

Научная статья
УДК 811.111-26
<https://doi.org/10.24866/2542-1611/2022-3/87-97>

Лингвокреативная репрезентация Хэллоуина в антропонимах (на материале титров специальных выпусков "Симпсонов")

Ольга Владимировна ГАВРИЛЕНКО

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, gavrilenko.ov@dvfu.ru

Аннотация. В преобразовании антропонимов проявляется лингвокреативная деятельность носителей языка, репрезентирующая взаимосвязанные фрагменты общего лингвокогнитивного комплекса через игровой код. В ходе преобразования антропоним становится прозвищным именованием: в его структуру вводится соотносимая с Хэллоуином вербализация, изучение которой позволяет получить доступ к знаниям и представлениям лингвокультуры о празднике. Исследование выявило тенденцию использовать разнообразные аллюзии к фильмам, комиксам и реальным/нереальным существам, а также некоторые объективации внутренних особенностей человека ("злой, жестокий", "страшный") для лингвокреативной репрезентации Хэллоуина. Новые именованья являются экономичным способом апелляции к необходимому фрагменту когнитивного пространства, появляются в ответ на потребность создать атмосферу известного праздника и привлечь внимание аудитории.

Ключевые слова: когнитивное пространство, лингвокреативная деятельность, антропоним, прозвищное именование, прецедентный феномен

Для цитирования: Гавриленко О.В. Лингвокреативная репрезентация Хэллоуина в антропонимах (на материале титров специальных выпусков "Симпсонов") // Известия Восточного института. 2022. № 3. С. 87–97. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2022-3/87-97>

Original article
<https://doi.org/10.24866/2542-1611/2022-3/87-97>

Creative Verbal Representation of Halloween in Personal Names (Based on "The Simpsons Halloween Special" Credits)

Olga V. GAVRILENKO

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, gavrilenko.ov@dvfu.ru

Abstract. Verbal creativity of native speakers is represented in interrelated fragments of shared linguo-cognitive space via using a ludic code. This creative activity is found in the process of transforming an anthroponym, which implies an introduction of any verbalization, connected with Halloween, in its structure. The study of these verbalizations allows us to get access to the knowledge and images of the holiday, which exist in the English-speaking society. Our research shows that various allusions to movies, comics and (un)real creatures, some objectifications of human inner peculiarities ("violent", "unkind", "frightening") are most frequently used for creative verbal representation of Halloween. New nicknames are the efficient way of appealing to some necessary fragment of cognitive space; they appear as a response to the need for creating the atmosphere of the famous holiday as well as for attracting and keeping the audience's attention.

Keywords: cognitive space, creative verbal activity, anthroponym, nickname, precedent phenomenon

For citation: Gavrilenko O.V. Creative Verbal Representation of Halloween in Personal Names (Based on "The Simpsons Halloween Special" Credits) // Oriental Institute Journal. 2022. № 3. P. 87–97. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2022-3/87-97>

Известно, что Хэллоуин, канун Дня всех святых, появился на Британских островах более 2000 лет назад. Изучая историю Хэллоуина, исследователь праздника Л. Мортон пишет, что он начинался как языческое празднование начала нового года и христианское поминовение мертвых, но со временем торжество трансформировалось в праздник урожая, осеннюю вечеринку, костюмированный ритуал выпрашивания сладостей, время для исследования своих страхов [16, с. 7]. Автор отмечает, что привлекательность Хэллоуина для детей в значительной мере способствовала росту его популярности и коммерческому успеху [16, с. 116].

Востребованность осеннего праздника нашла свое отражение в различных продуктах массовой культуры, в том числе в создании выпусков эпизодов сериа-

лов, приуроченных к Хэллоуину. Так, во втором сезоне известного американского мультсериала "Симпсоны" появляется специальный тематический выпуск – "Домик ужасов на дереве" (*The Treehouse of Horror*, изначально – *The Simpsons Halloween Special*). Трёхчастная структура для этого выпуска (три истории-страшилки) была заимствована из комиксов ужасов 1950-х годов, а стиль повествования – у американского сценариста Рода Сёрлинга [13, с. 121].

Одной из отличительных черт спецвыпуска стали так называемые "страшные имена" (*scary names* [13, с. 121]) в начальных и финальных титрах. Эти имена представляют собой изменённые имена и фамилии создателей сериала с добавлением "страшного" компонента, т.е. репрезентированной в языке апелляции к тому, что связано в сознании носителей языка с Хэллоуином. Например, *James L. Brooks* трансформируется в *James Hell Brooks* (в антропоним вводится слово "hell" – *a place or situation in which people suffer very much, either physically or emotionally* [15] ("ад" – место или ситуация, где люди испытывают значительные эмоциональные или физические страдания (*здесь и далее перевод наш – О.Г.*)), *John Swartzwelder* → *Scary John Swartzwelder* (добавляется прилагательное со значением "легко пугаемый, вызывающий тревогу или страх": "scary" – *easily scared; feeling alarm or fright* [14]) и т.д. "Страшный" компонент выделен жирным шрифтом – при его извлечении остается исходный антропоним. Отметим окказиональный характер данного словотворчества – потребность в "страшных" именах возникает только в контексте праздника для репрезентации "базы данных", связанной с Хэллоуином.

