

УДК 81'38

Лоленко О.О., Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лоленко Олексій Олександрович – аспірант кафедри ТПП і НФ МДГУ ім. Петра Могили. Коло наукових інтересів: загальна стилістика, германістика, літературознавство, компаративістика

Функціональні особливості гри слів

У статті наводиться критика різних підходів до вивчення гри слів: з позицій загальної стилістики, оказіонального словотвору, дослідження окремих функціональних стилів. Робота також формулює засади цілісного функціонального підходу до аналізу ігрових фактів.

The article criticizes different approaches to the investigation of word play: within the paradigms of general stylistics, occasional word building, and particular functional styles' research. The work also formulates the principles of the integral functional approach to the analysis of ludic facts.

Гра слів цілком слушно відноситься більшістю дослідників до одного з найскладніших лінгвістичних феноменів, що позначається на його проблематичності як для стилістики (загальної і стилістики окремих мов), так і для теорії, а також, безумовно, практики перекладу: див., наприклад, В.С.Виноградов [5], М.П.Брандес [3], О.Н.Гвоздьов [7], І.Р.Гальперин [6], А.В.Федоров [19] та ін. У даній статті пропонується зупинитись на джерелах і специфіці вказаної складності.

Складність визначення і подальшого дослідження мотивується відомою структурною багатшаровістю гри слів. Фактично у монографіях зі стилістики, рівно як і в мовознавчих, чи то перекладознавчих роботах мова ведеться про джерела “гри словами” (див., наприклад, О.Н.Гвоздьов – 6), а не про неї як про окремий стилістичний прийом. Звідси і складність класифікування гри слів як стилістичної реалії із чітко визначеними межами. Так, із більшою імовірністю говориться про “риторичний засіб у якості стилістичного прийому” (див., наприклад, М.П.Брандес – 3). Симптоматичною слід вважати і підкреслену подібність, ба й збіг сутності дослідженого явища із іншими, наприклад, зевгмою, як то береться аргументувати В.Н.Комісаров [11]. Показовою тут стає власно дивна відсутність докладного і переконливого аргументування. Ще більш дивними видаються подібні класифікаційні ходи при зважанні на те, що інші теоретики стилістики (І.Р.Гальперин) чітко розводять вище окреслені явища за ознакою структурної регламентованості/незалежності.

Посилаючись на того ж таки дослідника, можна навести приклад, який, у відповідності до вище сказаного, буде класифікуватись стилістикою англійської мови або як гра слів, або як зевгма: “Dora, plunging at once into privileged intimacy and into the middle of the room...” [6]. Іншими словами, доводиться констатувати недостатність методів загальної стилістики та стилістики окремих мов (англійської зокрема) для визначення гри слів, а відповідно й аналізу процесу її функціонування у мовленні і регламентації її структурних та функціональних видів. Фактично така двозначність легко пояснюється близькістю стилістичних дефініцій гри слів до тих, які пропонує традиція риторики, що, завдяки власній невідривності від практики красномовства або навіть дуже щільній умотивованості такою практикою, змушена була виробляти таксономії риторичних прийомів та засобів (звідси вище згаданий синтез риторичного і стилістичного в грі слів).

Так, наприклад, чіткі відповідники у сучасних курсах стилістики мають класичні таксономії гри слів (чи то пак “каламбуру”), запропоновані в анонімного авторства “Риторичі Геренія” (поділ на *traductio*, *adnominatio* та *significatio* – гра слів на основі полісемії; гра слів побудована на повторах спільнокореневих слів, які відрізняються окремими суфіксальними або префіксальними морфемами; гра слів як “двозначність”), або ті, які виробляє риторична наука (а точніше практика) 18 століття (антанакласис, силепсис, паронимазія, астеїзм [15, с. 23]). Фактично, орієнтуючись на ці і подібні “розуміння” гри слів, а по суті – просто

регламентації її видів для вжитку у практиці красномовства того чи іншого зразка, загальна стилістика й аналізує сутність явища гри слів, даючи йому відповідні дефініції. Із метою пошуку альтернатив до останніх доцільно проаналізувати деякі типи з них.

