиток приготовлен: *огурцовый компот = клюквенный/смородиновый морс; яблочный/сливовый кисель; грушевый/вишневый компот* и т. п.;

– конструкция 3: звук + указание на его источник: *звуки плацкартного вагона = звуки наковальни; звуки двигателя самолета* и т. п.;

– конструкция 4: продукт (йогурт / жевательная резинка / начинка / конфета) + со вкусом + название вкуса: *жевательная резинка со вкусом псины = конфета со вкусом мяты; йогурт со вкусом черники* и т. п.

Важно отметить, что конструкция 1 получила широкое распространение: в цифровом пространстве обнаруживается целая фразеологическая серия (ср. духи с запахом борща, духи с запахом шашлыка, духи с запахом счастья). В целом наполнение традиционных схем языковым материалом, выходящим за рамки привычной сочетаемости слов (в работе В.М. Мокиенко рассматриваемый процесс обозначен как словесный парадокс: [Мокиенко: 7]), служит прагматическим установкам автора анекдота: абсурдные, с позиции нормы, «картинки» действительности вызывают смех.

На следующем этапе наблюдения неофразеологии сверхсловных образований с сенсорно-вкусовым компонентом требуется описание процесса интерпретации фрейма в целях языковой игры.

В современном мире наблюдается повышенный интерес к ароматерапии: расширилось производство парфюмерных товаров, развивается особый вид хобби – создание ароматизированной продукции. Вокруг одорики много мифов и фантазий, многие из них не имеют научного подтверждения. По признанию ученых, «с молекулярной точки зрения пока непо-

нятно, в каких единицах измерять интенсивность запаха и от чего она зависит, что такое качество запаха, его «букет», чем отличается один запах от другого и как охарактеризовать это отличие» [Майоров: 69]. И хотя у Homo sapiens, в отличие от других млекопитающих, нет вомероназального органа, отвечающего за восприятие феромонов, и отделы мозга, воспринимающие и перерабатывающие запахи, развиты слабо [Котенкова], одорические образы занимают особую нишу в языковой картине мира. Человек живет в окружении природных, бытовых и искусственных запахов, которые он делит на низкие и высокие, приятные и отвратительные. При этом положительная или отрицательная оценка дается как запахам естественной природы, так и запахам цивилизации. Нельзя не сказать о том, что их предпочтение или отрицание – процесс индивидуальный, а одорические пристрастия непостоянны. Гамма запахов разнообразна и знакома, например, читателю художественных текстов. Ему понятно и близко их эмоциональное и психическое воздействие. Так, в реальной жизни, как и в любовном сюжете, запахи волос, тела, одежды, духов неразрывно связаны с образом объекта любви, они служат своеобразными обонятельными стимуляторами: в случае совпадения сиюминутного впечатления и памяти о запахе происходит мгновенное распознавание, которое, безусловно, получает эмоциональный отклик. В случае положительных эмоций эти запахи нравятся. Вероятно, с учетом этих деталей и одорического опыта человека стала возможной языковая игра в современном анекдоте. Обратимся к следующему контексту:

Женщина в парфюмерном магазине:

– Скажите, а у вас есть духи с запахом компьютера?

Продавец:

– Чего?

Женщина:

– Компьютера! Просто я хочу, чтобы мой муж обращал на меня больше внимания!

В центре исследовательского интереса неофразема *духи с запахом компьютера*. В основе этой единицы лежит соединение двух знаний: *запах духов как напоминание о возлюбленной и компьютер – предмет интереса мужа*. Каждый из этих слотов в отдельности не вызывает сомнений в реальности, однако при их наложении происходит искажение привычной «картинки». Духи с подобным компонентом не вписываются в парфюмерные ряды (например, духи с запахом ландыша/фиалки/розы/ванили/пряностей и т. п.), поэтому рассматриваются как нереальные и невозможные, а потому вызывающие смех.

