

ИРОНИЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ

К. М. Шилихина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 30 ноября 2008 г.

Аннотация: статья посвящена проблеме иронической номинации в дискурсе. Под иронической номинацией понимается такой способ называния объекта, который приводит к возникновению асимметричных иронических отношений между участниками дискурса. Ироническая номинация рассматривается как способ языковой категоризации, основанный на эмоционально-оценочном отношении говорящего к объекту именованию. Анализируются различные способы языкового оформления иронической номинации, ее семантические и прагматические особенности.

Ключевые слова: языковая номинация, языковая категоризация, имя собственное, окказиональная номинация, ирония.

Abstract: the article is focused upon the problem of ironic nomination in discourse. Ironic nomination is understood as a way of naming which leads to creation of asymmetrical ironic relations between interlocutors. Ironic nomination is viewed as a means of linguistic categorization based on the speaker's emotional attitude towards the named object. The author analyzes different techniques of ironic nomination, its semantic and pragmatic features.

Key words: linguistic nomination, linguistic categorization, proper names, nonce words, irony.

Номинация как процесс и результат использования языковых средств для именования объектов окружающего мира тесно связана с проблемой взаимодействия действительности и человеческого мышления [1]. Поэтому проблема выбора имени на протяжении многих веков является одновременно философской, семиотической и лингвистической. С лингвистической точки зрения номинация — это «...образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, т.е. служащих для называния и вычленения фрагментов действительности» [2, с. 336]. Потребность в номинации естественным образом связана с когнитивными способностями человека, а номинативная функция считается одной из основных функций любого естественного языка.

Номинация тесно связана с процессом категоризации: создание имени нарицательного — способ «проявления» этого процесса на поверхности, «упаковки» результатов категоризации в языковую форму. Давая объекту имя, говорящий одновременно выделяет его из ряда других объектов и относит к определенной категории. Иначе обстоит дело с именами собственными: принято считать, что они не выполняют функции категоризации [3].

Язык предоставляет нам различные способы называния объектов: существующее многообразие классификаций типов и видов номинации говорит о сложности этого явления, отсутствии четких границ между различными способами называния [4].

Традиционным для лингвистической теории номинации является выделение языковой и речевой номинации [5]. В основе этой таксономии лежит более глубокое противопоставление системности и случайности, применительно к лингвистике приведшее к фундаментальному разграничению языка и речи.

Языковая номинация системна, и именно свойства языковой системы определяют подход к проблеме: в центре внимания лингвиста оказывается вопрос о соотношении различных способов номинации объекта.

Речевая номинация всегда осуществляется в контексте, и уже поэтому ее изучение тесно связано с прагматическими условиями коммуникации и с выбором говорящего. Исходной точкой для рассуждений становятся интересы пользователя языка. Такой подход к процессу номинации — это попытка ответить на вопрос, какие факторы влияют на выбор способа называния объекта в процессе коммуникации.

Номинация — продукт не только рационально-логической когнитивной деятельности человека. Создание имен тесно связано с вербализацией эмоций, оценочным отношением к объекту номинации: «...процессы имянаречения и процессы функционирования всех имен в различных коммуникативных фокусах являются эмоционально мотивированными» [6, с. 29].

Называние может осуществляться на основе эмоционально-чувственного восприятия, рационально-оценочного отношения к объекту либо чувственно-образного восприятия. Эмоции и оценка могут закрепляться системно: «отображе-

ние видového опыта эмоционального состояния локализуется в смысловой структуре соответствующих слов — образов тех объектов, с которыми они соотносятся. Это отображение кодируется в слове специфическими компонентами его семантики, которые и формируют эмотивность слова, то есть его семантическую способность репродуцировать в соответствующих типизированных условиях видовой опыт вербального выражения определенных эмоциональных отношений субъектов» [6, с. 6].

Поскольку категоризация объектов окружающего мира считается основной функцией номинации, внимание лингвистов, как правило, сосредоточено на таких способах номинации, которые используются в прагматически неосложненной (прямой) коммуникации. По умолчанию считается, что действия говорящего соответствуют постулатам кооперативного общения, а выбираемые говорящим способы номинации являются оптимальными и с точки зрения адресата: отнесение объекта к определенной категории однозначно даже в тех случаях, когда номинация осуществляется на основе метафорического или метонимического переноса. При этом считается, что «объектом номинации любого типа выступает не столько конкретный единичный объект внеязыковой действительности (вещь, явление, событие, ситуация и т.п.), сколько повторяющееся *надындивидуальное типизированное* представление об этой вещи, явлении...» (курсив мой. — К. Ш.) [5, с. 29—30]. Однако речевая практика показывает, что выбор способа именованного объекта не всегда обусловлен коллективными представлениями о типичных свойствах объекта. К тому же дискурс далеко не всегда осуществляется прямолинейно, что приводит к появлению прагматически более сложных способов номинации.