Так, М.П.Брандес визначає гру слів (авторський термін “каламбур”) як риторичний засіб у якості стилістичного прийому (про що мова велася вище), що, у свою чергу, слугує засобом створення комічного, побудований на основі наступних явищ: полісемія, омонімія / омофонія, контамінація частин двох різних слів, трансформація крилатих виразів, мовні парадокси [3].

Очевидно, що визначення, презентоване у роботі М.П.Брандес, не дає цілісного уявлення про гру слів з тієї причини, що воно не виділяє основної, чи то стрижневої, диференціюючої ознаки (або декількох), яка б відрізняла дане явище (нехай і виключно в контексті стилістики) від інших, які також слугують засобами створення комічного (таких, наприклад, як зевгма). Насправді тут сутність стилістичного прийому пояснюється виключно через ті джерела, які його генерують. Здається, даний гандж виправляється відносно просто: неважко помітити, що ті елементи, які присутні у якості конститутивних у даному визначенні, об’єднують значення несумісність, яка породжується явищами різного характеру і може бути маніфестована на різних рівнях (на рівні одного слова, на рівні словосполучення або фразеологічного звороту). З урахуванням направленості роботи, у межах якої з’являється дефініція, що аналізується, таку несумісність справедливо було б означити як навмисне зіткнення двох значень для досягнення певного стилістичного ефекту.

Гра слів, за М.П.Брандес, є таким стилістичним прийомом, який, не зважаючи на досить значний, у порівнянні із іншими стилістичними засобами і прийомами, обсяг, все ж ґрунтується на **одній** центральній диференціюючій ознаці, про яку ішлося вище. Але те зіткнення значень на різних рівнях, яке, при зважанні на думку дослідниці, не тільки притаманне гри слів, але й детермінує її, відокремлюючи від інших стилістичних “інструментів” може бути (і є) характерним і для декількох інших. Так, показовим є спосіб, у який в науковій літературі зі стилістики характеризується зевгма. Остання також ґрунтується на несумісності, у даному разі вже точно певній несумісності об’єктів або суб’єктів, що узгоджуються із багатозначним дієсловом (див., напр., І.Р.Гальперин – 6). Чи ж різниця між каламбуром і зевгмою лише у структурній незв’язаності першого? Таку думку прийняти

неможливо, позаяк представлена вище дефініція гри слів припускає наявність структурно незв’язаних її проявів. Іншими словами, неточність визначення гри слів, про яку ідеться, викликає плутанину у класифікації стилістичних засобів і є неприпустимою.

По-третє, формула, яку використовує М.П.Брандес є недостатньою у тому розумінні, що вона не описує (тобто не є придатною для опису) цілу низку видів гри слів, таких як, наприклад: гра слів як засіб поетичного римування (напр., А.Н.Гвоздьов – 7), гра слів, що не є засобом створення комічного (вказівка на можливість існування такого виду є у М.М.Морозова – 13) тощо.

Слід констатувати, що подібним чином гра слів визначається більшістю досліджень, які розглядають її у якості стилістичного чи риторичного прийому, стилістичного засобу або навіть риторичної фігури (щодо останнього, наприклад, Ф.Гаусманн – 27). У якості прикладу можуть слугувати роботи А.Н.Гвоздьова [7], Виноградова В.С. [5], І.Р.Гальперина [6], А.В.Федорова [19], В.М.Комісарова [11], Р.А.Будагова [4], А.А.Реформатського [17], К.Коула [22], Р.Еклера [25], К.Бальдингера [20], Д.Хіаро [21], Г.Грасегер [26], Ф.Гайберт [28]. Для дефініцій цього типу характерними є фіксація таких мінімальних ознак: гра слів є 1) навмисно вживаним мовним засобом, який 2) ґрунтується на несумісності значень 3) на рівні одного слова або групи слів, що є або не є словосполученням або об’єднуються у фразеологічний зворот, і 4) слугує засобом створення комічного (тобто продукує комічний ефект). Роблячи генералізацію тих висновків, які стосувались окремих недоліків визначення гри слів у роботі М.П.Брандес, тобто визначаючи цей тип детермінації гри слів в цілому, слід охарактеризувати даний підхід як такий, що звужує функціональний спектр, гри слів притаманний, і не враховує ті її різновиди, які не є стилістичними (тобто не відповідають чіткій інтенції мовця).