Современный мир сложно представить безмолвным. Природные звуки и звуки искусственного механического мира, созданные человеком, а также музыкальные и им самим издаваемые составляют

Рис. 1. Структура фрейма «Поездка в поезде»



соносферу, в которую он буквально погружен. Восприятие и характеристика звуков часто индивидуальны, их разделение на плохие или хорошие условно. Каждый звук, услышанный когда-либо, вступает в ассоциативные связи и привязан к определенному эмоциональному состоянию. Часто они становятся символами, которые несут определенную смысловую нагрузку. В этой связи любопытно сенсорное сверхсловное сочетание *звуки плацкартного вагона* из анекдота-миниатюры: «Жарко. Но жрать охота. Достал курицу, яйцо, помидор. Чувствую: чего-то не хватает. Зашел на YouTube, включил звуки плацкартного вагона. Ем».

В ходе анализа осуществим попытку описать когнитивные процедуры в ходе неофразеологизации. Фрейм *поездка в поезде* имеет сложную структуру, которую мы представили в виде кластера (рис. 1):

Элементы многокомпонентного фрейма вступают в ассоциативные связи друг с другом, в результате которых образуются новые структуры знания, хранящиеся в памяти как стереотипные ситуации. Перечисленные продукты (курятина, яйцо, помидоры) и физический дискомфорт, вызванный окружающей средой, напоминают ему о путешествии в поезде. Этот гастрономический набор в личном опыте персонажа анекдота неотделим от звукового образа движущегося поезда. Совершенно естественно, что в заданной комбинации герой анекдота вспоминает о звуках, услышанных когда-то в плацкартном вагоне. Вне представленного выше контекста сверхсловное сочетание *звуки плацкартного вагона* не является чем-то противоестественным, нереальным (движение поезда по рельсам сопровождается механическими звуками), но как только неофразема становится частью приведенного в пример контекста, то она становится

шуткой. Комический эффект в данном случае достигается при помощи нарушения логических оснований для действия: герой перемещается из одного пространства в другое, не покидая место действия. Оказывается, обстановку плацкартного вагона можно воссоздать дома. Разумеется, что расшифровать данную неофразему сможет тот носитель языка, которому близка и понятна описываемая ситуация, у которого есть личный опыт поездки в плацкартном вагоне в жаркое время года.

По наблюдению В.И. Карасика, к числу фреймовых нарушений относится конфликт представлений [Карасик: 260]. Отмечается, что стереотипы, связанные с бытом и культурой, у разных народов не совпадают и подвергаются осмеянию, потому что не соответствуют собственной, «правильной» норме поведения [Шмелева: 47]. В качестве примера предлагается следующая шутка: «*Корея приступила к выпуску жевательной резинки со вкусом псины*». Без всякого сомнения, называем в качестве маркеров стереотипа использованные лексемы *Корея, собака*. Уточняем, что о национальной кухне и гастрономических пристрастиях корейского народа сложилось устойчивое представление: они предпочитают острую пищу и собачатину. И если салаты по-корейски вошли в рацион питания многих россиян, то сама мысль о мясных блюдах из собаки категорически отрицается. Подтверждение этому находим в списке реакций на стимул *мясо* (онлайн-формат ассоциативного словаря на сайте thesaurus.ru). Неприятие чужой кулинарной традиции рождает желание ее высмеять. Языческая традиция смехом одолеть враждебное, то есть чужое в данном случае, является пусковым устройством трансформации фрейма и рождения неофраземы: изменяется содержание лота (*вкус*

жевательной резинки) за счет распространения «новым знанием». В результате традиционный и знакомый вкус, например *апельсиновый* или *клубничный*, заменяется на чуждый – *псиный*. Таким образом, анализ стереотипа служит ключом к пониманию когнитивной процедуры – введению дополнительного слота в структуру фрейма для реализации задуманной языковой игры.

Надо отметить, что «внедрение» новых знаний в устоявшийся образ ситуации приводит к фреймовым «сдвигам» и, как результат, к появлению в языке неофразем, вызывающих смех. Обратимся к примеру:

- Дорогая, налей компота! Не видишь, как мне плохо?
- Тебе какого компота? Персикового или вишневого?
- О-гур-цо-во-го!

