

KATARZYNA DEMBSKA
UMK Toruń

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ ВОСПРОИЗВОДИМОСТИ МНОГОСЛОВНЫХ ЕДИНИЦ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)

Многословным/сверхлексемным единицам (фраземам), согласно новейшей терминологии, называемым также сверхлексемными репродуктами¹, с 90-х годов XX столетия, когда сформировались основы фразеологии адресанта, т.е. фразематики², уделяется немаловажное внимание. Лингвисты особенно наблюдают за разными способами их воспроизводимости, которая и является исходной точкой исследований над фразематическим потенциалом такого рода сочетаний. Этот вопрос поднимается также в настоящей статье.

По определению Войцеха Хлебды, репродукт — это

jednostka języka wyodrębniona z tekstów sformułowanych w tym języku w rezultacie stwierdzenia jej regularnej powtarzalności w tych tekstach w funkcji werbalizatora określonego zespołu treściowego (pojęcia, sądu, intencji, emocji itp.). Reproduktem może być jednowyrazową bądź wielowyrazową postać formalną i metaforyczną bądź niemetaforyczną statusu znaczeniowego. Termin «репродукт» używany jest w opozycji do terminu «продукт językowy», oznaczającego proces i efekt konfigurowania reпродуктов (jednowyrazowych i wielowyrazowych) w akcie tworzenia wypowiedzi³.

¹ См. В. Хлебда, *Метаоператоры в функции поисковой системы в обработке ресурсов Рунета для лексикографических целей*, «Rossica Olomucensia» 2010, XLIX, № 2, с. 57–66.

² См. W. Chlebda, *Elementy frazematyki. Wprowadzenie do frazeologii nadawcy*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Powstańców Śląskich w Opolu, Opole 1991, с. 199.

³ W. Chlebda, *Nieautomatyczne drogi dochodzenia do reпродуктов wielowyrazowych // W. Chlebda (ред.), Na tropach reпродуктов. W poszukiwaniu wielowyrazowych jednostek języka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2010, с. 15.

Однако, как оказывается, единицы, которые являются предметом исследования в настоящей статье, имеют возможность воспроизводиться и совсем иначе, особым способом, о чем дальше и пойдет речь.

Таким образом, предметом анализа в настоящей работе являются многословные единицы, которые приобретают форму пословиц, поговорок, фразеологизмов и крылатых выражений — как в их инвариантном (т.е. неизменном), так и вариантном (модифицированном) виде. Автор попытается достигнуть следующих целей:

— представить 30 (из выше ста анализируемых) избранных единиц⁴, учитывая способы их образования,

— проверить степень фиксации приведенных многословных конструкций в словарях русского языка и Национальном корпусе русского языка⁵, а также возможность их воспроизводимости в части русскоязычного виртуального пространства (с помощью поисковой системы Google.ru), что позволит отнести обсуждаемые сочетания к единицам языка или речи,

— попытаться определить прагматический потенциал анализируемых фразем.

Многословные единицы занимают особое место в процессе анализа языка СМИ и рекламы, в котором их употребление наблюдается в особенности в газетных заголовках, демотиваторах и рекламных слоганах, однако в широком диапазоне публикаций, предметом которых являются единицы фразематического характера, не упоминается важная, на наш взгляд, возможность их воспроизводимости, а именно надписи на футболках.

Настоящая статья является попыткой в какой-то степени заполнить этот пробел.

⁴ Материал для исследований почерпнут с официальных веб-сайтов четырех интернет-магазинов, предлагаемых покупателям широкий выбор футболок с текстом, а именно: <http://prostomayki.com.ua/prikolnye-nadpisi-2.html>. Материал, почерпнутый из этого сайта, обозначается в статье символом (1); http://modnofull.blogspot.com/2013/03/blog-post_3341.html. Материал, почерпнутый из этого сайта, обозначается в статье символом (2); <http://krutomaiki.ru/>. Материал, почерпнутый из этого сайта, обозначается в статье символом (3); https://www.vsemayki.ru/catalog/mayki_prikolnye_nadpisi?sort=sell&page=2. Материал, почерпнутый из этого сайта, обозначается в статье символом (4).