Цель нашего исследования – изучить особенности лингвокреативного преобразования данных антропонимов, выявить и рассмотреть, каким образом и какой фрагмент когнитивного пространства "Хэллоуин" получает свою репрезентацию. Объект нашего исследования – прозвищные именованья как результат лингвокреативной деятельности, предмет – лингвокреативная репрезентация фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин".

Актуальность данной работы определена повышенным интересом к процессам номинации, исследованию собственных имен и антропонимических прозвищ в современной лингвистике. Выделение лингвистики креатива как области изучения разных форм проявления вербальной креативности свидетельствует о необходимости изучения процессов словотворчества, выявления и сопоставления особенностей создания и функционирования новых единиц, в том числе и антропонимических. При значительном росте количества работ, посвященных отдельным пластам ономастической лексики (например, урбанонимам), работы по преднамеренному лингвокреативному преобразованию антропонимов немногочисленны. Материал нашего исследования обусловливает его новизну: видеоизмененные титры специальных выпусков "Симпсонов" ранее не подвергались какому-либо лингвистическому анализу ни по способам образования, ни по содержательной стороне также, как и не выявлялись на их основе особенности лингвокреативного картирования праздника. Обращение к подобному материалу для исследования позволяет изучить особенности образования прозвищных именованья и национально-культурную специфику репрезентации фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин" в рамках определенной лингвокультуры.

Когнитивное пространство мы трактуем, вслед за В.В. Красных, как национально-детерминированную и национально-маркированную определённым образом структурированную совокупность всех знаний и представлений, присущих либо конкретной языковой личности, либо тому или иному социуму [9, с. 131]. Знания и представления являются взаимосвязанными фрагментами единого ментально-лингвального комплекса, образуют определённые более или менее устойчивые глубинные блоки, которые проявляются в ассоциативно-вербальной сети [9, с. 131–132]. Эта ассоциативно-вербальная сеть активизируется и становится доступной для нашего наблюдения через лингвокреативную деятельность, которая определяется Т.А. Гридиной, как воплощение пространства языкового креатива носителей языка, проявление инициативы языковой личности в создании "преце-

дентов новизны", в способности к реализации креативной идеи в прагматических целях [4, с. 6].

Лингвокреативная деятельность воплощается в языковой игре – преднамеренном нарушении языковых и речевых норм, направленном на выполнение определённой функции. Языковая игра, по выражению В.Б. Базилович, – это "...не просто остроумное искажение литературных единиц, а реакция языка на процессы и явления, происходящие в данное время в жизни общества" [1, с. 21]. К основным параметрам преднамеренного нарушения относятся "...богатая ассоциативность, осознанный поиск неожиданных средств при пользовании языковым арсеналом, путей нетрадиционного воплощения языковых системных связей и законов" [11, с. 78]. В результате языковой игры антропоним становится своего рода прозвищем, которое рассматривается нами вслед за О.Д. Вишняковой и В.А. Александровой как "...дополнительное имя, данное человеку в соответствии с определёнными характеристиками, в основном уточняющими специфику восприятия его образа окружающими" [2, с. 54].

В качестве материала для исследования нами было отобрано 150 имён собственных из титров первых пяти специальных выпусков "Симпсонов". Данные имена включают в себя непосредственно сам антропоним (т.е. собственное имя индивидуума [12, с. 113]) и соотносимую с Хэллоуином вербализацию в виде прецедента или апеллятивной лексики (любого слова, которое не является именем собственным). Отметим, что в настоящем исследовании антропоним в своем состоянии до применения игрового кода интересует нас только как источник устойчивой информации, редуцируемой при сравнительно-сопоставительном анализе для выявления объективаций Хэллоуина.

Прозвищные имена в титрах спецвыпуска – результат лингвокреативной обработки, а упомянутая вербализация представляет собой игровой компонент, т.е. "...часть слова, слово, словосочетание, высказывание, в котором реализовалась установка говорящего на языковую игру", конкретное воплощение языковой игры [8, с. 7], реализацию игрового кода. В рамках лингвокогнитивного подхода представляется возможным получить доступ к знаниям и представлениям через анализ данных игровых компонентов.