Для носителя русского языка очевидно, что *огурцовый компот* – изначально элемент чуждый в структуре фрейма *безалкогольные напитки*. Рассмотрим пример подробнее. В культуре русских питье входит в сценарий каждодневного ритуала, а также праздничного пиршества. Традиционными народными напитками были вода, сыта, квас, березовица [Казаченко]. В современных публикациях рассказывается о забытых рецептах разнообразных водичек – натуральных прохладительных напитков, изготавливаемых из ягодных соков с незначительным добавлением сахара или меда и разводимых кипяченой водой [Жиров: 26]. Во многих источниках исконно русскими напитками называются также огуречный рассол, сок квашеной капусты, морсы. Феноменом национальной культуры считаются различные соленья и квашеные овощи, в приготовлении которых используется рассол [Новикова: 307]. В словаре В.И. Даля можно найти пословицу, в которой отразилась народная практика применения соленой жидкости: *огуречный рассол хорош с похмелья* [Даль 4: 66]. Именно это стереотипное представление о пользе рассола получило интересную интерпретацию в неофраземе *огурцовый компот*. В отличие от рассола слово компот пришло в нашу культуру питья из Франции. Согласно данным словаря, в русском языке слово компот известно по крайней мере с конца XVIII в. [Черных 2: 420] и в настоящее время трудно представить перечень напитков без него, что подтверждается данными ассоциативного словаря [Уфимцева: 298]. Он прост в приготовлении, привлекает комбинацией различных вкусов и прекрасно утоляет жажду. В актуальном понимании компот – напиток фруктово-ягодный. Соответственно, в него не кладут овощи, в том числе огурцы. Подобный когнитивный эксперимент (ср. во «вкусовой» памяти языковой личности компот сладкий, а рассол соленый) возможен только в случае преднамеренного фреймового сдвига: соединяются несовместимые фрагменты, с тем чтобы мы обнаружили нелепость и своим осознанным участием

в языковой игре, то есть пониманием шутки, доставили интеллектуальное удовольствие автору анекдота.

Прежде чем перейти непосредственно к описанию когнитивных процедур, лежащих в основе новообразования *сыр «Covid-19»*, обратимся к лингвокультурологическому комментарию. Как известно, для каждой национальной культуры характерны свои кулинарные натюрморты. Неслучайно В.Н. Телия среди прочих культурных кодов выделяла «гастрономический». Но при всей самобытности кухни и вкусовых привычек того или иного народа обнаруживается продуктовый набор, который есть почти в каждой культуре, например: хлеб, молоко, сыр. Ученые считают, что разведением животных с целью получения молока занимались представители разных цивилизаций за 5000 лет до Рождества Христова, а производство сыра было известно уже в античном мире [Шингарева: 5–6]. Анализ словарной статьи В.И. Даля подтверждает универсальный характер этого продукта. Однако сыры, приготовленные в разных странах, отличаются по составу и внешнему виду: немецкий – соленый и просушенный; швейцарский – маслянистый, ноздреватый, со слезою; английские – пряные, нередко гноенные; голландские – плотные, своего вкуса; итальянский сухой пармезан; французский сыр бри – мягкий, непрочный [Даль 4: 371]. Употребляли в пищу продукцию из молока и славяне. Ошибочно думать, что впервые сыры появились в России в Петровскую эпоху. Слово *сыр* (как и сам продукт) было известно нашим предкам. Так, в этимологическом словаре П.Я. Черных указывается, что в древнерусском языке *сырь* – это «творог», «сыр» [Черных 2: 221]. Также у В.И. Даля читаем, что сыр – это творог, приготовляемый по особой технологии в печи [Даль 4: 371]. Как поясняют авторы лингвострановедческого словаря, в народной русской речи словом *сыр* называлась пищевая масса, которая получалась из сквашенного молока [Фелицына: 145]. Скорее всего, он отличался от иных твердых сортов, завозимых из других стран. Национальная особенность проявлялась не только в производстве. К слову сказать, в Древней Руси сыр был частью бытовой культуры русских, например, использовался как предмет ритуала на свадьбах: «Вместе с приглашением на свадьбу отправляли головку сыра... дорогому гостю посылали большой кусок сыра, менее важному – средний, незначительным людям посылали маленький кусочек» [Никифорова: 69]. Находим и в сценарии самого свадебного пира упоминание о сыре: «А дружку тем временем благословляют пироги и сыр резать и подносить всем сыр и каравай: отцу и матери, и новобрачному князю и княгине, и всем поезжанам и к посаженным, – всем, кто будет в избе» [Домострой: 205]. Кроме того, в «Домострое» есть инструкция, как хранить сыр, но не гово-

