

Т.В. Шмелева

СЕГМЕНТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЯ И СЛОВА

В статье рассматриваются такие понятия, как сегментация и актуальное членение на разных языковых уровнях. Выделяются стилистические характеристики сегментации в устной и письменной речи.

Шмелева Татьяна Викторовна — докт. филол. наук, Новгородский госуниверситет им. Ярослава Мудрого

© 2007 г. Т.В. Шмелева

*Памяти моего учителя
Веры Арсеньевны Белошапковой
в год её 90-летия*

Более четверти века назад мы с Верой Арсеньевной Белошапковой писали о **выравнивании понятийного аппарата** в лингвистике, которое виделось нам в том, что понятия, разработанные на материале одного языкового уровня, оказываются востребованными для исследования единиц другого. Убедительным свидетельством представлялось нам понятие парадигмы, которое тогда осваивалось синтаксисом на основе аналогий слова и предложения. Расширяя представления об этой аналогии, мы предложили понятие деривационной парадигмы предложения, опираясь на идеи Е.А. Земской о парадигматике в словообразовании, с одной стороны, и идеи семантического синтаксиса — с другой [Белошапкова, Шмелева, 1981].

Возвращаясь к этому методологическому сюжету, надо сказать, что процесс, о котором мы писали тогда, идёт и сейчас, а перенос понятий происходит не только «снизу вверх», когда более сложные по уровню единицы обнаруживают свойства элементарных, как это произошло с парадигмой и рядом других понятий, перенесенных со слова на предложение; но и «сверху вниз», когда единицы более низкого уровня обнаруживают вдруг свойства единиц более высокого. Именно к таким можно отнести понятие «сегментация», разработанное для предложения и «напрашивающееся» на применение к слову.

Кажется уместным говорить об этом в статье, посвященной памяти Веры

Арсеньевны, не только потому, что это продолжает наш методологический сюжет, но и потому, что сегментация входила в круг её интересов, о чём свидетельствует хотя бы подготовленная под её руководством кандидатская диссертация [Шильникова, 1976]¹.

Что касается языковых данных, которые «толкают» распространить понятие сегментации на слово, то это многочисленные факты, на которые уже обращали внимание исследователи графики, орфографии, словообразования, стилистики: **ПравДА, БлинО'К, НаЗИДАНИЕ** [Дзякович, 1988; Клобуков, 2001; Балахонская, 2001; Дунев, 2003; Григорьева, 2004; Сквородников, 2002; 2003а; 2005а; Мищенко, 2006; подробнее — Шмелева, 2006].

Итак, сегментация высказывания [Попов, 1968] — это преобразование его структуры, расчленяющее его на две части так, что один элемент получает двойное обозначение с участием местоимений. Хотя примеры такого рода преобразований приводятся из классических текстов — пушкинское *Москва! Как много в этом звуке...* и грибоедовское *Шутить! и век шутить! как вас на это станет!*, — считается, что распространение они получают во второй половине XX в., поэтому относятся к новым явлениям в русском синтаксисе [Акимова, 1990] и перечисляются среди выразительных средств разных стилей [Сквородников, 2003; 2005].

Сегментацию связывают с актуальным членением высказывания и квалифицируют как одно из средств оформления выделенной темы [Вежбицка, 1978, с. 409–411; Белошапкина, 1989, с. 714; Шмелева, 2005, с. 39]. К средствам её относят изменение падежа нужного элемента на именительный, его местоименная замена, дополнительная пунктуация на месте разрыва высказывания — многоточие, точка, восклицательный знак.

Важно отметить, что сегментация квалифицируется как выразительное средство ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ, а близкие, казалось бы, факты разговорного синтаксиса трактуют как проявления его «устности»: **Петя он уже студент; цветочки они никогда не лишние** [Русская, 1973, с. 241–252; Лаптева, 1976, с. 137–160]. Некоторые лингвисты связывают это явление с влиянием разговорной речи на письменную [Валгина, 2003, с. 184].

Сегментированные конструкции трактуются шире, чем конструкции с именительным темы; выделенными сегментами могут оказаться — инфинитив: **Быть учеником Бахтина. Продолжателем Бахтина. Наконец. Его оппонентом. Возможно ли это?** [Сквородников, 2003б, с. 613]; предложно-падежная форма: **А у матери... Что я у неё видел?**

¹ Её выходные данные ошибочно сообщаются как «Л., 1984» [Сквородников, 2003, с. 614; 2005, с. 285], ср. [Диссертации, 1997, с. 273]. См. также [Современный, 1999, с. 820], где использованы примеры из этой работы.