Рассматривая структуру новых именовании, можно выделить четыре группы в зависимости от расположения репрезентации фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин":

- в начале исходного антропонима (98 единиц – 65% от общего количества);
- в середине (38 единиц – 25%);
- в конце (2 единицы – 1%);
- иное. В некоторых случаях (12 единиц – 8%) происходит инкорпорирование исследуемой объективации в структуру антропонима: *Joooolie Kavner* ← *Julie Kavner*, *Dr. Frankenwelker* ← *Frank Welker*, *Count Greg Danula* ← *Greg Daniels*, *Nancy Heart-Fright* ← *Nancy Cartwright* и т.д.

Выбор вербализации праздника в значительном количестве случаев основан на аллитерации – повторе одинаковых звуков или сочетаний звуков на относительно близком расстоянии друг от друга. По выражению И.Р.Гальперина, аллитерация не несет смысловой функции, а является средством дополнительного эмоционального воздействия, своего рода музыкальным сопровождением основной мысли высказывания [3, с. 275]. Доля подобных имен составляет 63% от общего количества (95 единиц), приведём для примера некоторые из них (случаи аллитерации подчеркнуты): *Wretched Richard Raynis*, *Slithering Sam Simon*, *Dearly Departed Dan McGrath*, *Shrieking Sherry Gunther*, *Weaselly Wally Wolodarsky*, *Mean Maria Rodriguez* и другие.

В некоторых случаях происходит нарушение орфографических норм, когда апеллятивная лексика подстраивается под звучание или написание антропонима (9 единиц – 6%; случаи нарушения подчеркнуты в примерах, правильный вариант приведен в скобках после прозвищного именовании): *Kreepy Jack Kogen (creepy)*, *Phearless Phil Roman (fearless)*, *Depravid David Silverman (depraved)*, *Malodorus Mark*

№	Способ репрезентации, характеристики	Количество единиц (%)
	<i>1. Объективации в дефинициях языковых единиц</i>	88 (59%)
	<i>1.1 Объективация внутренних особенностей</i>	65 (43%)
1	злой, жестокий	20 (13%)
2	страшный	16 (11%)
3	неадекватный, с психическими отклонениями	10 (7%)
4	неприятный, плохой	8 (5%)
5	безрадостный, непонятный	8 (5%)
6	грубый	3 (2%)
	<i>1.2 Объективация смерти</i>	12 (8%)
1	причина	6 (4%)
2	факт	4 (3%)
3	результат	2 (1%)
	<i>1.3 Объективация внешних особенностей</i>	11 (7%)
1	фрагментированный	5 (3%)
2	изуродованный, разлагающийся	3 (2%)
3	воющий, кричащий	3 (2%)
	<i>2. Прецедентные феномены</i>	57 (38%)
	<i>2.1 Прецедентное имя</i>	31 (21%)
2	название фильма, комикса	22 (15%)
2	воображаемые персонажи	7 (5%)
3	реальные люди	2 (1%)
	<i>2.2 Прецедентное высказывание</i>	6 (4%)
	<i>2.3 Прецедентная ситуация</i>	3 (2%)
	<i>2.4 Временные символы</i>	17 (11%)
1	живые существа	12 (8%)
2	предметы, атрибуты	5 (3%)
	<i>3. Рефрейминг</i>	5 (3%)
	Всего	150 (100%)

Табл. 1. Способы репрезентации фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин".

Источник: составлено автором.

Table 1. Способы репрезентации фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин".

Source: compiled by the author.

McJimsy (malodorous) и т.п. Эти случаи мы также относим к средствам эмоционального воздействия на аудиторию – подготовке зрителей к тому, что повествование в специальном выпуске отличается от традиционного.

В зависимости от того, каким образом и какой фрагмент когнитивного пространства "Хэллоуин" вербализуется (т.е. по способу репрезентации Хэллоуина), считаем возможным выделить три условные группы с различными характеристиками, представленными в таблице ниже.

К первой группе – "Объективации в дефинициях языковых единиц" – мы отнесли прозвищные именованья, которые включают в свою структуру слова, репрезентирующие знания и представления о Хэллоуине в своем значении напрямую. В этих значениях отражаются не только реально воспринимаемые объекты

внеязыковой действительности, но и чувства, эмоции, признаки, отношения и т.п. Изучение дефиниций данных единиц позволяет выявить, какие особенности внешности и внутреннего мира человека воспринимаются отрицательно носителями языка (оцениваются как плохие, неприятные, непонятные и т.д.), вызывают различные негативные эмоции (страх, ужас, отвращение и т.д.), связаны со смертью. Отметим, что характеристики внешнего вида и внутреннего мира не отражают реальных особенностей носителей имен, а являются одним из средств создания атмосферы праздника.