рится ничего о сыроварении. А вот в русских народных сравнениях можно встретить указание и на цвет продукта (*белый как сыр*), и на его консистенцию (*густой как сыр*) [Мокиенко, Никитина: 672]. Вкусный и питательный сыр был продуктом ценным, что естественным образом привело к появлению аксиологической оценки: сравнения с компонентом сыр содержат как представление об эталонной внешности человека (*как сыр с молоком*), так и суждение о качестве жизни (*как сыр в масле*) [Мокиенко, Никитина: 671]. Согласно народным представлениям славян, сравнение женщины/девушки или новорожденного ребенка с белизной сыра говорило об отменном физическом здоровье, а уровень существования оценивался как высокий, если бросалась в глаза жизнь сытая, полная довольства. Таким образом, вкусный и питательный продукт – сыр вошел в рацион современного человека, и сыроделие рассматривается как особый вид искусства, а в русской языковой картине мира сыр является символом достатка и жизни в удовольствие.

Достаточно часто «высвечивание» содержания одного из слотов фрейма обуславливает актуализацию знания, находящегося в центре внимания субъекта, и замена прежнего представления новым способствует появлению неологизма. Примером служит следующий контекст: «*Российские сыровары решили побаловать покупателей и выпустили сыр "Covid-19". Он не имеет ни вкуса, ни запаха*». В основе порождения неологизма сыр «Covid-19» лежит описанное и в других случаях расширение структуры фрейма: кулинарные знания носителей русского языка о сырах дополняется новым элементом *без вкуса и запаха*. В первые дни пандемии именно об этих типичных клинических проявлениях стало известно широкому кругу людей, что и объясняет повышенный интерес к этому симптому. Обращает на себя внимание возможная мотивировка присвоения сыру признаков Covid-19 – жизнь в пандемию совсем не в удовольствие. Рождение столь необычного анекдота рассматривается нами как интуитивное обращение его автора к смеховой культуре прошлого: языковая игра подобна очищающему катарсису. При этом лежащая на поверхности ирония по поводу качества российского сыра и пытливого ума отечественных умельцев-самородков как бы отходит на второй план, уступая место основной интенции автора: ощущаемую усталость от суеты вокруг новой пандемии, раздражение от собственного бессилия и страх перед завтрашним днем он стремится устранить смехом, выбрав в качестве предмета осмеяния отечественную сырную продукцию. Подмена атрибутивного признака другим, с точки зрения обывателя, алогичная и, как следствие, вызывающая улыбку.

Юмористический дискурс является естественной средой для лингвокреативности. Как показал ана-

лиз современных анекдотов, многие из них построены на преднамеренном нарушении привычной картины мира. Изменение традиционного устройства языка и неканоническое использование языковых единиц [Коновалова] способно вызвать ответную реакцию в виде смеха, потому что новообразование выходит за рамки знакомого и приемлемого. Представляется, что в результате лингвокреативной деятельности отдельного субъекта, создающего анекдоты или юмористические афоризмы, происходят различные трансформации когнитивных форм (см.: [Проблемы]), в результате которых образуются новые сверхсловные единицы, востребованные в современных дискурсивных практиках.

Список литературы

Источники

Анекдоты. URL: <http://www.anekdot.ru/tags> (дата обращения: 10.04.2023).

