

## РЕКЛАМИЗАЦИЯ ПРИЕМА ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕТЕКТИВНОЙ ПРОЗЕ (на примере романов Д. Донцовой)

**Аннотация:** В статье анализируются случаи использования языковой игры в текстах современной детективной прозы в коммерческих целях для привлечения внимания читательской аудитории (клиентов) к производимому товару – тексту. В рамках подобного подхода актуально рассмотрение языковой эксцентрики как особого приема рекламы.

**Ключевые слова:** Языковая игра, детектив, маркетинг, реклама, мерчендайзинг, бликфанг.

Chaika Nadezhda Evgen`evna

Kabardino-Balkar State University named after H.M. Berbekov,

Nalchik

E-mail: msperanza85@yandex.ru

## ADVERTISEMENT OF LANGUAGE GAME IN MODERN DETECTIVE PROSE (on the example of D. Dontsova's novels)

**Abstract:** The article analyzes the cases of using a special linguistic category - a language game - in the texts of modern detective prose for commercial purposes in order to attract the attention of the readership (clients) to the product - the text.

**Key words:** Language game, detective, marketing, advertising, merchandising, blackfang.

Современная детективная проза – это активно развивающееся направление отечественной беллетристики. Во многом это обусловлено неослабевающим интересом читательской аудитории к самому жанру детектива, сюжеты которого весьма динамичны и захватывающи, содержат интригу, способную полностью завладеть вниманием реципиента. В ряду авторов, писавших детективные истории, можно назвать А. Конан-Дойля, А. Кристи, Г.

Честертон, У. У. Коллинза, Э.С. Гарднера, Ж. Сименона и многих других. Среди российских авторов – это, прежде всего, А. Шкляревский, А.А. и Г.А. Вайнеры, М. Черненко, Б. Акунин, Т. Устинова и, конечно же, Д. Донцова. Даже всемирно известный психологический роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание» некоторые относят к жанру детектива [8]. Собственно, детектив – это «ответвление приключенческой литературы, посвященное раскрытию загадочных преступлений» [5, с. 90].

Неослабевающий интерес читателей к данному жанру породил целую плеяду современных авторов, работающих именно в этом направлении. Постоянный читательский спрос, ожидание выливаются, таким образом, в обильное писательское предложение. Мы видим, что детектив весьма выгоден в коммерческом плане.

Как уже отмечалось, сюжет детективной истории достаточно динамичен, он интересен сам по себе. Однако авторы, стремясь к большей экспрессивности и конкурентноспособности своих произведений, используют различные нестандартные методы привлечения внимания – это и заказ ярких, замысловатых и бросающихся в глаза обложек, и обилие различного рода языковых стилистических тропов – эпитетов, метафор, гипербол и др. Но в ряду всего перечисленного отдельно стоит выделить такой художественный прием, как использование языковой игры. Изучению сущности и природы языковой игры посвящено множество исследований – лингвистических, психологических, лингвокультурологических, философских. По определению Л.П. Амири, «в современной русистике сложилась устойчивая традиция в понимании ЯИ как сознательного эксперимента, имеющего установку на творчество. Под ЯИ...мы понимаем осознанное нарушение стереотипа, закономерностей функционирования языковых единиц в определенном окружении и нормы в языковом понимании социума и конкретного индивида, используемое для усиления выразительности...» [1, с.10].

Таким образом, мы видим, что языковая игра – важное средство придания тексту особой выразительности, экспрессивности. Она приковывает внимание читателя или слушателя, заставляя думать над предложенной автором головоломкой. Процесс дешифровки игры сродни процессу разгадывания тайны, которая является важной составляющей детективного жанра. Из этого следует, что авторы используют данный языковой прием для создания «тайны в тайне» – подобное нагнетание самым выигрышным образом отражается на детективном сюжете. Все сказанное в полной мере можно отнести к произведениям серии «Евлампия Романова. Следствие ведет дилетант», «Любительница частного сыска Даша Васильева» Дарьи Донцовой (творческий псевдоним Агриппины Аркадьевны Донцовой, в девичестве – Васильевой).