З іншого боку, у науковій літературі, яка присвячена вивченню текстів того чи іншого функціонального стилю тією чи іншою мовою, узагальнене визначення гри слів першого типу (умовно), поповнюється за рахунок окремих функцій, які притаманні даному явищу у текстах того стилю, що вивчається. Особливо показовими тут є дослідження ролі і способу функціонування гри слів у текстах реклами. Так, наприклад, М.Моннот визначає гру слів як засіб із особливо інтенсивним прагматичним ефектом (не комічним), називаючи його “двозначність як вербальна агресія” [32], а Олівер Норд, у свою чергу приписує гри слів такі властивості, як особлива здатність до привернення уваги

реципієнта (до тексту та референта реклами), мнемотичну інтенсивність (тобто надмірну експресивність, яка особливим чином впливає на пам'ять реципієнта рекламного тексту), а також здатність до унаочнення аргументів (знов таки мається на увазі рекламний текст) [33]. Вочевидь, дані визначення є надто недостатніми для розуміння сутності явища, яке вивчається, хоча вони і розширюють його функціональну сферу за рахунок тих впливів, які цей засіб справляє на реципієнтів рекламних текстів і, зокрема, актуалізують його некомічність (тобто необов'язковість комічного ефекту для гри слів). До останнього приєднується і Г.Ф.Рахимкулова, справедливо стверджуючи: “Для определения места каламбура в системе игрового стиля подобный подход (тобто *прив'язування гри слів до досягнення комічного ефекту* – О.Л.) оказывается явно недостаточным” [15, с. 26-28]. У відповідності до сформульованого принципу критики традиційних концепцій гри слів дослідниця пропонує своє означення даного явища передусім як компоненту (нехай і провідного) ігрового стилю: “Каламбур - понятие, которое объединяет различные виды игровых манипуляций со словом (словосочетанием, фразеологическим оборотом) в масштабах предложения, абзаца, иных единиц текста или же всего текста. Цель их использования в рамках традиционной стилистики определяется преимущественно стремлением к созданию комического, сатирического или пародийного эффекта, а в рамках игрового стиля – совокупностью функций, общим элементом которых становится содействие организации текста как особой логической системы, строящейся по принципам игры” [15, с. 26]. У дефініції Г.Ф.Рахимкулової, незважаючи на її достатньо узагальнюючий характер і гострий критичний пафос, який спрямовано на ті способи розуміння сутності явища, що її дослідженню передують, все ж, на жаль, так само бракує цілісності, оскільки вона (дефініція) стосується переважним чином гри слів як своєрідного композиційного принципу, що організує текст, який відноситься до ігрового стилю (тобто власно тексту, побудованого на словесній грі). Ті ознаки, які лежать в основі даного розуміння, не є, принаймні, базовими, визначальними для гри слів у межах того ж таки рекламного тексту, де підкреслена експресивність (“агресивність” у термінах М.Моннота) не може стати організуючим принципом аналогічної якості. З іншого боку, дане визначення є корисним у тому сенсі, що розширює структурний обсяг гри слів, активізує, окрім рівнів слова, словосполучення і фразеологічного звороту, також рівень текстовий – до цілого тексту

включно. В цілому, цей (умовно другий) підхід до визначення можна охарактеризувати як функціональний, оскільки визначення даної групи (до них дораховуються концепції гри слів у наступних роботах, які вивчають тексти різних функціональних стилів: А.М.Дітген [23], А.Гайц [29], А.Кайзер [30], В.Крьобер-Ріль [31], В.Редферн [34], Е.Роос [35], К.Танака [36] ідуть від окремих функцій гри слів на протигагу до визначень першої групи, що фактично визнають одну основну функцію (засіб створення комічного), і будуються здебільшого на джерелах виникнення гри слів як стилістичного засобу. Функціональна умотивованість (чи навіть зв'язаність) розуміння гри слів, яка притаманна другому підходу, безумовно становить його суттєвий недолік, тому що, поперше, кожне окреме визначення у його межах не враховує цілу низку інших аналогічних (іншими словами не може відноситись до усієї функціональної сфери гри слів), а по-друге – ніяк не описує суто лінгвістичні механізми, за рахунок яких гра слів виникає.