Примером такого «нетипичного» способа называния объектов окружающего мира может служить ироническая номинация — способ называния, в результате которого говорящий выражает собственное ироническое отношение к объекту именованного. Ироническая номинация вторична и окказиональна, она не относится к системным языковым явлениям, однако регулярность ее использования в повседневной коммуникации позволяет предположить, что ее создание и интерпретация осуществляются на основе определенных дискурсивных правил.

Итак, в основе иронии лежит оценочное отношение говорящего к качествам или действиям именуемого объекта. Ироническая номинация позволяет сообщить больше, чем сказать: говорящий не только меняет категориальную при-

надлежность объекта, но и имплицитно выражает свое негативное отношение к объекту иронии. В результате между участниками дискурса создаются специфические отношения, характеризующиеся асимметричностью позиций коммуникантов: иронизирующий всегда оказывается в более выгодной позиции по сравнению с остальными участниками общения.

Для создания иронических отношений говорящий может использовать различные приемы номинации. Остановимся на наиболее распространенных.

- Использование нарицательных существительных с системно закрепленным положительным коннотативным значением.

Высказывания типа «*Ну, ты у нас герой!*» можно считать прототипическим вариантом иронической номинации. Предикативная ироническая номинация вида «*X есть Y*» интерпретируется путем простой «замены знака»: это как раз тот случай, когда коммуникант говорит одно, имея в виду нечто совершенно противоположное. Ироническое отношение возникает из-за несоответствия реальной ситуации той положительной характеристике, которую получает объект иронии. Имплицитному отрицанию подвергается пропозиция высказывания целиком.

- Использование словосочетаний.

Такой способ номинации позволяет привлечь внимание к тем качествам, которых объект иронии не имеет, но на обладание которыми претендует. Как и в предыдущем случае, ироническое отношение как прагматический эффект возникает при интерпретации номинации «от противного».

At a dinner party in New York during the Wall Street meltdown, where the citizens were still serious enough to do what they are supposed to do—break off the chat and tune in to the speech of the President of the United States and Leader of the Free World — the same impression of living in a surreal country that was a basket-case pensioner of the international monetary system was hugely reinforced [C. Hitchens. *America the Banana Republic* // *Vanity Fair*. 2008. 9 Oct.]

Интересен перевод выделенного фрагмента:

На банкете в Нью-Йорке в дни уолл-стритовского краха, где присутствовавшие граждане еще сохраняли достаточно серьезности, чтобы делать то, что положено, — а именно прервать беседу и выслушать речь президента США (он же лидер свободного мира) — ощущение, что мы живем в сюрреалистической стране, превратившейся в немого пенсионера на содержании у международной финансовой системы, только усилилось [пер. М. Коробоч-

кина //http://www.inosmi.ru/translation/244742.html].

В англоязычном тексте статусы президента США и лидера мировой демократии являются в равной мере значимыми характеристиками одного человека. В структуре предложения две пропозиции объединены, а именные группы, называющие качества, синтаксически равноправны. В переводе использована вставная синтаксическая конструкция. В результате два качества оказываются в отношениях логического следствия (аудитории необходимо выслушать речь президента, потому что он является лидером свободного мира). Ирония в переводе сохраняется, но она создается благодаря несоответствию логической связи реальному положению дел, а не за счет иронической номинации.

• Использование имен собственных.

В современной теории номинации сформировалась точка зрения, согласно которой имена собственные считаются функционально достаточно ограниченной группой. Например, Н. Д. Арутюнова пишет: «Собственные имена неконнотативны... Они называют предмет, но не приписывают ему никаких свойств... Собственные имена, по выражению Милля, подобны меловой отметке на доме: они имеют цель, но лишены значения. Их цель состоит только в указании на денотат». И далее: «Говорящий не несет ответственности за тот образ объекта, который стимулируется именем собственным» [5, с. 190]. Отказывает в прагматической нагрузке именам собственным и В.Н. Телия: «Собственные имена ущербны и характеризуются отсутствием социально закрепленной информации» [1, с. 99]. Таким образом, имя собственное, по мнению лингвистов, за исключением номинативной, не выполняет никаких других функций в дискурсе.