⁵ <http://www.ruscorpora.ru/> (23.04.2017).

Футболка — это «спортивная трикотажная рубашка с рукавами и отложным воротником или без воротника»⁶. Ее называют МакОдеждой XX и XXI века⁷. Катажина Оссовска и Эва Шкудларек-Śmiechowicz утверждают, что она появилась в конце XIX столетия в снаряжении американских матросов⁸, однако спортивные трикотажные рубашки с надписью стали популярными только в 40-е годы XX века⁹, подтверждением чего являются слова Ольги Николаевны Ивус:

Первые надписи на майках появляются еще в годы Второй мировой войны в американской армии, тогда на них солдаты писали номера военных частей, названия подразделений и моделей оружия¹⁰.

Надо однако учесть, что «еще в античном мире для усиления коммуникативной значимости, а также эстетичности одежды на ее части стали наноситься письменные знаки, часто стилизованные под орнамент»¹¹.

Как замечает Чжан Линь, тенденция к распространению надписей на одежде «не идет на спад и в настоящее время»¹². Как уже упоминалось, обсуждаемые единицы могут воспроизводиться как в инвариантном, так и вариантном виде, в подтверждение чего приведем примеры из почерпнутого нами материала:

⁶ С.И. Ожегов, *Словарь русского языка*, под общей редакцией профессора Л.И. Скворцова, ООО «Издательство Мир и Образование», Москва 2008.

⁷ См. польское определение *McStrój* w: A. Sijka, *Koszulka ponad podziałami*, «Wprost» 2003, № 36 (1084), см. <https://www.wprost.pl/tygodnik/48701/Koszulka-ponad-podzialami.html> (23.04.2017). Ср. название бренда *Макдоналдс*.

⁸ K. Ossowska, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Moda na słowo — analiza językowo-komunikacyjna napisów na T-shirtach* // K. Jachimowska, B. Kudra, E. Szkudlarek-Śmiechowicz (ред.), *Słowo we współczesnych dyskursach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014, с. 332.

⁹ A. Sijka, *Koszulka ponad podziałami...*

¹⁰ О.Н. Ивус, *Слоган на одежде: история, сущность и функционирование*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2012, № 6, с. 59.

¹¹ Ч. Линь, *Надписи на одежде*, «Русская речь» 2014, № 6, с. 50.

¹² Там же.

**I. Многословные единицы
в немодифицированном (инвариантном) виде:**

1. *Красота спасет мир!*



(1)

Данная фраза представляет собой крылатое выражение из романа *Идиот* Достоевского.

В романе (ч. 3, гл. V) эти слова произносит 18-летний юноша Ипполит Терентьев, ссылаясь на переданные ему Николаем Иволгиным слова князя Мышкина и иронизируя над последним: «Правда, князь, что вы раз говорили, что мир спасет красота»? Господа, — закричал он, громко всем, — князь утверждает, что мир спасет красота! А я утверждаю, что у него оттого такие игривые мысли, что он теперь влюблен¹³.

2. Название песни из репертуара группы Тату:
Нас не догонят.



(2)

¹³ В. Серов, *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений*, См. <http://www.bibliotekar.ru/encSlov/10/161.htm> (23.04.2017).

3. *Дуся! Вы меня озлобляете.*

(3)

Источником этой крылатой фразы является книга *Двенадцать стульев* Ильфа и Петрова: — *Дуся! Вы меня озлобляете. Я — человек, измученный нарзаном.*

II. Модифицированные многословные единицы (антипословицы)

Антипословицы, представляющие собой особую игру с инвариантными многословными единицами, настолько часто употребляются носителями современного русского языка, что их можно назвать его неотъемлемым элементом. Это своего рода жанр народного творчества, с помощью которого реализуется языковая экспрессия носителей языка, а также высмеиваются моральные и языковые нормы. Один из соавторов словаря *Антипословицы русского народа*, Харри Вальтер, в ходе исследований замечает, что «общая цель антипословичного творчества — опровергнуть устоявшиеся стереотипы, создавая смеховой эффект»¹⁴.