Слід зауважити, що третій підхід до визначення сутності гри слів з тих, якими оперує дане дослідження у цій частині, фактично є підходом до вивчення явищ більш широкого спектру (оказіонального словотвору), але разом із тим, поза всяким сумнівом, не просто стосується гри слів, але й описує її як свій конкретний прояв. Принагідно слід наголосити на тому, що роботи з okazіонального словотвору переважно оперують терміном “мовна гра” замість “гра слів”. В останньому неодмінно також слід вбачати конкретну тенденцію, позаяк, імпліцитно говорячи (зокрема і) про гру слів, дослідники okazіоналізмів повсякчас користуються цим позначенням по відношенню до самого механізму функціонування okazіоналізмів. Все ж окремі положення цих робіт не можна проігнорувати як ті, що можуть суттєво доповнити вже проаналізовані у цьому пункті дефініції лінгвістичного явища, яке досліджується (для тих видів гри слів, які функціонують на рівні окремого слова).

Не можна повністю погодитись із О.А.Земською [8, 9], яка безпеліційно відносить гру слів як явище словотвору до конкретної словотворчої парадигми, що, на протигагу до типової, є порушенням словотворчої моделі. Інакше кажучи, у даній праці робиться висновок про детермінацію гри слів в особливому класі мовних аномалій. Натомість у своїй роботі із символічною у вказаному відношенні назвою “Игровое словообразование и лексика” О.А.Аксёнова слушно зазначає: “Установка на языковую игру снимает противоречия между узуальным и

оказиональним употреблением слов” [1]. Пояснюючи саме таку локалізацію гри слів у мовній системі і передусім у парадигмі словотвору, дослідниця вказує на те, що гра слів має передусім певний запрограмований ефект (специфічну прагматику), що за своїм характером є водночас аномальним або асистемним (тобто okazиональним), з одного боку, проте, з іншого, – реалізує певну потенцію мовних явищ. Іншими словами, не претендуючи на статус нормативних, факти словесної гри все ж корелюють із наявними тенденціями розвитку мови. При тому, в іншому місці О.А.Аксьонова додає, що до гри слів (“языковой игры”) також доцільно відносити і ті її види, що класифікуються як своєрідні обмовки і мовні помилки [1]. Таку точку зору підтримують також такі дослідники, як А.Г.Ликов [12], І.С.Улуханов [18], В.П.Ізотопов, В.В.Панюшкин [10], О.Г.Ревзина [16]. Не пропонуючи цілісного погляду на гру слів як лінгвістичне явище, а саме обмежуючись питаннями словотвору, наведені у цій частині міркування підіймають вельми важливу проблему про мовну аномальність гри слів. При тому остання класифікується як явище аномальне (у своїй okazиональності), але поряд із тим і узуальне, позаяк реалізує потенційні словотворчі моделі, тим самим входячи до мовної системи.

Як показують проміжні висновки у цьому пункті, кожному з умовно виділених підходів до вивчення гри слів відповідає визначення даного лінгвістичного явища, що не є цілісним, тобто не враховує або усі можливі види гри слів, або джерела її виникнення (тобто не фіксується одна диференціююча ознака, яка детермінує дане явище, або декілька подібних), або ж повний функціональний спектр, який цьому явищу притаманний. Отже, усі дефініції потребують корегування, чи то пак узагальнення.

Гра слів є okazиональним лінгвістичним явищем широкого функціонального спектру (функціонує як засіб створення комічного, виконує низку експресивних функцій у текстах, які належать до різних функціональних стилів, реалізує текстоорганізуючу функцію тощо) і базується на навмисному (інтенціональному) чи ненавмисному зіткненні двох або більшої кількості значень на рівні слова, словосполучення, фразеологічного звороту, окремого елемента тексту чи цілого тексту, і таким чином може реалізовувати словотворчі потенції мовної системи.