Особенностью романов данных серий можно считать достаточно частое использование людических паттернов – особых структурных схем, базирующихся на применении языковой игры. Исследователями подчеркивается, что подобные игровые элементы являются важным художественным средством эстетического воздействия на реципиента, особым образом влияют на восприятие текста в целом [4, 6, 7, 10].

Языковая игра широко применяется как в текстах художественной литературы, так и в текстах публицистических, а также рекламных. По замечанию лингвистов, для того чтобы современные печатные тексты могли составить конкуренцию текстам, функционирующим на просторах Всемирной паутины, их составителям нужно находить нестандартные и новаторские приемы привлечения внимания и продвижения «товара» [8]. Таким средством, несомненно, может выступать языковая игра. В условиях современных реалий, в рамках имеющейся торгово-денежной фармации, текст действительно становится товаром, объектом продажи и покупки; поэтому-то его нужно реализовать – как можно скорее и как можно выгоднее. Нужно привлечь внимание к товару, используя различные коммерческие уловки. В подобной ситуации можно рассматривать языковую игру – нестандартное, необычное

использование ресурсов языковой системы – как одно из средств **маркетинга**, т.е. системы продвижения товара на рынок. Так, игру встречаем в подобных рекламных текстах: «*ПаМЯТНЫЕ моменты*» (о мятных жевательных конфетах «Mentos») – здесь налицо контаминация, т.е. слияние двух слов – «память» и «мята»; или же: «*Верх красоты*» (о кровле торговой марки «Дёке Пай»), когда речь идет о черепице, которой покрывают крышу – в данном случае наблюдаем смешение смыслов идиоматического выражения «верх красоты», т.е. высшая точка развития прекрасного и «верх здания», которые в своем сочетании дали интересное, умело обыгранное значение.

Если же обратиться к теме детективных романов Д.Донцовой, нельзя не отметить того факта, что в них языковая игра также является не столько средством художественного воздействия (хотя и этот аспект людического, несомненно, реализуется), сколько средством маркетинга, способствует продвижению товара на рынок. Этот тезис подтверждается также и тем фактом, что большинство случаев использования языковой игры приходится на названия романов. Название для текста, книги, произведения, организации – это своеобразная вывеска, по которой складывается первое и наиболее важное впечатление. В названии должен быть заключен призыв, должно быть вложено максимум смысла, ведь именно оно привлекает внимание. Использование же людизмов в заголовке – это своеобразная реклама того, что за этим названием стоит. Можно сделать вывод, что эксцентрика в современной детективной прозе Д.Донцовой – это маркетинговый прием, реклама, призванная максимально заинтересовать потенциального клиента-покупателя, т.е. потребителя данного товара. Мы видим, что даже лингвистические приемы стали служить интересам **мерчендайзинга**, т.е. комплекса мер, направленных на привлечения внимания покупателей. Обычно для этого используется особое расположение товаров, освещение и т.д. Правила мерчендайзинга гласят: чтобы заинтересовать покупателя, нужно сделать очень хорошую витрину или же вывеску, которая бы побуждала войти и изучить ассортимент. Самое главное –

завлечь внутрь, заинтересовать, покупка – пусть даже самая незначительная – произойдет примерно в 75% случаев [2, 3]. Название книги, текста – это и есть та вывеска, с которой знакомятся потребители, прежде чем решить, нужен им этот товар или нет. Поэтому различные средства, а в особенности языковая игра, умело и художественно составленная и примененная в заголовке – это реклама или же – если использовать другой коммерческий термин – **бликфанг**. Бликфанг обозначает различные методы привлечения внимания к информации с помощью ярких элементов [11]. Несомненно, людизм в ткани произведения – это яркий элемент, который всегда приковывает внимание. Тем более он привлекает внимание, находясь в заголовке. Интригующая «вывеска» обещает, что покупатель не пожалеет, что приобретет данный товар, «внутри» он будет таким же интересным и содержательным. Так, например, в серии детективов о Е. Романовой встречаем подобные примеры: *«Созвездие жадных псов»* – игровое переименование названия реально существующего звездного объекта «Созвездие Гончих Псов», которое звучит и интригующе, и иронично одновременно. Несомненно, читатель захочет раскрыть загадку, стоящую за подобной «вуалью» игры, а понимание интенции автора в данном случае способно поднять самооценку интерпретатора. Серия «Любительница частного сыска Даша Васильева» также изобилует схожими примерами: *«Контрольный поцелуй»* (игра со словосочетанием «контрольный выстрел» – намек на разрушительную силу чувств, нарушение логической сочетаемости слов), *«Вынос дела»* (игра с парными согласными, с похожими словами «дело» и «тело» позволяет получить совершенно новые нюансы смысла), *«Улыбка 45-го калибра»* (расширение парадигмы употребления слов, замена слов в устойчивом словосочетании «пистолет 45-го калибра»), *«За всеми зайцами»* (ироничное переименование фразы «За двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь»).