Валерий Мокиенко и Харри Вальтер подчеркивают, что это «языковые единицы весьма широкого круга»¹⁵ и в них трансформации подвергаются не только классические паремии, но также другие единицы: поговорки, фразеологизмы, крылатые выражения, афоризмы. В почерпнутом нами материале наблюдаются следующие способы модификации источников:

¹⁴ Х. Вальтер, *Мифологические персонажи в русских антипословицах*, «Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації» 2011, № 25 (64), с. 296.

¹⁵ Х. Вальтер, В.М. Мокиенко, *Антипословицы русского народа*, ЗАО ОЛМА Медиа Групп, Москва 2008, с. 8.

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...

1. Замена компонентов (одного или больше):

а) вм. Маслом кашу не испортишь: *Сексом дружбу не испортишь:*



(1)

Стоит подчеркнуть, что одной из наиболее часто подвергающихся модификации фразем является единица *Кто рано встает, тому Бог подает:*

б) вм. Кто рано встает, тому Бог подает: *Кто рано встает, тот далеко от работы живет; Кто рано встает, тот точно не я; Кто рано встает, тот один в онлайн:*



(2)



(3)



(4)

Дальше можем привести следующие примеры преобразований путем замены компонентов:

в) *вм.* Береги платье снову, а честь смолоду: *Береги брюки сзади, а юбку спереди:*



(1)

г) *вм.* Сколько волка не корми, он все равно в лес смотрит: *Сколько гостя не корми, он все равно напьется:*



(2)

д) *вм.* Взять голыми руками кого-н. (т.е., овладеть без значительных усилий): *Взять голыми ногами:*



(1)

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...

е) в.м. Семь раз отмерь, один раз отрежь: *Семь раз отпей, один отлей:*



(3)

е) в.м. Лучше поздно, чем никогда: *Лучше стыдно, чем никогда:*



(4)

ж) в.м. Сделал дело — гуляй смело: *Сделал дело — вымой тело:*



(5)

з) *вм.* Не имей сто рублей, а имей сто друзей: *Не имей сто рублей, а имей один евро:*



(6)

Причем замене может подвергаться только грамматическая форма:

и) *вм.* Отдам что-л. в хорошие руки: *Отдамся в хорошие руки!:*



(7)

В упомянутом выше примере замена невозвратного глагола возвратным (*отдать* — *отдаться*) привела к переосмыслению исходной единицы и выдвигению на первый план сексуального подтекста.

При трансформах, образованных путем замены компонента, переосмысление — не редкость. Например, в единице *Меня голыми ногами не возьмешь* ограничивается значение *овладеть без значительных усилий*, а на первый план опять выдвигается сексуальный подтекст.

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...

2. Расширение единицы или сопровождение ее авторским комментарием:

а) в.м. Мотать нервы: *Мотаю нервы. Сколько вам клубочков?:*



(1)

б) в.м. С милым рай и в шалаше: *С милым рай и в шалаше, если милый на PORSCHE:*



(2)

в) в.м. Я не такая!: *Я не такая! Я жду трамвая:*



(3)

Причем, в первой из представленных модификаций (*Мотаю нервы. Сколько вам клубочков?*) нетрудно заметить прием буквализации исходной фраземы.

Иногда при такого рода расширении наблюдается замена компонентов, примером чего может послужить модификация уже упоминаемой нами фраземы *Кто рано встает, тому Бог подает*:

г) *Кто рано встает, тот всех бесит, хлопает дверями, гремит чайником, громко ходит*:



(4)

Замечается также сопровождение расширения заменой грамматической формы, например,

д) *вм. Поживем — увидим: Поживу — увижу. Доживу — узнаю. Выживу — учту...*



(5)

Наряду с расширением состава компонентов наблюдается и процесс усечения, причем в нашем материале он сопровождается авторским комментарием, а именно:

3. Усечение + авторский комментарий:

а) фрагмент стихотворения Александра Сергеевича Пушкина «К***: «Я помню чудное мгновенье (...)» » + *потом не помню ничего*:

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...