Как видно из Таблицы 1, апелляция к внутренним отрицательным чертам для объективации Хэллоуина является самой многочисленной группой (43% от общего количества проанализированных имён). К наиболее часто вербализуемым мы отнесли следующие характеристики:

- злой, жестокий (13%): **Vicious** Jack Vitti (*vicious – dangerously aggressive; marked by violence or ferocity* [14], опасный и агрессивный, отмеченный жестокостью или свирепостью), **Rabid** Russi Taylor (*rabid – extremely violent* [14], чрезмерно жестокий, разъярённый), а также апеллятивы в составе прозвищных имён *grave, malevolent, depraved, nefarious, mean, ruthless, atrocious, hellacious* и т.д.;

- страшный (11%): **Bloodcurdling** Carlos Baeza (*bloodcurdling – arousing fright or horror* [14], вызывающий страх или ужас), **Creepy** Conan O'Brien (*creepy – making you feel nervous and slightly frightened* [15], заставляющий нервничать и испытывать страх), включая апеллятивы *heart-fright, ghastly, spooky, terror, fearsome* и т.д.

По количеству апелляций в убывающем порядке далее располагаются следующие характеристики:

- неадекватный, с психическими отклонениями (7%): **Yearley Psycho** Smith (*psycho – someone who is mentally ill and who may behave in a violent or strange way* [15], психически нездоровый, может вести себя жестоко и непонятно), **Maniacal** Michael Wolf (*maniacal – behaving as if you are crazy* [15], ведущий себя как сумасшедший), включая апеллятивы *morbid, warped, dysfunctional* и некоторые другие;

- неприятный, плохой (5%): **Awful** Al Jean (*awful – very bad or unpleasant* [15], очень плохой и неприятный), **Wretched** Richard Raynis (*wretched – extremely bad or unpleasant* [15], чрезвычайно плохой и неприятный), включая апеллятивы *objectionable, reproachable, nasty, loathsome* и т.д.;

- безрадостный, непонятный (5%): **Mirthless** Mike Reiss (*mirthless – containing no gaiety or joy* [14], лишенный радости или веселья), **Weird** Josh Weinstein (*weird – very strange and unusual, and difficult to understand or explain* [15], очень странный и необычный, не поддающийся пониманию или объяснению) и т.д.;

- грубый (2%): **Discourteous** David Cohen (*discourteous – lacking courtesy, rude* [14], не обладающий вежливостью, грубый) и т.д.

В подгруппу "Объективации смерти" (12 слов, 8%) мы отнесли прозвища, имеющие в своем составе слово, дефиниция которого прямо указывает на смерть. Анализ определений позволяет выделить следующие векторы ассоциаций, связанных с окончанием жизни:

- причина смерти (4%): **Murderous** Mark McJimsey (*murderous – very dangerous and likely to kill people* [15], очень опасный, склонный к убийству людей), **Bloody** Bradley Bird (*bloody – accompanied by or involving bloodshed; murderous* [14], кровавый, смертоносный), включая апеллятивы *deadly, butcher, gory, bloody*, вербализующие убийство или кровопотерю как причину перехода в мертвое состояние;

- факт смерти (3%): **Macabre** Marcia Wallace (*macabre – very strange and unpleasant and connected with death...* [15], очень странный, неприятный, связанный со смертью...), включая апеллятивы *dearly departed, cadaver, late*;

- смерть как результат (1%): **Johnny Katastrophe** Kogen (*catastrophe – terrible event in which there is a lot of destruction, suffering, or death* [15], ужасное событие, сопровождаемое многочисленными разрушениями, страданиями или смертью), а также апеллятив *carnage*.

Отметим, что в данной подгруппе присутствует имплицитная оценка смерти, которая вскрывается только при изучении дефиниций (в двух других подгруппах

объективаций оценка представлена эксплицитно). Так, эмоциональная оценка обнаруживается в словах *macabre* (негативная оценка и связь со смертью приведена выше, подчеркнута), *catastrophe* (приведено выше, подчеркнута), *dearly departed* ("любовь, привязанность" – *a person you love who has died* [15], а само слово – известный эвфемизм для обозначения умершего человека), *butcher* ("отсутствие сострадания" – *one that kills ruthlessly or brutally* [14]), *gory* ("жестокость" – *clearly describing or showing violence, blood, and killing* [15]). Утилитарная оценка представлена в дефиниции слова *cadaver* и репрезентирует возможность использования трупа для диссекции (*a dead human body, especially one used for study* [15]); темпоральная оценка обнаруживается в слове *late*, употребляемом для обозначения недавно умерших людей (*living comparatively recently, now deceased* [14]).

На объективацию внешних особенностей, воспринимаемых негативно, приходится 7% прозвищных именовании, которые отражают следующие характеристики:

- фрагментированный (3%): **Decapitated** Dan McGrath (*decapitated – beheaded* [14], обезглавленный), а также апеллятивы *brain, headless, mutilating* в составе имён;
- изуродованный, разлагающийся (2%): **Desfigured** Dan McGrath (*disfigured – impaired (as in beauty) by deep and persistent injuries* [14], изуродованный глубокими и незаживающими ранами), а также апеллятивы *decaying, malodorous*;
- воющий, кричащий (2%): **Shrieking** Sherry Gunther (*shrieking – making a very high loud sound, especially because you are afraid, angry...* [15], издающий очень громкий звук, особенно, если испуган, зол...), **Jooooolie** Kavner (количество букв "о" графически отражает вой; количество повторов данной буквы в имени увеличивается от сезона к сезону, что также является одним из средства привлечения внимания аудитории).