Очень часто в названиях романов используются так называемые аллюзии – неявные указания на широко известные культурные, исторические,

литературные факты и события. При этом нередко параллельно применяются и интертекстовые отсылки на прецедентные тексты: «Дантисты тоже плачут» (отсылка на сериал «Богатые тоже плачут»), «Несекретные материалы» (сериал «Секретные материалы»), «Снят усталые игрушки» (прямая цитата из программы «Спокойной ночи, малыши!»), «Хобби гадкого утенка» (всемирно известная сказка «Гадкий утенок»), «Небо в рублях» (отражение в зеркале иронии названия фильма «Небо в алмазах»), «Ромео с большой дороги» («Ромео и Джульетта» У. Шекспира), «Полет над гнездом Индюшки» (ироничная аллюзия на роман Кена Кизи «Пролетая над гнездом кукушки»), «Лягушка Баскервилей» (роман А.К. Дойла «Собака Баскервилей»), «Личное дело женщины-кошки» (художественный фильм «Женщина-кошка»), «Доллары царя Гороха», «Камин для Снегурочки», «Экстрим на сером волке», «Темное прошлое Конька-Горбунка», «Уха из золотой рыбки» (проведение шуточных параллелей к персонажам русских сказок), «Лебединое озеро Ихтиандра» и др. Встречается и обыгрывание внутренней структуры слова или устойчивого словосочетания: «Белый конь на принце», «Жена моего мужа» и др.

Как видим из анализа, почти каждый заголовок детективных романов Д.Донцовой из обозначенных выше серий составлен с использованием людических паттернов. Это делается с целью придания особой привлекательности реализуемому товару-текста, что в итоге должно содействовать успешному продвижению продукции на рынке. Языковая игра является одним из важнейших художественных приемов, способствующих привлечению внимания потенциального реципиента – то есть клиента, готового заплатить за приобретение интересного и содержательного (в чем он может убедиться, взглянув на неординарное название) товара. Все это способствует расширению целей и задач людической функции языка, а также раскрывает новые перспективы ее исследования.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Амири Л.П. Языковая игра в российской и американской рекламе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2007. – 27 с.
2. Барден Фил. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. Электронный ресурс: [https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом\\_marketinga/vzлом\\_marketinga-read.pdf](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом_marketinga/vzлом_marketinga-read.pdf) (дата обращения – 05.05.21 г.).
3. Беквит Гарри. Продавая невидимое. Электронный ресурс: <https://uploads-ssl.webflow.com/> (дата обращения – 05.09.21 г.).
4. Игнатьева Т.В. Языковая игра в художественной литературе (на материале русской прозы XX века). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Вологда: РГУ им. С.А. Есенина, 2012. – 23 с.
5. Литературный энциклопедический словарь под общ.ред. В.М. Кожевникова и П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.
6. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 344 с.
7. Рахимкулова Г.Ф. Языковая игра в прозе Владимира Набокова (к проблеме игрового стиля). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – Ростов-на-Дону: РГУ, 2004. – 47 с.
8. Сафронова Т.И. Особенности функционирования феномена языковой игры в российской коммерческой печатной рекламе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М: Российский университет дружбы народов, 2013. – 19 с.
9. Соколов Кори. Электронный ресурс: <https://proza.ru/2019/03/14/698> (дата обращения – 05.09.2021 г.).
10. Сопова Т.Г. Языковая игра в контексте демократизации художественной речи в последние десятилетия XX века. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – С.-П.: ИЛИ РАН, 2007. – 22 с.
11. Электронная библиотека: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/blikfang> (дата обращения – 05.09.21 г.).