(6)

б) *вм.* Слово — не воробей, вылетит — не поймаешь: *Слово — не воробей. Вообще ничто не воробей. Кроме воробья:*



(7)

в) *вм.* И один в поле воин: *И один в поле воин. Если он по-русски скроен:*



(8)

Надо подчеркнуть, что данная единица представляет собой пример обыгрывания не исходной единицы (*Один в поле — не воин*), а ее трансформированного варианта, т.е. *И один в поле — воин*¹⁶, что свидетельствует о потенциале антипословичных

¹⁶ См. там же, с. 72.

единиц дальше модифицироваться и образовать своего рода ряд трансформ: *Один в поле — не воин → И один в поле — воин → И один в поле воин. Если он по-русски скроен.*

4. Своего рода продолжение исходной пословицы:

Не имей сто рублей, а имей сто друзей.

↓

Не имей сто друзей, а имей сто подруг:



(1)

5. Контаминация:

Наступать на те же грабли + Чему бы жизнь нас не учила, но сердце верит в чудеса = *Чему бы грабли не учили, сердце верит в чудеса:*



(3)

5. Употребление фразем в тексте (также путем их сочетания)

а) Ветер в голове у кого-н. + свежие мысли = *Ну и что, что ветер в голове,! Зато мысли всегда свежие!:*

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...



(1)

б) что-н. кому-н. по вкусу + что-н. кому-н. не по зубам = Я — не конфетка, чтобы быть всем по вкусу. Я орешек, который не всем по зубам!:



(3)

в) носить кого-н. на руках + сесть кому-н. на шею = Меня не надо носить на руках. Я сама сяду на шею:



(4)

г) Название песни группы БИ-2 Полковнику никто не пишет:

Что-то мне никто не пишет... Может я полковник?:



(5)

д) Лапшу на уши вешать кому-н.:
Всю бы лапшу с моих ушей да в голодные страны!:



(6)

В данной группе трансформ исследуемые фраземы воспроизводятся, как принято (согласно теории Войцеха Хлебды), в своего рода текстах. Остальные группы представляют эти единицы в изоляции, т.е., они сами по себе являются текстом (т.н., текстом минимальным¹⁷). Надо подчеркнуть, что как употребление трансформированной единицы в тексте, так и в изоляции, как кажется, не ослабляет ее потенциала воспроизводиться в виде надписей на футболках, поскольку адресант высказывания, т.е., потребитель футболки с надписью, сам является многократным ее (т.е., фраземы) «воспроизводителем».

Из подаваемых в настоящей статье описанию немодифицированных многословных единиц, в словарях русского языка фиксируется только фразема *Дуся, вы меня озлобляете*, причем речь идет лишь о словарях крылатых слов и афоризмов русского кино¹⁸.

¹⁷ Об этом См. S. Wasiuta, *Przysłowie jako jednostka językowa (w perspektywie tekstologii integralnej)*, «LingVaria» 2016, XI, с. 107–119.

¹⁸ См., например, А.Ю. Кожевников, *Крылатые фразы и афоризмы отечественного кино*, Издательский Дом «Нева», СПб 2005.

ОБ ОДНОМ ИЗ СПОСОБОВ...

Фиксация модифицированных единиц наблюдается зато только в словаре *Антипословицы русского народа* Вальтера и Мокиенко¹⁹, в котором авторы приводят следующие антипословицы:

Береги брюки сзади, а юбку спереди (с. 39),
Сколько гостей не корми, он все равно напьется (с. 439),
Семь раз отпей, один раз отлей (с. 434),
Сделал дело — вымой тело (с. 125),
Не имей сто друзей, а имей сто подруг (с. 200).

Следует однако заметить, что в данном словаре фиксируются варианты некоторых из перечисленных нами единиц, а именно:

Взятку сексом не испортишь и *Машу сексом не испортишь* (вм. *дружбу*, с. 433),
Не имей сто рублей, а имей сто баксов (вм. *а имей один евро*, с. 200),
С милым рай и в шалаше, если милый атташе и *С милым рай и в шалаше, если есть недвижимость на Канарах* (вм. *если милый на PORSHЕ*, с. 261).