[Валгина, 2003, с. 196]; предикативная единица: **Нет информации** — в **этом причина многих ошибок** [Сковородников, 2003б, с. 612].

Итак, представление о сегментации как операции «расчленения» высказывания, деформирования его линейной организации в рамках «ведущей тенденции современного синтаксиса» [Акимова, 1990, с. 148] входит в число общепризнанных синтаксических идей, что подтверждается введением его в справочники [Сковородников, 2003б; 2005б; Ломов 2004] и в вузовские учебники [Современный, 1999, С. 820 — 821; Валгина, 2003, с. 164–188; 183–205].

Как уже было сказано, всё увеличивается массив фактов, позволяющих говорить о возможности применить понятие сегментации к слову. При этом фактов разнообразных, что даёт возможность построить их типологию.

Самый простой случай сегментации слова — написание его с пробелом в нужном месте — используют прежде всего рекламщики: телереклама пива «Сокол» **«ИЗО ЛЬДА»**, где новое прочтение слова поддерживается визуально — изображением ледяных торосов, или газетная реклама магазина: **ВСЕ ПО ПОЛАМ паркет ламинат**. См. также рекламу линолеума **Пол Франции в рулоне** и ковролина **Топай по хорошему** [Дунев, 2003, с. 170].

Примечательно: на 16-й странице «Литературной газеты» помещается шутка *Кама с утра*¹ (ЛГ №24/2005), а в «Известиях» (27.01.2004) за год до этого А. Архангельский публикует с таким же названием текст о фестивале «Культурная столица Поволжья», прошедшем в Ижевске. В тексте автор напоминает, что Ижевск стоит на реке Иж, впадающей в Каму и протекающей в 40 км от города. А расчлененное индийское слово превращает в поговорку, начиная свой текст фразой «А Волга — с вечера», семантизируя таким образом обе части полученных сегментов.

Интересно, что желанию сегментировать слова не препятствуют языковые барьеры: автор заголовка статьи о политическом скандале в Великобритании *Love с тори* (Известия 3. 10. 2002) свободно расчленяет слово *story* в известном выражении *Love story (история люб-*

¹ Это широко известное теперь слово отсутствует в словарях, его значение извлекаем из контекста в НКРЯ: «*Камасутра*» — *индийский эротический трактат, написанный по мотивам скульптурных изображений храма «Черная пагода»* [Шахиджанян В. 1001 вопрос про это (1999)]. Корпус показывает, что это слово используется в русском языке не только как имя собственное, но и как нарицательное, напр.: *И прощайте тогда все подмосковные вечера с последующими завтраками на траве! И беспредельная камасутра на берегах Ивановского водохранилища!* [Мартынов И. Восстановление потенции в условиях демократии // Столица. 1997.05.27] — www.ruscorgora.ru. Сегодня это слово можно увидеть на пачках чая. Интересно, что имели в виду изготовители?

ви) на русский предлог с и название консервативной партии в этой стране¹.

Иногда русское слово «подстраивается» к иноязычному выражению: *ЛьбGott mit uns!* — с такой шапкой вышли «Новгородские ведомости» (22.01.2005), когда обсуждали монетизацию льгот. Ощущая экстравагантность шага, внизу страницы поместили пояснение: * *Gott mit uns! — С нами Бог! (нем.)*. С этой языковой свободой пишущих по-русски, но легко выходящих в пространство других языков, рассчитывая при этом на понимание со стороны читателя, мы еще встретимся при рассмотрении нашей проблемы.

Что касается средства, с помощью которого достигается сегментация этого типа, то его называют «**техникой пробела**»: обнаружение второго слова обозначается пробелом в непредвиденном, но семантически значимом месте или его отменой (иначе — устранение интервала) [Санников, 1999, с. 58; Шмелева 2006, с. 83].

Второй случай сегментации слова состоит в повторении одной из его букв, что должно выражать силу эмоции, как в заголовках «Новой новгородской газеты»: **Ах, коваррррная! Г-жа Сурикова меняет Великий Новгород на Нижний** (об изменении места проведения кинофестиваля «Улыбнись, Россия!») или **ПИИИТЬ!** (о жаре и жажде летом 2006).