#### REFERENCES:

1. Amiri L.P. Yazykokvaya igra v rossiyskoy i amerikanskoy reklame. Avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskikh nauk. – Rostov-na-Donu: Yuzhnyy federal'nyy universitet, 2007. – 27 s. [Amiri L.P. Language game in Russian and American

- advertising. Abstract of the dissertation for the degree of candidate of philological sciences. - Rostov-on-Don: Southern Federal University, 2007. - 27 p.].
2. Barden Fil. Vzлом marketinga. Nauka o tom, pochemu my pokupayem. Elektronnyy resurs: [https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом\\_marketinga/vzлом\\_marketinga-read.pdf](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом_marketinga/vzлом_marketinga-read.pdf) (data obrashcheniya – 05.05.21 g.). [Barden Phil. Marketing hack. The science behind why we buy. Electronic resource: [https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом\\_marketinga/vzлом\\_marketinga-read.pdf](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/vzлом_marketinga/vzлом_marketinga-read.pdf) (accessed 05.05.21)].
  3. Bekvit Garri. Prodavaya nevidimoye. Elektronnyy resurs: <https://uploads-ssl.webflow.com/> (data obrashcheniya – 05.09.21 g.). [Harry Beckwith. Selling the invisible. Electronic resource: <https://uploads-ssl.webflow.com/> (accessed 09/05/21)].
  4. Ignat'yeva T.V. Yazykovaya igra v khudozhestvennoy literature (na materiale russkoy prozy XX veka). Avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskikh nauk. – Vologda: RGU im. S.A. Yesenina, 2012. – 23 s. [Ignatieva T.V. Language game in fiction (based on Russian prose of the 20th century). Abstract of the dissertation for the degree of candidate of philological sciences. - Vologda: RGU im. S.A. Yesenina, 2012. - 23 p.].
  5. Literaturnyy entsiklopedicheskiy slovar' pod obshch.red. V.M. Kozhevnikova i P.A. Nikolayeva. – M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1987. – 752 s. [Literary Encyclopedic Dictionary, Ed. V.M. Kozhevnikov and P.A. Nikolaev. - M.: Soviet Encyclopedia, 1987. - 752 p.].
  6. Norman B.Y. Igra na granyakh yazyka. – M.: Flinta: Nauka, 2006. – 344 c. [Norman B.Yu. Playing on the edge of language. – M.: Flinta: Nauka, 2006. – 344 p.].
  7. Rakhimkulova G.F. Yazykovaya igra v proze Vladimira Nabokova (k probleme igrovogo stilya). Avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoy stepeni doktora filologicheskikh nauk. – Rostov-na-Donu: RGU, 2004. – 47 s. [Rakhimkulova G.F. Language play in the prose of Vladimir Nabokov (on the problem of play style). Abstract of the dissertation for the degree of Doctor of Philology. - Rostov-on-Don: Russian State University, 2004. - 47 p.].
  8. Safronova T.I. Osobennosti fenomenal'noy yazykovoy igry v rossiyskoy kommercheskoy pechatnoy reklame. Avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskikh nauk. – M: RUDN, 2013. – 19 s. [Safronova T.I. Features of the language game in Russian commercial print advertising. Abstract of the dissertation for the degree of candidate of philological sciences. - M: Peoples' Friendship University of Russia, 2013. - 19 p.]
  9. Sokolov Kori. Elektronnyy resurs: <https://proza.ru/2019/03/14/698> (data obrashcheniya – 05. 09. 2021 g.). [Sokolov Corey. Electronic resource: <https://proza.ru/2019/03/14/698> (accessed 05.09.2021)].



10. Sopova T.G. Yazykovaya igra v kontekste demokratizatsii khudozhestvennoy rechi v posledniye desyatletiya XX veka. Avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskikh nauk. – S.-P.: ILI RAN, 2007. – 22 s. [Sopova T.G. Language game in the context of the democratization of artistic speech in the last decades of the 20th century. Abstract of the dissertation for the degree of candidate of philological sciences. - S.-P.: OR RAN, 2007. - 22 p.].

11. Elektronnaya biblioteka: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/blikfang> (data obrashcheniya – 05.09.21 g.). [Electronic library: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/blikfang> (accessed 09/05/21).].