Анекдоты про звук. URL: <https://shytok.net/anekdots/anekdots-pro-zvuk.html> (дата обращения: 10.04.2023).

Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 4: Р–Я. Москва: РИПОЛ классик, 2006. 672 с.

Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 12.04.2023).

Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских народных сравнений. Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2008. 800 с.

Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. Т. 2: Панцирь – Яшур. Москва: Русский язык, 1999. 560 с.

Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова, Ю.Н. Караулов и др. Москва: Моск. гос. лингвист. ун-т; Барнаул: Некоммерч. партнерство «Аз Бука», 2004. 790 с.

Фелицына В.П., Мокиенко В.М. Русские фразеологизмы: Лингвострановедческий словарь / под ред. Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова. Москва: Русский язык, 1990. 220 с.

Исследования

Абильдинова Ж.Б. Жанровая специфика анекдота // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 21 (202). С. 5–9.

Абильдинова Ж.Б. Этнические стереотипы сквозь призму языка. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2017. 240 с.

Алефиренко Н.Ф. Лингвокреативные стимулы фраземосемиозиса // Славянская фразеология и паремиология. Национальное и интернациональное. Стабильное и изменчивое: К 70-летию со дня рождения профессора В.И. Ковалёва: сб. науч. ст. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2021. 347 с.

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Бегунов В.Л. Книга о сыре: О его питательных и вкусовых свойствах, ассортименте и способах потребления. Москва: Агропромиздат, 1985. 136 с.

Демьянков В.З. Креативность речи о возможном и вероятном // Дискурс и язык в эпоху «Больших данных»: лингвокреативные пределы и возможности: тезисы докладов Второй Междунар. науч. конф. (16–17 сентября 2021 г.). URL: http://ilingran.ru/web/sites/default/files/conferences/2021/2021_discourse_big_data_abstracts.pdf (дата обращения: 10.04.2023).

Домострой / изд. подг. В.В. Колесова, В.В. Рождественская. Санкт-Петербург: Наука, 2007. 399 с.

Жиров В.М. Забытые рецепты русских напитков / В.М. Жиров, С.Ю. Макаров, С.С. Макаров, О.П. Преснякова // Пиво и напитки. 2015. № 1. С. 26–28.

Зыкова И.В. Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков: дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2014. 510 с.

Казаченко Б. Веселие пити // Наука и жизнь. 2006. № 2. С. 104–109.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

Коновалова Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. 196 с.

Котенкова Е.В. Запахи и их значение в жизни человека. URL: <https://bio.1sept.ru/article.php?ID=200100205> (дата обращения: 10.04.2023).

Лингвистика креатива – 2: коллектив. монография / под общей ред. проф. Т.А. Гридиной. Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2012. 379 с.

Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллектив. монография / отв. ред. И.В. Зыкова. Москва: Р. Валент, 2021. 564 с.

Майоров В. Восприятие запахов // Наука и жизнь. 2007. № 2. С. 64–69.

Мокиенко В.М. Фразеология и языковая игра: динамика формы и смысла // Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Сер.: Філологія. Соціальні комунікації. 2012. Т. 25 (64). № 2 (1). С. 100–109.

Никифорова О.В. Обрядовые наименования с компонентом СЫРЫ в нижегородских говорах // Вестник Вологодского государственного университета. 2022. № 2 (25). С. 68–70.

Новикова Л.П. 1000 рецептов старинной кухни. Москва: ЭЛИС ЛАК, 1993. 350 с.

Папина А.Ф. Текст: его единицы и глобальные категории: учебник для студентов – журналистов и филологов. Москва: Едиториал УРСС, 2002. 368 с.

Харченко В.К. Лингвосенсорика: Фундаментальные и прикладные аспекты. Москва: Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2012. 216 с.

Харченко Е.В., Мань Шу. Лингвокреативность в языковом пространстве города: межкультурный аспект // Уральский филологический вестник. Сер.: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. Ural philological bulletin. Ser.: Language. System. Personality: Linguistics of Creativity. 2018. № 2 (27). С. 454–463.