Однако реальный процесс коммуникации позволяет расширять функциональные возможности имен собственных. Например, говорящий может создавать иронические отношения, используя для номинации объекта иронии чужое имя. Как правило, это имя известного человека, прочно ассоциирующееся с его регулярными действиями и постоянными качествами. Такое использование имен собственных в дискурсе противоречит мнению о функциональной ограниченности имен собственных.

Действительно, называние человека по имени изначально направлено на его *обозначение*. Однако что происходит в случае, когда человека вместо его собственного имени вдруг называют *другим, чужим* именем? Такая номинация не выполняет идентифицирующую функцию; скорее, на первый план выходит функ-

ция *рекатегоризации*. Перенесение объекта из одной категории в другую неизбежно влечет за собой сравнение свойств представителей этих категорий, причем в случае иронической номинации помимо сравнения предполагается еще и скрытая оценка этих качеств. Именно имплицитная оценка и сравнение, как правило, не в пользу объекта иронии, отличает ироническую номинацию от других видов вторичной номинации.

Имя собственное начинает функционировать как нарицательное, поскольку оно не столько называет конкретного человека, сколько указывает на принадлежность объекта номинации к категории, созданной говорящим или пишущим «здесь и сейчас». Графическим показателем изменения статуса имени может стать его написание с маленькой буквы:

Сидят в студии четыре неумных остроумных балагура и хохмача: Цекало, Мартиросян, Ургант и Светлаков, читают себе газеты и балагурят сами себе. Вот так, прям без подготовки. Сами тут же остроумно остряют и сами тут же со смеху покатываются, как четыре обезумевшие регины дубовицкие [А. Мешков. Горький привкус телевизионного часа //http://www.kp.ru/daily/24196/401989/].

Чужое имя совмещает идентификацию с предикацией, с той только разницей, что предикация (сообщение о свойствах объекта) здесь — косвенная, адресат может вывести ее инференциальным путем.

Инференция иронического отношения в приведенном выше примере осуществляется в несколько шагов: Регина Дубовицкая прочно ассоциируется с низкокачественным юмором на телевидении (ср. фразу «*Дурак ты, боцман, и шутики у тебя дубовицкие*»). Пользуясь стилистическим приемом антономазии, автор объединяет авторов программы «ПрожекторПэрисХилтон» в одну категорию с участниками программы «Аншлаг». Категоризация осуществляется на основе эмоционально-оценочного отношения автора заметки к поведению ведущих юмористических телепередач и качеству юмора. Таким образом, речевая практика показывает, что в дискурсе имена собственные все же могут одновременно выполнять и когнитивную функцию категоризации, и прагматическую функцию выражения отношения к объекту — те функции, в реализации которых лингвисты и философы им традиционно отказывают.

У номинации чужим именем есть еще одна важная особенность: в случае иронического названия объекта чужим именем номинатом становятся сразу два референта: непосредственный

объект номинации и реальный носитель того имени, которым пользуется говорящий. В результате теряется уникальность каждого референта.

Двойная референция наиболее ярко проявляется в случае контаминации двух имен:

Видите ли, всякое государство стремится к социализму. Как мошка к свету. И в Америке давно существовали два ипотечных гигантских агентства — «Фанни Мей» и «Фреди Мак», которые и упаковывали эти деривативы. Оба агентства были вроде Сбербанка — то есть они частные, но имплицитно гарантированы государством. А затем Леонид Ильич Буш, в своей первой избирательной кампании, обещает практически каждой американской семье по квартире [интервью с Ю. Латыниной // Комсомольская правда. 2008. 16 окт.].

Контаминация имен двух политиков осуществляется на основе сходства их действий. Ирония возникает не в результате несоответствия и не как скрытое отрицание, а как результат перенесения негативной оценки деятельности одного политика на деятельность другого (как показывает история, обещание доступного жилья для всех заведомо невыполнимо).