В Национальном корпусе русского языка замечается наличие следующих, перечисленных в настоящей статье, единиц:

Красота спасет мир (в основном корпусе — 50 документов, в газетном — 47),
Нас не догонят (в основном корпусе — 11 документов, в газетном — 44),
Береги брюки сзади, а юбку спереди (только в газетном корпусе — 2),
Отдамся в хорошие руки (только в газетном корпусе — 1),
Я не такая, я жду трамвая (в основном корпусе — 3 документа, в газетном — 4).

Таким образом, появляется вопрос об окказиональном характере большинства обсуждаемых сочетаний. Поэтому, обоснованной кажется проверка воспроизводимости описываемых нами единиц в репрезентативном фрагменте русскоязычного виртуального пространства. Поиск²⁰ единиц в поисковой системе (Google.ru), проводящийся с помощью кавычек, принес следующие результаты²¹:

¹⁹ Х. Вальтер, В.М. Мокиенко, *Антипословицы русского народа...*

²⁰ Данные на 28.10.2018 года.

²¹ Единицы помещаются в таблицу не в алфавитном порядке, а в порядке их представления в статье.

Многословная единица	Результаты поиска
<i>Красота спасет мир</i>	732 000
<i>Нас не догонят</i>	819 000
<i>Дуся! Вы меня озлобляете</i>	4350
<i>Сексом дружбу не испортишь</i>	12 400
<i>Кто рано встает, тот далеко от работы живет</i>	9850
<i>Кто рано встает, тот точно не я</i>	4460
<i>Кто рано встает, тот один в онлайн</i>	286
<i>Береги брюки сзади, а юбку спереди</i>	825
<i>Сколько гостя не корми, он все равно напьется</i>	4370
<i>Меня голыми ногами не возьмешь</i>	2120
<i>Семь раз отпей, один отлей</i>	2350
<i>Лучше стыдно, чем никогда</i>	19 700
<i>Сделал дело – вымой тело</i>	10 600
<i>Не имей сто рублей, а имей один евро</i>	123
<i>Отдамся в хорошие руки!</i>	42 400
<i>Мотаю нервы. Сколько вам клубочков?</i>	3210
<i>С милым рай и в шалаше, если милый на PORSHE</i>	2940
<i>Я не такая! Я жду трамвая</i>	33 000
<i>Кто рано встает, тот всех бесит, хлопает дверями, гремит чайником, громко ходит</i>	51
<i>Поживу – увижу. Доживу – узнаю. Выживу – учту</i>	78 000
<i>Я помню чудное мгновенье, потом не помню ничего</i>	505
<i>Слово – не воробей. Вообще ничто не воробей. Кроме воробья</i>	1470
<i>И один в поле воин. Если он по-русски скроен</i>	14 300
<i>Не имей сто друзей, а имей сто подруг</i>	2900
<i>Чему бы грабли не учили, сердце верит в чудеса</i>	140
<i>Ну и что, что ветер в голове,! Зато мысли всегда свежие</i>	10 100
<i>Я – не конфетка, чтобы быть всем по вкусу. Я орешек, который не всем по зубам</i>	10 600
<i>Меня не надо носить на руках. Я сама сяду на шею</i>	38
<i>Что-то мне никто не пишет... Может я полковник?</i>	1
<i>Всю бы лапшу с моих ушей да в голодные страны!</i>	3780

Несмотря на то, что результаты поиска нельзя считать вполне достоверными, они все-таки дают какие-то показания об употреблении данных единиц носителями языка, а также об их распространении путем веб-страниц и позволяют сделать вывод, что большинства из них нельзя считать единицами языка, а — пока — их надо относить к единицам речи.

В них зато, подтверждением чего является представленный материал, обыгрываются или перерабатываются единицы языка, а именно: пословицы и поговорки (например: *Кто рано встает, тому Бог подает; Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Береги платье снову, а честь смолоду; Сколько волка не корми, он все равно в лес смотрит*), фразеологизмы (например: *лапшу на уши вешать кому-н.; носить кого-н. на руках; сесть кому-н. на шею; что-н. кому-н. по вкусу; что-н. кому-н. не по зубам*) и крылатые фразы (например: *Все, что нас не убивает, делает нас сильнее; Лучше поздно, чем никогда; Чему бы жизнь нас не учила, но сердце верит в чудеса; Нас не догонят*).