Таким образом, характеристики "злой, жестокий" и "страшный" превалируют при объективации в дефинициях языковых единиц, используемых для лингвокреативного преобразования титров спецвыпусков. При выстраивании ассоциативно-вербальной сети, репрезентирующей фрагмент когнитивного пространства "Хэллоуин", создатели сериала обращаются к ожидаемым аудиторией номинациям, отражающим базовые знания и представления о том, что более часто негативно оцениваются страх, злость и жестокость, а также неприятность, неадекватность и непонятность поведения человека.

Вторая группа анализируемых нами явлений представлена антропонимами, в структуру которых включён вербальный или вербализуемый прецедентный феномен (57 единиц – 38% от общего количества). Вслед за рядом учёных мы трактуем прецедентные феномены как значимые в познавательном и эмоциональном отношениях, хорошо известные широкому окружению феномены, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе определённой языковой личности [7, с. 216; 5, с. 82]. Эти единицы – продукт познавательной деятельности представителей лингвокультуры, в котором ярко проявляется национально-культурная специфика языкового сознания. Для выявления составляющих данной группы важно не только обнаружить и вычленив вербальную "концентрацию" культуры в антропониме, но и интерпретировать ее, принимая во внимание различные экстралингвистические факторы.

По замечанию ученых, в сознании хранятся не столько представления о прецедентных феноменах, сколько инварианты существующих и возможных представлений о них, которые могут быть индивидуальными и общими для всех членов лингвокультурного сообщества [5, с. 84]. Эта общность инвариантов восприятия прецедентных феноменов напрямую соотносится с реализацией оппозиции "свой – чужой", которая объединяет представителей своей лингвокультуры и ограничивает их от других. Способность опознать и оценить прецедентный феномен, помещенный в структуру антропонима, говорит о принадлежности реципиента к тому сегменту национально-культурного пространства, который, по замечанию И.В. Приваловой, организован вокруг прецедентного имени (а также ситуации и высказывания) и в который входят сопутствующие ему кванты зна-

ний, объективированные различными языковыми единицами [10, с. 240–241]. Если реципиент находится вне этого сегмента, смысловое и структурное наполнение преобразованных антропонимов оказывается непонятным, вербально-ассоциативная сеть не выстраивается, языковая игра вызывает недоумение, юмористический эффект не достигается.

С позиций реального функционирования в коммуникации выделяются вербальные феномены – прецедентное имя и прецедентное высказывание, через которые актуализируются вербализуемые прецедентные феномены – прецедентный текст и прецедентная ситуация [5, с. 86]. Таким образом, в определенных коммуникативных условиях, прецедентное имя или высказывание может функционировать как символ текста или ситуации.

Принимая во внимание все вышесказанное, считаем возможным разделить все выявленные нами прецедентные феномены на имена, высказывания и ситуации. Отметим, что применительно к нашему материалу, выявленные прецедентные имена и высказывания выступают в роли символов прецедентных текстов, таких как произведения художественной литературы, кинофильмы, компьютерные игры и т.п.:

1. Прецедентные имена (31 единица – 21%). Некоторые прозвищные имена включают в себя аллюзию к продуктам поп-культуры:

- кинофильмам: *The Shaws-Hank Azaria* (имя содержит отсылку к фильму "Побег из Шоушенка"), *Redrum Richard Sakai* ("Redrum" – это слово "murder", написанное наоборот, аллюзия на фильм "Сияние"), *Lou "Boo" Collier* (отсылка к одноименному фильму 1932 г., в котором высмеиваются клише фильмов ужасов), *Denise "666" Sirkot* (аллюзия к различным фильмам ужасов), *Davis H.B. "Mothra" Cohen*, *RoDan Castellaneta* (← *Dan Castellaneta*, отсылки к монстрам из киновселенной с участием Годзиллы) и многие другие;

- комиксам: *Matt "Grave-Robbin" Groening*, *Matt "El Monstro" Groening*, *Anthony "The Finger" Damico* (EC Comics, *The Tales from the Crypt*, 1950 – 1952 гг.), *Rusty "Blade" Smith* (Marvel Comics, 1973 г.) и другие.