Третий случай оказывается более сложным, так как привлекает дополнительное средство — пунктуацию. Он используется для *изображения* звучания.

Вот в высказывание вводятся отголоски колокольного звона: *И звонить все станут: помни... по-мни!.. — поокивает он так славно. В доме открыты форточки, и слышен плачущий и зовущий благовест — по-мни... по-мни... Это жалостный колокол, по грешной душе плачет. Называется — постный благовест* [Шмелев И. Лето Господне (1927–1944)] (www.ruscorpora.ru).

Вот в интервью с Дмитрием Хворостовским передаётся звучание его речи: *Голосовые связочки такие ма-а-аленькие, тоненькие* (Известия. 20.07.2007).

Используют этот приём и в заголовках «Известий»: **Горя-а-ач-ие финские па-арни** (6.04.2004); **РОТА, ПОДЪЁ-Ё-Ё-Ё-Ё-М!** Рейтинг «Известий»: **5 главных культурных событий** (30.12.2005); **«Рос-си-я! По-бе-да! Вау!»** (11.05.2007); и в названиях телепрограмм — **«ГО-О-ОЛ!»** (канал «Спорт»).

Не проходит мимо этого средства и реклама: огромные щиты в Красноярске **Дли-и-и-инные экономичные разговоры** [Мищенко, 2006, с. 212] или в Великом Новгороде **Во-о-о-о-от такие разговоры!**

Этот случай вполне можно назвать традиционным, поскольку им давно пользуются русские писатели разных направлений [Бадаев,

¹ Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов: 2-е изд. М., 2000. С. 703.

1997, с. 25]; в рекламе можно встретить и более экстравагантные примеры: *Тре!Бу!Ем!Ся!* [Дзякович, 1998].

Для обозначения этого средства используют термин *синграфемика* [Дзякович, 1998, с. 140; Григорьева, 2004] и *дефисация* как особый тип графона [Сковородников, 2002; 2003а; 2005а; Мищенко, 2006]. Первый кажется более удобным, поскольку дефис — не единственный инструмент таких графических модификаций, он бывает востребован при повторе букв. И, как мы видим, репертуар привлекаемых знаков пунктуации — более широк.

Все три рассмотренных случая можно отнести к *линейной сегментации*, поскольку слово, будучи расчлененным, продолжает читаться линейно, слева направо, хотя при этом и вычитываются дополнительные смыслы.

Принципиально иные факты отличаются от уже приведенных тем, что сегментация слова нарушает его линейность. В этих случаях в слове обнаруживается и так или иначе обозначается другое слово, которое надо понимать как *актуализированное*. Сегментированное же слово становится эквивалентом словосочетания или даже предложения, но не линейно развернутого, а как бы встроенного внутрь слова. Это и дает основание видеть в этом явлении *нелинейный синтаксис* [Шмелева, 2007].

Каков же инструментарий нелинейного синтаксиса? В целом следует сказать, что это графические средства (в стилистике предлагается видеть во всех этих случаях особую фигуру — графон [Сковородников, 2002; 2003а; 2005а]). Среди них следует различать буквенные и внебуквенные, именовать же их удобно композитами: первые с корнем — *графия*, вторые — *графемика* [Дзякович, 1998; Григорьева, 2004].

Графемика представляется более естественным средством — когда с имеющимися в слове буквами производят некоторые модификации.

Первым из графемных средств нелинейной сегментации можно назвать *супраграфемiku* (шрифтовое варьирование) [Дзякович, 1998; Григорьева 2004]. Внутри слова или в его конце — вопреки всем нормам русской орфографии! — оказываются прописные буквы [Клобуков, 2001], они-то и обозначают слово, которое с сегментируемым вступает в синтаксические отношения: газетная статья о грамматике новгородцев, главная особенность которой — формы типа *привыкши, поевши*, выходит с подзаголовком «Новгородцы выражаются **ШИкарно**» (Новгородский университет 13.09.1996) — партитив в квалитативе; книга Андрея Усачёва «333 кота» с иллюстрациями Виктора Чижикова представляется как «**росКОШное издание**» (Новое время 18.09.2005) — делибератив в атрибуте. Интересные примеры см.: [Сковородников, 2003 а, с. 146; Мищенко, 2006, с. 215].

В меньшей степени для нелинейной сегментации приспособлена *синграфемика*: название бара в Красноярске **АМ!бар** [Мищенко, 2006, с. 215].