На основі зроблених вище висновків найбільш ефективним видається своєрідний проміжний підхід до визачення гри слів та дослідження конкретних її виявів – багатоаспектний функціональний аналіз даного лінгвістичного явища, який враховув би його

функціонально стилістичну специфіку, водночас не ігноруючи ті універсальні властивості, які диференціюють гру слів з-поміж інших феноменів, що класично входять до реєстру загальної стилістики.

Говорячи про гру слів як функціональну одиницю, яка реалізується на різних рівнях, а паралельно із тим й у текстах різного функціонального спрямування, очевидно видається неабияка широта та різнохарактерність її функціонального спектру (як доводять попередні посилання, переважно у текстах реклами, публіцистичних, а також белетристичних; у цьому відношенні слід констатувати повну недослідженість скажімо гри слів у своїх функціональних проявах на рівні наукового, чи то офіційно-ділового стилів). Фактично, доводиться казати про майже повну відсутність чіткої системи функцій, принаймні на перший погляд.

Аналізуючи гру слів у ролі стилістичного засобу, загальна стилістика (а також інші роботи які не полишають меж стилістичного підходу), визначають як головну та єдину функцію даного явища його здатність до створення комічного. Більше того, остання являє собою у межах цієї концепції не просто кардинальну функцію, але й одну з детермінуючих (поряд із специфічними структурними вимогами до явища) властивостей: тобто, говорячи про гру слів, стиліст на практиці автоматично говорить про один із головних засобів створення комічного. Детермінована у даних межах, вона за своїм прагматичним спрямуванням стає в один рід із такими стилістичними прийомами як зевгма, оксюморон тощо. Іншими словами, апелюючи до майже нескінченної низки дефініцій естетичної категорії комічного, можна констатувати, що контраст, який є характерним ефектом гри слів, становить за своєю природою одну з наступних форм протистояння: огидного – прекрасному (Аристотель), нікчемного – підвищеному (Кант), безглузлого – розсудливому (Жан Поль, Шопенгауер), автоматичного – живому (Бергсон). По-іншому: гра слів має являти своєрідну форму впізнання реального предмета під смішною маскою, а психологічний механізм його сприйняття – це ніби неодмінно механізм радісного переляку, здивування або радісного розчарування-здивування. Однак, як слушно помічає М.М.Морозов, словесна гра міститься навіть у трагічній екскламації з “Гамлета”: “Then let’s make haste away and look unto the main. – Warwick: Unto the Main! O Father, Main is lost...” [14] За своєю структурою даний випадок гри слів чітко укладається в одну з клітин традиційної класифікації, адже є омонімічним варіюванням слів “main/Main”. Герой із

розпачем позіхає про втрату Мена, водночас обіграючи твердження партнера по комунікації, ніби натякаючи на важливість, принциповість втрати (“main” – “головне”). Зауваження М.М.Моро-зова у перекладознавчій статті “Язык и стиль Шекспира” не можна не вважати слухним: справді у процитованій репліці немає жодної комічності, ніякого зіткнення огидного та прекрасного, нікчемного та підвищеного, безглузкого та розсудливого. Даний зворот за своєю естетикою цілком корелює із загальною настановою драми: він звучить підвищено і втілює в собі частку фатальної неможливості розв’язання художнього конфлікту. Якщо і здивування – то лише трагічне, наближене до розпачу, якщо розчарування – то справжнє, глибоке, сповнене гіркоти втрати, це скоріше туга, аніж просто розчарування; і найпринциповіше – особливо рельєфним її робить шекспірівська гра слів.