В титрах специальных выпусков обнаруживаются и имена воображаемых персонажей:

- имя "доктор Франкенштейн" полностью или частично инкорпорируется в антропоним, что не мешает его вычленению аудиторией и построению необходимых ассоциаций: *Dr. Frankenwelker* (← *Frank Welker*), *Franken Tsumura-Stein* (← *Ken Tsumura*);

- граф Дракула, вампир (*Count Greg Danula* ← *Greg Daniels*);

- образ скелета представлен довольно разнообразно в прецедентных именах: *Matt "Mr Spooky" Groening* (типичный детский костюм на Хэллоуин "белые кости на черном фоне"), *David "Dry Bones" Silverman* (персонаж-скелет компьютерной игры), *Danny Skellingelfman* (отсылка к Джеку Скеллингтону – герою фильма "Кошмар перед Рождеством", внешне похожему на скелет), *Terry Grim Reaper Greene* (образ Мрачного Жнеца – Смерти с косой, облаченной в чёрный балахон с капюшоном).

В ходе исследования были выявлены апелляции к реальной внешности известных людей (подгруппа "Реальные люди"): *Jim Rondo Reardon* (Рондо Хэттон – американский актер, внешность которого была изуродована в зрелом возрасте вследствие акромегалии) и *Red-Wolf Elfman* (← *Danny Elfman*; в имени объединена вербализация рыжих волос Дэнни Элфмана и сравнение его редкого музыкального таланта с исчезающим красным волком).

2. Прецедентные высказывания (6 единиц – 4%). В прозвищном именовании *Greg "It's Alive!" Daniels* реализуется известная цитата "It's Alive!" – восклицание доктора Франкенштейна в момент создания жизнеспособного монстра, и поэтому являющаяся символом прецедентной ситуации, связанной с этим монстром. Цитата "Boo! Boo! Scare Ya" и ее сокращенная форма "Scare Ya" (*Boo! Boo! Scare Ya Hank Azaria*, *Scare Ya' Hank Azaria*) указывают на прецедентную ситуацию пугания детей с определенным набором жестов. В прозвищах *Conan "12:30 NBC" O'Brien*, *Watch Conan O'Brien*, *Sam "Sayonara" Simon* актуализируются прецедентные высказывания, из-

вестные в англоязычном обществе, но вербализующие реальные события, релевантные для профессионального сообщества создателей сериала: уход из сериала "Симпсоны" (все три имени) и создание своего продукта (вечернего шоу на телевизионном канале – "12:30 NBC", "Watch").

3. Прецедентные ситуации (3 единицы – 2%). В прозвищном именовании **Garlic-Fearing Greg Daniels** объективируется апелляция к прецедентной ситуации взаимодействия с нереальными существами (*garlic fearing* – вампиры боятся чеснока). В имени **Jinxed Jennifer Crittenden** содержится апелляция к ситуации неудачи или применения колдовства (*jinxed – often having bad luck, or making people have bad luck* [15]). Интересной для разгадывания представляется ситуация "танцы на могиле" как получение выгоды от ухода другого человека, вербализованная в единице **Gravedancing Greg Daniels**. Для анализа данного прозвищного именовании имеет значение его расположение в титрах – между **Conan "12:30 NBC" O'Brien** и **Depressed David Richardson**. Перед аудиторией разворачивается ситуация: когда человек покидает команду, одни члены этой команды опечалены данным событием (*depressed – very unhappy* [15]), а другие радуются возможной выгоде от ухода, т.е. "танцуют на могиле" (*grave-dancer – one who delights in or benefits from someone else's death or misfortune* [17]). Однако небольшое биографическое изыскание показывает, что Конан О'Брайен и Грег Дэниелс – близкие друзья, а выбор подобной объективации прецедентной ситуации – юмористический прием создателей сериала.

Помимо разновидностей прецедентных феноменов, нами была выделена группа слов, "...известных в повседневной жизни, но обладающих специфическим добавочным значением к своему обычному смыслу, которое подразумевает нечто большее, чем его очевидное и непосредственное значение" [5, с. 87]. Приведенная цитата является определением термина "символ", обычно применяемого к одному прецедентному феномену как знаку другого. В целях исследования считаем возможным расширить понимание этого термина и применить его к группе слов, которые реализуют предсказуемую ассоциативную связь с прецедентными феноменами в контексте Хэллоуина (за его пределами подобная связь будет отсутствовать).

Временными символами праздника являются следующие единицы, репрезентирующие устойчивый образ, связанный с праздником (всего –17, 11%):

- живые существа (12 единиц, 8%): летучая мышь (**Bat Groening**), упырь (**Ghoulie Julie Kavner**), мумия (**Mummified Maggie Roswell**), привидение (**Phantom Phil Roman, Pamela Poltergeist Hayden**), бугимен (**Boogeyman Bill Schultz**), демон (**Demonic Doris Grau**) и некоторые другие;
- предметы, атрибуты (5 единиц, 3%): пила (**Pamela Hacksaw Hayden**), цепи (**Allison Chains Elliott**), мешок для трупа (**Body Bag Boucher** ← **Joseph A. Boucher**), кладбище (**Grave-Yearley Smith** ← **Yearley Smith**) и топор (**Baddaxe Bradley Bird**).