Ироническая номинация окказиональна, но некоторые наиболее удачные одноразовые номинации, повторяясь в публичном дискурсе, закрепляются в языковом коллективе. Так произошло с выражением *the thriller from Wasilla* в американском предвыборном дискурсе 2008 г. Сторонники Демократической партии назвали так Сару Пэйлин — кандидата на должность вице-президента от Республиканской партии. Чтобы понять, почему эта номинация создает ироническое отношение к политику, необходимо обладать некоторыми фоновым знаниями, например, о том, что Василла — это маленький городок в штате Аляска, мэром которого была Сара Пэйлин до того, как стала представлять штат в Конгрессе США. Называя Пэйлин словом *thriller*, политические оппоненты намекают на непредсказуемость действий сенатора.

We may snicker at the thriller from Wasilla, who got her first passport only last year, yet millions of once well-traveled Americans are now forced to ask if they can afford even the simplest overseas trip when their folding money is apparently issued by the Boardwalk press of Atlantic City [C. Hitchens. America the Banana Republic // Vanity Fair. 2008. 9 Oct.].

Интересно, что при переводе этого прозвища на русский язык переводчик фактически эксплицитировал часть исходного способа номинации (намек на провинциальность), и в результате в тексте перевода ирония оказалась утраченной.

Мы можем сколько угодно посмеиваться над провинциальностью Сары Пэйлин, впервые получившей загранпаспорт в прошлом году, но в Америке есть и миллионы любознательных людей, которые любили ездить по свету. И теперь они вынуждены задаться вопросом: по карману ли им будет любая заграничная поездка, если наши доллары настолько «одеревенели», что ими можно мостить пешеходную эспланаду в Атлантик-Сити [пер. М. Коробочкина // <http://www.inosmi.ru/translation/244742.html>].

Таким образом, ироническая номинация всегда связана с контекстуальными изменениями в значении и функции имени. Происходит не только семантический сдвиг (например, по типу метонимии), но и сдвиг прагматический: объект получает не только новое имя, но и оценку своих качеств или действий. Такая семантическая и прагматическая транспозиция — результат активных когнитивных действий со стороны говорящего. Несомненно, эти действия направлены на достижение определенного коммуникативного эффекта. Каким прагматическим потенциалом обладает подобная номинация?

Цель иронической номинации заключается в изменении отношений между всеми участниками коммуникации. Эта цель достигается благодаря тому, что ирония как дискурсивная практика [7] позволяет коммуникантам наиболее экономным образом решать целый ряд прагматических задач. С помощью иронии говорящий может имплицитно выражать собственные ценностные установки, эмоциональное отношение к объекту иронической номинации. Кроме того, обязательный юмористический эффект, возникающий в результате иронической номинации, реализует игровую функцию.

Ироническая номинация — явление дискурсивное, поскольку ее возникновение и интерпретация осуществляются не на основе правил конкретного языка, а на основе правил ведения дискурса. В основе иронической номинации может лежать несоответствие между свойствами или действиями объекта номинации и свойствами той категории, к которой через имя относит его говорящий. Именно это отличает ироническую номинацию от других видов вторичной номинации.

В иронической номинации проявляется креативная функция языка; создание иронии при помощи имени и ее дальнейшая интерпретация требуют и от говорящего, и от адресата дополнительных усилий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Языковая номинация : виды наименований / АН СССР. Ин-т языкознания ; А. А. Уфимцева,

Э. С. Азнаурова, В. Н. Телия [и др.] ; отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. — М. : Наука, 1977. — 358 с.

2. Телия В. Н. Номинация / В. Н. Телия // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — М. : Советская энциклопедия, 1990. — С. 336—337.

3. Anderson J. The Grammar of Names / J. Anderson. — Oxford : Oxford University Press, 2007. — 375 p.

4. Новичихина М. Е. Коммерческая номинация / М. Е. Новичихина. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2003. — 192 с.

5. Языковая номинация : (общие вопросы) / АН СССР. Ин-т языкознания ; А. А. Уфимцева, Э. С. Азнаурова, Е. С. Кубрякова [и др.] ; отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. — М. : Наука, 1977. — 359 с.

6. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций / В. И. Шаховский. — М. : Гнозис, 2008. — 414 с.

7. Шилихина К. М. Ирония как способ повышения авторитетности / К. М. Шилихина // Авторитетность и коммуникация : коллективная монография ; серия «Аспекты языка и коммуникации». Вып. 4 / под ред. В. Б. Кашкина. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2008. — С. 184—194.

*Воронежский государственный университет
Шилихина К. М., доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики
shilikhina@gmail.com*

*Voronezh State University
Shilikhina K. M., Associate Professor, Chair of
Theoretical and Computational Linguistics
shilikhina@gmail.com*