Отже, доведеться говорити про необхідне розширення класичного функціонального спектру, який приписувався досліджуваному об’єкту загальною стилістикою і стилістикою окремих мов. У цьому контексті доцільно звернутись до цитованих вище робіт, які, безпосередньо досліджуючи функціонування гри слів на різних функціональних рівнях (тексти реклами, белетристичні тексти), безумовно реалізують висунуту настанову. На думку О.Норда (подібним чином функціональність гри слів у текстах реклами визначається і у роботах А.М.Дітген [23], А.Гайц [29], А.Кайзер [30], В.Крьобер-Ріль [31], В.Редферн [34], К.Танака – 36), даному явищу у рекламних текстах притаманні наступні функції: 1) функція “збудження уваги”; 2) функція “збудження інтересу”; 3) функція “підвищення експресивності повідомлення”; 4) функція “підвищення симпатії”; 5) функція “розширення кола реципієнтів”; 6) функція “економії засобів вираження”; 7) функція “інтенсифікації пам’яті”; 8) функція “унаочнення аргументації”; 9) ідентифікаційна функція [33]. Аналіз, наведений дослідником, доводить певну зредукованість і часткову неадекватність даної системи функцій, адже, скажімо, цілком можливо звести останні до більш широких і загальних класів: наприклад, функції 1, 2 та 4 не досить конкретно диференційовані одна від одної, а також від функції 3, оскільки три перші вочевидь ґрунтуються на інтенсивній експресивності і є лише цілком логічними її проявами. До того ж, функція 8 також нерозривно пов’язана із функцією 6, позаяк наявність останньої явно дає підстави про твердження щодо унаочнення (на рівні рекламного тексту взаємопов’язаність і тотожність унаочнення та економії засобів

пояснюється щонайменш їх (текстів) відносно невеликими обсягами). Поряд із тим, виділення п’яти функцій (3, 5, 6, 7, 9) цілком справедливе на рівні текстів реклами, і одночасно імовірно може функціонувати і на інших рівнях. При неадекватності застосування 6 і 9, наприклад на публіцистичному функціональному рівні, важко заперечити актуальність решти, насамперед функції “підвищення експресивності” на рівні газетних текстів, про що свідчать, наприклад, роботи Ф.Ебершпрехера [64] та Е.Рооса [35].

Г.Ф.Рахимкулова навмисно протиставляє ту систему функцій, які вона виділяє як притаманні гри слів на рівні художнього тексту, функції продукування комічного, маркуючи їх як нетрадиційні. Серед таких фігурують: 1) структуроутворююча (тематична), 2) алюзійна, 3) асоціативна, 4) іронічна, 5) функція генерування атмосфери абсурду, 6) функція інтелектуальної гри з читачем, 7) характеристики (автора-раактеристики) персонажа, 8) оціночно-тенденційна, 9) функція показу психоемоційного стану персонажа, 10) маркування прихованої авторської присутності або прихованої присутності того чи іншого персонажа, 11) орнаментальна, 12) ритмико-звучової інструментовки тексту [15, с. 26 – 28]. Зіставляючи даний погляд на функціональність гри слів із попереднім, можна безперечно вказати на певні аналогії із попереднім, інакше кажучи, віднайти функції гри слів типові і специфічні, тобто властиві їй як функціональній одиниці того чи іншого стилістичного рівня (тексти реклами, белетристичні тексти). Так, наведені системи цілком очевидно перехрещуються у пункті “авторського чи персонажного маркування - ідентифікації”, бо фактично у цьому аспекті описують явища одного порядку (ідентифікація різних в залежності від стратегій тексту об’єктів, ба й суб’єктів). До того ж, окремі функції з переліку Г.Ф.Рахимкулової представляються зайвими, оскільки можуть бути синтезовані із іншими їм подібними (у даному контексті скоріше - субординуючими). Мова ведеться передусім про функції 2, 3 та 6. Так, визначаючи алюзійну функцію дослідниця наводить наступний приклад: “Например, отношение В. Набокова к “венской делегации” (психоанализу) проявляется в его текстах во множестве антифрейдистских игровых вкраплений, например, в окказиональном слове “либидобелиберда” или в помещенных в один каламбурный контекст “вкрадчивых” словах “травма”, “травматический факт”, “фрамуга” (“Лолита)” [28]. Актуалізація інтертекстуального шару у сприйнятті реципієнта даного лудичного (ігрового) факту, про яку ідеться у дослідженні, поза всяким

