

ОМОНИМИЯ КАК ПРИЕМ СОЗДАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

В. К. Михалёнок (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. А. В. Довгаль,
канд. филол. наук, доцент

Согласно С.Ж. Нухову, языковая игра – это «такая форма речевого поведения человека, при которой языковая личность реализует способность к проявлению в речи остроумия, сопровождающегося возникновением комического эффекта» [1, с 16]. Получатель сообщения обязан проявить креативность при восприятии подобного текста, пытаться отгадать лингвистический ребус. Языковая игра является средством трансляции категории комического, реализуется в процессе коммуникации и предполагает целенаправленное остроумное манипулирование адресатом.

Под омонимией, как известно, понимается звуковое совпадение разных по значению языковых единиц. В данной статье рассмотрим виды омонимии, на которой основана языковая игра в текстах англоязычных интернет-мемов, размещенных в различных социальных сетях в сети интернет. Были выявлены следующие виды омонимии – лексическая, фонетическая и графическая.

Лексическая омонимия является наиболее продуктивной для создания языковой игры в текстах интернет-мемов. Например, во фразе “*Educated people are hot because they have more degrees*” обыгрываются разные значения слова *degree* – 1) градус и 2) диплом об образовании.

Фонетическая омонимия (совпадение звучания языковых единиц) можно наблюдать, к примеру, в следующей фразе: “– *I will not pay the bill. – Why not? You ordered 42 coffee. – I said 4 tea, 2 coffee*”. Английское числительное *forty two (42)* является омофоном фразы *four tea* (четыре чая).

Графическая омонимия. Слова-омографы, или же семантически разные слова, имеющие одинаковое написание, присутствует в следующем диалоге: “– *We need to talk about US. – Why do we need to talk about United States?*”. Английское местоимение *us*, которое переводится на русский язык как *нас*, совпадает графически с аббревиатурой, используемой для обозначения Соединенных Штатов Америки (англ. *The United States*).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что различного вида омонимия является активным приемом создания языковой игры в англоязычных интернет-мемах.

Литература

1. Нухов, С. Ж. Языковая игра в словообразовании: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С. Ж. Нухов. – Москва, 1997. – 39 с.