Таким образом, при создании "страшных" имен в структуру собственного имени включаются прецедентные феномены, реализации которых представляют своеобразный срез всего того, что было актуально для аудитории в период выхода спецвыпусков "Симпсонов". Для вербализации фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин" в структуре антропонимов чаще обнаруживаются прецедентные имена, отсылающие аудиторию к различным фильмам и комиксам, которые представляют собой прецедентный текст, т.е. "...законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности" [5, с. 83], хорошо знакомый представителям лингвокультуры. Также частотны вербализации воображаемых и реальных существ как символов различных прецедентных текстов и ситуаций, обращение к которым возобновляется в Хэллоуин.

В третью группу репрезентаций праздника мы отнесли именованья с единицами, апеллирующими к исследуемому фрагменту когнитивного пространства особым способом – через своеобразное нарушение обычного процесса активизации ассоциативно-вербальной сети, т.е. рефрейминг. Рассматривая рефрейминг как проявление лингвокреативной деятельности, О.С. Иссерс отмечает, что он базируется на отрицании базового фрейма и эффекте обманутого ожидания

[6, с. 218]. Типовой сценарий создания титров для спецвыпуска – добавление к антропониму вербализации произвольного фрагмента тех знаний и представлений, которые хранятся в коллективном и индивидуальном сознании носителей языка и соотносятся именно с Хэллоуином. В некоторых случаях этот порядок нарушается и нетипичность образования нового прозвищного именованья служит дополнительным средством привлечения и удержания внимания аудитории: *Matt "Scary Nickname" Groening* ("страшное" имя должно быть, но оно не придумано), *Still Miserly Mike Schoenbrun* (в предыдущем сезоне было создано прозвище *Miserly Mike Schoenbrun*, спустя год вместо нового прозвищного имени, отмечено отсутствие каких-либо изменений), *Sort of Frightening Sam Simon*, *Matt "Mildly Frightening" Groening* (вместо типичной характеристики указывается степень испытываемого страха).

Таким образом, представляется возможным проследить некоторые закономерности при выборе фрагмента когнитивного пространства "Хэллоуин" для репрезентации в титрах. Так, была выявлена и количественно подтверждена тенденция располагать исследуемые объективации перед антропонимом (65% всех прозвищных имен); подбирать необходимую вербализацию, основываясь на аллитерации (63%); выбирать объективацию внутренних качеств (чаще – злости, жестокости (13%), страха (11%)), а также актуализацию через прецедентное имя (название фильма или комикса (15%) и вербализации живых существ (8%)) как наиболее продуктивные способы репрезентации исследуемого когнитивного фрагмента.

Частое использование вербальных символов актуальных прецедентных текстов и объективаций негативной оценки для лингвокреативной репрезентации Хэллоуина свидетельствует об их наиболее прочной и предсказуемой ассоциативной связи с праздником. Их употребление – экономичный и простой способ намекнуть или прямо указать на схожесть реальной и "праздничной" ситуаций, выявить особенности ее восприятия и оценки носителями языка. Прозвищные именованья появляются в ответ на потребность создать атмосферу Хэллоуина и привлечь внимание аудитории своей нестандартностью. Случаи языковой игры, рассматриваемые в данной работе, ситуативны и временны – потребность в них возникает только во время праздника.

В целом изучение преобразования имён собственных в специальных выпусках "Симпсонов" представляется перспективным для наблюдения, выявления и анализа процессов и результатов вербальной креативности носителей языка. Результат этого преобразования – новые именованья, репрезентирующие взаимосвязанные фрагменты общего лингвокогнитивного комплекса, которые проявляются в ассоциативно-вербальной сети отдельных представителей лингвокультуры и воплощаются через игровой код. Продукт данной языковой игры является массовым: он воспринимается, понимается и принимается обширной аудиторией спецвыпуска адекватно и не требует дополнительных объяснений в силу того, что выстраивается на фундаменте, общем для американского сообщества в частности и для англоязычной культуры в целом.

Литература

1. Базилевич В.Б. Языковая игра как форма проявления лингвистической креативности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. №8. С. 20–22.
2. Вишнякова О.Д., Александрова В.А. Прозвищное наименование как процесс взаимодействия лингвистической семиотики и семиотической концептологии // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. – Филология. Журналистика. Педагогика. Психология. 2015. № 24 (221), Выпуск 28. С. 51–60.
3. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М.: Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1958. 458 с.
4. Гридина Т.А. К истокам вербальной креативности: творческие эвристики детской речи // Лингвистика креатива – 1: Коллективная монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. С. 5–58.
5. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: Издательство Диалог-МГУ, 1997. С. 82-103.
6. Иссерс О.С. Стратегия рефрейминга в аспекте лингвокреативной деятельности // Лингвистика креатива – 1: Коллективная монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. С. 216–229.

7. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
8. Коновалова Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Владивосток: ВГУЭС, 2008. 196 с.
9. Красных В.В. Когнитивная база vs культурное пространство в аспекте изучения языковой личности (к вопросу о русской концептосфере) // Язык, сознание, коммуникация / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: Издательство Диалог-МГУ, 1997. С. 128–144.
10. Привалова И.В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). М.: Гнозис, 2005. 472 с.
11. Рут М.Э., Иванова Е.Н. Языковая игра в дискурсе языковой личности XVIII – XIX вв. // Лингвистика креатива – 1: Коллективная монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. С. 78–86.
12. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 360 с.
13. Danneil S. Trick, Treat, Transgress: The Simpsons Treehouse of Horror as a Popular-Culture History of the Digital Age / Marburger Schriften zur Medienforschung 89. Marburg: Schüren, 318 p.
14. Dictionary by Merriam-Webster: сайт. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 27.01.2022).
15. Longman Dictionary of Contemporary English: сайт. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 27.01.2022).
16. Morton L. Trick or Treat: A History of Halloween. London: Reaktion Books, 2012. 229 p.
17. The Free Dictionary: Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus: сайт. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 28.01.2022)..

References

1. Bazilevich V.B. Language game as a form of manifestation of linguistic creativity // Philological Sciences. Questions of theory and practice. 2015. No. 8. P. 20–22. (In Russ.)
2. Vishnyakova O.D., Aleksandrova V.A. Nickname as a Process of Interaction between Linguistic Semiotics and Semiotic Conceptology // Scientific Bulletin of the Belgorod State University. Humanitarian sciences. – Philology. Journalism. Pedagogy. Psychology. 2015. No. 24 (221), Issue 28. P. 51–60. (In Russ.)
3. Galperin I.R. Essays on the style of the English language. M.: Publishing house of literature in foreign languages, 1958. 458 p. (In Russ.)
4. Gridina T.A. To the origins of verbal creativity: creative heuristics of children's speech // Linguistics of creativity - 1: Collective monograph. Yekaterinburg: Ural. state ped. university, 2013. P. 5–58. (In Russ.)
5. Zakharenko I.V., Krasnykh V.V., Gudkov D.B., Bagaeva D.V. Precedent Name and Precedent Statement as Symbols of Precedent Phenomena // Language, Consciousness, Communication / Ed. by V.V. Krasnykh, A.I. Izotov. M.: Publishing House Dialog-MGU, 1997. P. 82–103. (In Russ.)
6. Issers O.S. Reframing strategy in the aspect of linguo-creative activity // Linguistics of creativity - 1: Collective monograph. Yekaterinburg: Ural. state ped. university, 2013. P. 216–229. (In Russ.)
7. Karaulov Yu.N. Russian language and linguistic personality. M.: LKI, 2010. 264 p. (In Russ.)
8. Konovalova Yu.O. Language game in modern Russian colloquial speech. Vladivostok: VGUES, 2008. 196 p. (In Russ.)
9. Krasnykh V.V. Cognitive base vs cultural space in the aspect of studying the linguistic personality (to the question of the Russian concept sphere) // Language, Consciousness, Communication / Ed. by V.V. Krasnykh, A.I. Izotov. M.: Publishing House Dialog-MSU, 1997. P. 128–144. (In Russ.)
10. Privalova I.V. Interculture and verbal sign (linguo-cognitive foundations of intercultural communication). M.: Gnosis, 2005. 472 p. (In Russ.)
11. Rut M.E., Ivanova E.N. Language game in the discourse of a linguistic personality of the 18th – 19th centuries. // Linguistics of creativity - 1: Collective monograph. Yekaterinburg: Ural. state ped. university, 2013. P. 78–86. (In Russ.)
12. Superanskaya A.V. General theory of proper name. M.: Nauka, 1973. 360 p. (In Russ.)
13. Danneil S. Trick, Treat, Transgress: The Simpsons Treehouse of Horror as a Popular-Culture History of the Digital Age / Marburger Schriften zur Medienforschung 89. Marburg: Schüren, 318 p.
14. Dictionary by Merriam-Webster: website. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 27.01.2022).
15. Longman Dictionary of Contemporary English: website. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (accessed 27.01.2022).
16. Morton L. Trick or Treat: A History of Halloween. London: Reaktion Books, 2012. 229 p.
17. The Free Dictionary: Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus: website. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (accessed 28.01.2022)..



Ольга Владимировна ГАВРИЛЕНКО, канд. филол. наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета, Владивосток, Россия, e-mail: gavrilenko.ov@dvfu.ru
Olga V. GAVRILENKO, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, e-mail: gavrilenko.ov@dvfu.ru

Поступила в редакцию

(Received) 02.02.2022

Одобрена после рецензирования

(Approved) 23.08.2022

Принята к публикации

(Accepted) 08.09.2022