сумнівом вже становить і предмет інтелектуальної гри із ним, а до того ж цілком очевидно сприймається і на рівні асоціативного ряду (тут насправді просто прослідковується прямо пропорційна залежність лудичності від специфіки сприйняття, яке реалізується на кількох рівнях – асоціацій та фонових знань). Факультативність окремих аспектів наведеної таксономії проявляється й у функції 11, яка вочевидь не становить конститутивну властивість гри слів (навіть на рівні белетристичного тексту), що доводиться існуванням цілою низки лудичних фактів, які не характеризує жодна орнаментальність. Проте більш принципово у цьому відношенні є недоцільність включення у вище наведену класифікацію такого елемента, як ритміко-звукова інструментовка, яка субординується функцією 11, тобто фактично становить її підфункцію. У той самий час, функції 5, 7, 8 та 9 безумовно необхідно класифікувати як специфічні, тобто притаманні текстам саме цього (белетристичного) стилю, позаяк вони становлять особливі композиційні (текстоутвірні) або тематичні елементи, допоміжні засоби чи маркери саме для текстів художньої літератури.

Отже, усі вище надані міркування дозволяють зробити наступний висновок, який послуговує уточненню та систематизації наведених класифікацій функцій гри слів, але водночас і прагне надати конкретних меж тому явищу, яке досліджується, визначивши його з урахуванням терміну лудичність. Так, складність і розшарованість тих функцій гри слів, які виділяються у лінгвістичній парадигмі

(жодна з функцій не претендує на те, щоб бути об'єднуючою для усіх лудичних фактів, хоча кожна з них може мати свою систему підфункцій, наприклад, орнаментальна включає функцію ритміко-звукової інструментовки на рівні белетристичного тексту, ідентифікуюча спеціалізується на ідентифікацію у рекламних текстах та маркування авторської чи персональної присутності у текстах художньої літератури) не дозволяє говорити про гру слів у термінах традиційних, тобто у контексті загальної стилістики та стилістики окремих мов, а саме – як про конкретний стилістичний прийом чи риторичний засіб, який використовується із визначеною метою (що дозволяє стилістиці класифікувати його як “каламбур”, відносячи до певного класу, а також, чітко стратифікуючи його на необхідні структурні елементи). Поряд із тим, гра слів не являє собою і конкретне мовне явище, що б мало ту чи іншу структуру, а також, детермінуючі його функції (до цього долучається і проміжний характер гри слів у термінах оказіонального словотвору, а саме її узуально-оказіональний характер). Тому гру слів доцільніше визначити у контексті лудичності (ігрової функції) як такої, при тому остання являє собою специфічну функцію цілої низки явищ, які ґрунтуються на зіткненні кількох значень, а реалізуються на різних мовних рівнях (на кожному окремо або на кількох водночас): на рівні графічних засобів, фонологічному, морфологічному, лексико-семантичному, фразеологічному, текстовому. У межах запропонованої концепції даній функції відповідають кілька підфункцій (функція