Стоит добавить, что в надписях на одежде, что подчеркивает Линь, очень важен смеховой элемент²². Эту функцию (т.е. достижения эффекта смеха, одновременно подчеркивая интерес адресанта — потребителя футболки к остроумию и языковой игре) выполняют в особенности многословные единицы антипословичного характера.

Таким образом, в ходе исследований над единицами фразематического характера можно также задуматься над вопросом их прагматического потенциала.

Польские исследовательницы, Катажина Оссовска и Эва Шкудлярек-Сьмехович утверждают, что

teksty widniejące na koszulkach to komunikaty o pewnym stanie rzeczy z perspektywy nadawcy noszącego T-shirt, kreują więc również jego wizerunek. Ważne przy tym jest podstawowe założenie: noszący koszulkę z określonym napisem wybiera ją w sposób intencjonalny²³.

Высказываясь по поводу фразематических единиц, Екатерина Симоненко также замечает, что: «в семантической структуре фразем сфокусированы интенционально-прагматические,

²² См. Ч. Линь, *Надписи на одежде*, «Русская речь» 2014, № 6, с. 52.

²³ К. Ossowska, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Moda na słowo...*, с. 333.

когнитивные, коммуникативные, образно-оценочные и ассоциативные смыслы, составляющие ее интенциональный план»²⁴, а по словам Екатерины Белозеровой, «Каждая ФЕ выполняет определенную коммуникативную функцию и реализует определенную коммуникативную задачу»²⁵.

Однако, на наш взгляд, очень трудно оценить, насколько фразематическими единицами, которые могут воспроизводиться в виде надписей на футболках, реализуется коммуникативная задача. Есть среди них надписи с чисто смеховой (развлекательной) функцией и стоит задуматься, выполняют ли они другие коммуникативные задачи. Нетрудно заметить, что по своей структуре они бывают похожими на рекламный слоган, т.е. они без сомнений выполняют воздействующую функцию, привлекая внимание адресата. Поэтому, как кажется, именно такие единицы выбираются производителями футболок, целью которых является продажа товара. Однако, можно полагать, что смеховая функция в какой-то степени связана с фатической (контактоустанавливающей) функцией, что также может влиять на этот выбор.

Надо подчеркнуть, что трудно относиться к обсуждаемым единицам как к собственно речевым актам, хотя, по своей структуре они могут напоминать:

1. Сообщения, например: *Меня голыми ногами не возьмешь; Кто рано встает, тот точно не я; Я не конфетка, чтобы быть всем по вкусу — я орешек, который не всем по зубам; Меня не надо носить на руках, я сама сяду на шею.*

2. Предостережения, например: *Береги брюки сзади, а юбку спереди; Сколько гостей не корми, он все равно напьется.*

3. Просьбы/желания/приказы, например: *Сделал дело — вымой тело; Всю бы лапшу с моих ушей да в голодные страны.*

4. Советы, например: *Не имей сто рублей, а имей один евро; Семь раз отмерь, один раз отрежь; Лучше стыдно, чем никогда.*

5. Объявления, например: *Отдамся в хорошие руки.*

6. Вопросы, например: *Что-то мне никто не пишет. Может я полковник?*

²⁴ Е.И. Симоненко, *Фраземы как источник когнитивно-прагматической энергии художественного дискурса*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2014, № 4 (34): в 3-х ч., ч. III, с. 173.

²⁵ Е.Ю. Белозерова, *Реализация прагматической функции фразеологизмов в художественном тексте*, «Вестник Волгоградского государственного университета», сер. 2: Языкознание 2015, № 3 (27), с. 93.