Проблемы русско-болгарской фразеологической неографии: коллектив. монография / С.Г. Шулежкова, Л.Н. Чурилина, С.И. Георгиева и др.; под ред. С.Г. Шулежковой. Магнитогорск: МГТУ им. Г.И. Носова; Пловдив: Пловдивский ун-т им. Паисия Хилендарского, 2021. С. 31–49.

Шингарева Т.И., Раманаускас Р.И. Производство сыра. Минск: ИВЦ Минфина, 2008. 384 с.

Шмелева Б.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. Москва: Языки славянской культуры, 2002. 144 с.

References

Abil'dinova Zh.B. *Zhanrovaja specifika anekdota* [Genre specificity of anecdote]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2010, no. 21 (202), pp. 5–9. (In Russ.)

Abil'dinova Zh.B. *Jetnicheskie stereotipy skvoz' prizmu jazyka* [Ethnic stereotypes through the prism of language]. Moscow, FLINTA Publ., Nauka Publ., 2017, 240 p. (In Russ.)

Alefirenko N.F. *Lingvokreativnye stimuly frazemosemizatsii* [Linguo-creative stimuli of phrasemosemiosis]. *Slavjanskaja frazeologija i paremiologija. Nacional'noe i internacional'noe. Stabil'noe i izmenchivo: K 70-letiju so dnja rozhdenija professora V.I. Kovalja: sb. nauch. st.* [Slavic phraseology and paremiology. National and international. Stable and changeable. On the 70th anniversary of Professor V.I. Koval's birth: a collection of scientific articles]. Gomel', GGU im. F. Skoriny Publ., 2021, 347 p. (In Russ.)

Arutjunova N.D. *Jazyk i mir cheloveka* [Language and the world of man]. Moscow, Jazyki russkoj kul'tury Publ., 1999, 896 p. (In Russ.)

Begunov V.L. *Kniga o syre: O ego pitatel'nyh i vku-sovyh svojstvah, assortimente i sposobah potreblenija* [A book about cheese: About its nutritional and taste properties, range and methods of consumption]. Moscow, Agropromizdat Publ., 1985, 136 p. (In Russ.)

Dem'jankov V.Z. *Kreativnost' rechi o vozmozhnom i verojatnom* [Creativity in speech about the possible and probable]. *Tezisy dokladov Vtoroj Mezhdunar. nauch. konf. «Diskurs i jazyk v jepohu «Bol'shih dannyh»: lingvokreativnye predely i vozmozhnosti» (16-17 sentjabrja 2021)* [The Second International Scientific Conference «Discourse and Language in the Era of Big Data: Linguo-Creative Limits and Possibilities» (September 16–17,

2021)]. URL: http://ilingran.ru/web/sites/default/files/conferences/2021/2021_discourse_big_data_abstracts.pdf (access date: 10.04.2023). (In Russ.)

Domostroj [Domostroy], ed. by V.V. Kolesov, V.V. Rozhdestvenskaja. Sankt-Peterburg, Nauka Publ., 2007, 399 p. (In Russ.)

Harchenko V.K. *Lingvosensorika: Fundamental'nye i prikladnye aspekty*. [Lingvosensorics: Fundamental and applied aspects]. Moscow, LIBRIKOM Publ., 2012, 216 p. (In Russ.)

Harchenko E.V., *Man' Shu. Lingvokreativnost' v jazykovom prostranstve goroda: mezhkul'turnyj aspekt* [Linguistic creativity in the linguistic space of the city: intercultural aspect]. *Ural'skij filologicheskij vestnik. Ser.: Jazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa* [Ural Philological Herald. Series: Language. System. Personality: Linguistics of Creativity], 2018, no. 2 (27), pp. 454–463. (In Russ.)

Karasik V.I. *Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2002, 477 p. (In Russ.)

Kazachenko B. *Veseliye piti* [Fun drinking]. *Nauka i zhizn'* [Science and life], 2006, no. 2, pp. 104–109. (In Russ.)