Література

1. Аксёнова О.А. Игровое словообразование и лексика // www.levin.rinet.ru. – 12.08.2006.
2. Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов // *Зарубежная эстетика и теория литературы XIX – XX вв.* – М.: Изд-во МГУ, 1987. – С. 387-422.
3. Брандес. М.П. *Стилистика немецкого языка.* – М.: Высшая школа, 1990. – С. 294-298.
4. Будагов. Р.А. *Введение в науку о языке.* – М.: Просвещение, 1965. – С. 56.
5. Виноградов В.С. *Перевод: общие и лексические вопросы.* – М.: КДУ, 2004.
6. Гальперин. И.Р. *Стилистика.* – М.: Высшая школа, 1977. – С.150-152.
7. Гвоздѣв А.Н. *Очерки по стилистике русского языка.* – М.: Просвещение, 1965. – С. 57-58.
8. Земская Е.А. *Словообразование как деятельность.* – М., 1992.
9. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.И. *Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест.* – М., 1983. – С. 172-214.
10. Изотов В.П., Паношкин В.В. *Неузуальные способы словообразования. Конспекты лекций к спецкурсу.* – Орел, 1997.
11. Комиссаров В.Н. и др. *Пособие по переводу с английского языка на русский.* – М.: Высшая школа, 1965. – С. 161-167.
12. Лыков А.Г. *Современная русская лексикология (русское окказиональное слово).* – М., 1976. – С. 53.
13. Морозов М.М. *Язык и стиль Шекспира // Избранное.* – М.: “Искусство”, 1979. – С. 173-223.
14. Морозов М.М., Островский А.Н. – переводчик Шекспира // *Избранное.* – М.: “Искусство”, 1979. – С. 346-370.
15. Рахимкулова Г.Ф. *Языковая игра в прозе Владимира Набокова (к проблеме игрового стиля): Автореферат диссертации на соискание степени д-ра филол. наук: 16.09.04 / Ростовский гос. ун. – Ростов-на-Дону, 2004. – 42 с.*
16. Ревзина О.Г. *Поэтика окказионального слова // Язык как творчество.* – М., 1996.
17. Реформатский А.А. *Введение в языковедение.* – М.: Аспект Пресс, 2004. – 536 с.
18. Улуханов И.С. *Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация.* – М., 1996.
19. Фёдоров А.В. *Основы общей теории перевода.* – СПб. – С. 323-326.
20. Baldinger, Kurt. *Wortspiel und Stilfigur // Logos Semantikos. Festschrift Coseriu, Bd. III: Semantics.* – Berlin/Madrid. – 1981.
21. Chiaro, Delia. *The Language of Jokes. Analysing Verbal Play.* – London, New York, 1992.

22. Cole Chris. Wordplay, A Curious Dictionary of Language Oddities. – New York: Sterling Publishing Co., 1999. – 191 p.
23. Dittgen, Andrea Maria. Regeln für Abweichungen. Funktionale sprachspielerische Abweichungen in Zeitungsüberschriften, Werbeschlagzeilen, Werbeslogans, Wandsprüchen und Titeln. – Frankfurt a. M., Bern, New York, Paris, 1989.
24. Eberspächer, Volker. Sprachliche Mehrdeutigkeiten. Exemplifiziert an der Verarbeitung von Fernsehnachrichtentexten. – Tübingen, 1978.
25. Eckler R. Making the alphabet dance. – New York: St. Martins, 2001.
26. Grassegger, Hans. Sprachspiel und Übersetzung. Eine Studie anhand der Comic-Serie Asterix. – Tübingen, 1985.
27. Hausmann, Franz Josef. Studien zu einer Linguistik des Wortspiels. Das Wortspiel im "Canard enchaîné". – Tübingen, 1974.
28. Heibert, Frank. Das Wortspiel als Stilmittel und seine Übersetzung am Beispiel von sieben Übersetzungen des "Ulysses" von James Joyce. – Tübingen, 1993.
29. Heiz, André. Wie argumentiert Werbung? – München, 1978.
30. Kaiser, Andreas. Werbung. Theorie und Praxis werblicher Beeinflussung. – München, 1980.
31. Kroeber-Riel. Werner Strategie und Technik der Werbung. – Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz, 1988.
32. Monnot, Michel. Puns in Advertising: Ambiguity as verbal Aggression // www.ono-line.de. – 05.10.2006.
33. Nord, Oliver. Die Funktion von Wortspielen in Werbeanzeigen. Untersuchungen zur Werbewirksamkeit von Wortspielen anhand eines Zeitschriftenkorpus // www.ono-line.de. – 05.10.2006. <http://www.ono-line.de/wortspiel/http://www.ono-line.de/wortspiel/http://www.ono-line.de/wortspiel/http://www.ono-line.de/wortspiel/>
34. Redfern, Walter. Guano of the mind: Puns in advertising // www.ono-line.de. – 16.09.2006.
35. Roos, Eckhard. Aspects of the Interpretation of Puns in Newspaper Advertisements // Neue Fragen der Linguistik; Akten des 25. linguistischen Kolloquiums, Paderborn 1990, 2 Bde. – Tübingen. – 1991. – S. 439-446.
36. Tanaka, Keiko, 1992, The Pun in Advertising: A Pragmatic Approach // www.ono-line.de. – 16.09.2006.