Проблема появляется не только в связи с трудностью точного определения принадлежности данного высказывания к речевому акту (например, единица *Меня голыми ногами не возьмешь* может интерпретироваться как сообщение или как предостережение, а *Береги брюки сзади, а юбку спереди* — как предостережение или как совет), но также при попытке определить цель адресанта. Поэтому в отношении к этим высказываниям безопаснее говорить не о собственно иллокутивном акте, а скорее об их иллокутивном потенциале. Адресат может только догадываться, с какой целью адресант (которым является потребитель футболки) выбрал одежду с такой, а не другой надписью. Однако, выбор надписи, компонентом которой является известная почти всем носителям языка единица, свидетельствует о том, что адресант хочет, чтобы его высказывание стало понятным самому большому количеству адресатов, что соответствует принципу кооперации Грайса — ведь если адресат поймет высказывание, диалог станет возможным. Но это скорее всего доказательство того, что главной функцией такого рода надписей является воздействующая функция (функция рекламного слогана). Присутствие фразеологии в рекламе замечает, например, Игнатович-Сковроньска:

Autorzy tekstów reklamowych często sięgają po związki frazeologiczne, ponieważ są one elementami języka znanymi szerokiej grupie społeczeństwa. Są też właściwe językowi potocznemu, a więc bliskie przeciętnemu odbiorcy. Działają swą obrazowością, żartobliwością, zwięzłością uogólniania pewnych zjawisk²⁶.

Поэтому, в основном, они являются элементами языкового фольклора, карнавальная смеховая культура и способом выражения смеховой экспрессии. Ведь, согласно принципам постмодернизма, «культура не творится заново, а воспроизводится, причем нередко в неких пародийных формах»²⁷, а «пословицы и поговорки употребляются на фоне нейтрального контекста и сами привлекают к себе внимание образностью, обобщенностью значения, дидактическим смыслом»²⁸.

²⁶ Цит. по: P. Cieciora, *Porównania i ich innowacje frazeologiczne w tekstach reklamy czeskiej*, «Bohemistyka» 2005, № 2, с. 118.

²⁷ Т.А. Кассина, В.Н. Продайко, *Русские антипословицы в дискурсивном пространстве постмодерна*, «Ученые записки Исторического национального университета им. В.И. Вернадского». Серия «Филология. Социальные коммуникации» 2011, т. 24, № 2, с. 15.

²⁸ И.Ю. Моисеева, Е.В. Чудина, *Прагматические функции пословиц и поговорок*, См. http://vestnik.osu.ru/2004_11/30.pdf (21.08.2017).

Katarzyna Dembska

O JEDNYM ZE SPOSOBÓW ODTWARZALNOŚCI JEDNOSTEK
WIELOWYRAZOWYCH (NA MATERIALE JĘZYKA ROSYJSKIEGO)

Streszczenie

W artykule podjęto zagadnienie odtwarzalności jednostek wielowyrazowych poprzez umieszczanie ich na tzw. koszulkach z napisami. Na podstawie rosyjskojęzycznego materiału wyekscerpowanego z witryn firm internetowych specjalizujących się w produkcji i sprzedaży koszulek autor prezentuje przykłady użycia przysłów, powiedzeń, frazeologizmów oraz słów skrzydlatych, uwzględniając stopień ich modyfikacji. Prezentowane frazemy omówiono również w odniesieniu do teorii aktów mowy, a w konkluzji autor proponuje, by w tym aspekcie badań mówić jedynie o potencjale illokucyjnym napisów na koszulkach, ponieważ rzeczywiste intencje nadawcy (użytkownika koszulki) nie są jednoznaczne.

Katarzyna Dembska

ABOUT ONE WAY OF REPRODUCIBILITY OF MULTI-WORD UNITS
(ON THE BASIS OF RUSSIAN)

Summary

The article describes the problem of reproducibility of Russian multi-word units on the T-shirts inscriptions. On the basis of the material excerpted from various websites the paper describes the chosen types of phrasems (proverbs, idioms, anti-proverbs) and their construction. The author analyzes T-shirts inscriptions from the point of view of speech genres too and the paper is also devoted to the role of the speaker of the statement and his communicative intentions. The author finally concludes that T-shirts inscriptions cannot be considered as speech genres, but they have an illocutionary-act potential. The experiment has led to the statement that multi-word units can greatly influence the expansion of Russian T-shirts inscriptions.