Konovalova Ju.O. *Jazykovaja igra v sovremennoj russkoj razgovornoj rechi* [Language play in modern Russian colloquial speech]. Vladivostok, VGUJeS Publ., 2008, 196 p. (In Russ.)

Kotenkova E.V. *Zapahi i ih znachenie v zhizni cheloveka* [Smells and their importance in human life]. URL: <https://bio.1sept.ru/article.php?ID=200100205> (access date: 10.04.2023). (In Russ.)

Lingvistika kreativa – 2 [Lingvistika kreativa – 2]: collective monograph, ed. by prof. T.A. Gridina. Ekaterinburg, Ural. gos. ped. un-t Publ., 2012, 379 p. (In Russ.)

Lingvokreativnost' v diskursah raznyh tipov: predely i vozmozhnosti [Linguistic creativity in discourses of different types: limits and possibilities]: collective monograph, ed. by I.V. Zykova. Moscow, R. Valent Publ., 2021, 564 p. (In Russ.)

Majorov V. *Vosprijatie zapahov* [Perception of smells]. *Nauka i zhizn'* [Science and life], 2007, no. 2, pp. 64–69. (In Russ.)

Mokienko V.M. *Frazeologija i jazykovaja igra: dinamika formy i smysla* [Phraseology and language play: dynamics of form and meaning]. *Ucheni zapiski Tavrijs'kogo*

nacional'nogo universitetu im. V.I. Vernadskogo. Ser.: Filologija. Social'ni komunikacii [Academic Notes of the V.I. Vernadsky Tavrichesky National University. Ser.: Philology. Social Communications], 2012, vol. 25 (64), no. 2 (1), pp. 100–109. (In Russ.)

Nikiforova O.V. *Obrjadovye naimenovanija s komponentom SYRY v nizhegorodskih govorah* [Ritual names with the component CHEESES in Nizhny Novgorod dialects]. *Vestnik Vologodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Volgograd State University], 2022, no. 2 (25), pp. 68–70. (In Russ.)

Novikova L.P. *1000 receptov starinnoj kuhni* [1000 recipes of ancient cuisine]. Moscow, JeLLIS LAK Publ., 1993, 350 p. (In Russ.)

Papina A.F. *Tekst: ego edinicy i global'nye kategorii* [Text: its units and global categories]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2002, 368 p. (In Russ.)

Problemy russko-bolgarskoj frazeologicheskoj neografii [Problems of Russian-Bulgarian phraseological neography], S.G. Shulezhkova, L.N. Churilina, S.I. Georgieva et al. Magnitogorsk, MGTO im. G.I. Nosova Publ.; Plodiv, Plovdivskij universitet im. Paisija Hilendarskogo Publ., 2021, pp. 31–49. (In Russ.)

Shingareva T.I., Ramanauskas R.I. *Proizvodstvo syra* [Cheese production]. Minsk, IVC Minfina Publ., 2008, 384 p. (In Russ.)

Shmeleva B.Ja., Shmelev A.D. *Russkij anekdot: Tekst i rechevoj zhanr* [Russian joke: Text and speech genre]. Moscow, Jazyki slavjanskoj kul'tury Publ., 2002, 144 p. (In Russ.)

Zhirov V.M. *Zabytye recepty russkih napitkov* [Forgotten recipes of Russian drinks], V.M. Zhirov, S.Ju. Makarov, S.S. Makarov, O.P. Presnjakova. *Pivo i napitki* [Beer and drinks], 2015, no. 1, pp. 26–28. (In Russ.)

Zykova I.V. *Rol' konceptosfery kul'tury v formirovanii frazeologizmov kak kul'turno-jazykovyh znakov* [The role of the conceptual sphere of culture in the formation of phraseological units as cultural and linguistic signs: DSc thesis]. Moscow, 2014, 510 p. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 11.08.2025; одобрена после рецензирования 26.08.2025; принята к публикации 03.09.2025.

The article was submitted 11.08.2025; approved after reviewing 26.08.2025; accepted for publication 03.09.2025.