Стоит, наверное, говорить и о *цветографемике* (или колорграфемике?), имея в виду случаи цветового выделения одного слова в другом; такие примеры приводятся в [Мищенко, 2006, С. 215]: турбюро **ПАРАДАЙЗ** и магазин товаров для детей **СЮРПРИЗ** в Красноярске. Интересно, что результатом сегментированного прочтения первой из них должно стать выстраивание пояснительной конструкции 'парадайс, или рай'.

Как можно увидеть, разнообразные средства параграфемики — размер букв, их цвет, знаки пунктуации дают возможность сегментировать слово с синтаксическими последствиями.

Что же касается использования самих букв, т.е. *-графии*, то здесь самый простой случай нелинейного синтаксиса — преобразование орфографического облика слова. Так, статья о новой постановке фильма о Зорро названа **«РАЗОРРИЛИ И ОПОЗОРРИЛИ»** (Известия 02.11.2005): имя главного героя прочитывается в каждом из глаголов. Это средство сегментации слова — разрушение его орфографического облика, но такое, которое позволяет вычитать в деформированном облике актуализируемое слово — назовём *квазиорфографией* (по образцу терминов *квасичастица*, *квасиморф* и др., где греческое *квази* означает ненастоящий, мнимый¹). Здесь важно подчеркнуть, что хотя линейность слова и не нарушается, перед нами механизм нелинейного синтаксиса, так как актуализируемое слово проявляется не в синтагматическом развёртывании, а внутри слова. Презумпция действия этого средства — знание читателями орфографии, без чего они не смогут понять, что здесь есть какой-то особый случай прочтения слова, не говоря уже о том, чтобы вычитать актуализируемые таким образом смыслы. Кроме того, восприятие такой сегментации «ждёт» от читателя определенного уровня орфографической толерантности, иначе он будет просто возмущен неправильностью написания [Дунев, 2003].

Второй инструмент нелинейной сегментации слова — иноязычие, которое используется в нашей письменной практике всё более активно и разнообразно, как показано в [Филинкова, 2004; Брацки, 2006; Григорьева, 2006]. Кажется логичным назвать это средство *ксенография* (*ксено* — чужеродный, как в *ксенофобия*²). В роли встроенных сегментов уже привычны бренды: *Если у вас бесSONYца* [Клобуков, 2001, с. 356]; *ПодFORDтило!* [Балахонская 2001, с. 202]; *FANTАстическая*

¹ Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов: 2-е изд. М., 2000. С. 315.

² Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов: 2-е изд. М., 2000. С. 372. См. также предложение именовать область изучения заимствований ксенологией [Виноградов, 1994, с. 126].

экзотика [Григорьева. 2004, с. 239]; *БЕСКОНЕЧНОЕ УДОВОЛВСТВО*; *реVOLVO*ционный [Филинкова, 2004, С. 11, 14], а также *Хватить мечтать, пора обLADать*; *SAAB*разно сезону; *SKL*адываемый (о модели «Мерседеса»); *BeSELA*я школа (акция магазина SELA к 1 сентября).

Презумпцией действия этого средства, как и в случае с линейной сегментацией при участии иноязычия, оказывается компетентность читателей в познания иностранных языков, в первую очередь, конечно же, английского. Так, в название газеты «*ЕЖЕ*week» английское слово не только вносит значение *неделя*, но и заставляет начало названия ягоды переосмыслить как часть сложного слова типа *ежегодный, ежедневный*, а всё слово в такой графике понимать как *еженедельник*.

Как можно заметить даже в приведенных примерах, ксенография почти всегда выступает при поддержке супраграфемике или цветографемике: актуализируемое иноязычное слово обозначается другим цветом или прописными буквами. Отлажено взаимодействие супраграфемике и квазиорфографии: информация о путешествии Путина в Японию озаглавлена *ПУТИ*шествие [Клобуков, 2001, с. 355]. О том, что этот пример — не уникален, говорят заголовки *ЛИГА*лизация футбола (Итоги. 20.05.2003); *БРАСС*ок на Юг (информация в спортивных победах в плавании брассом — Известия. 16.06.2003); *ГАЗА*вая атака (о событиях в секторе Газа — Там же. 19.08.2005).

Итак, с помощью ряда средств — супраграфемике, синграфемике, цветографемике, квазиорфографии, ксенографии, а также их взаимодействия — осуществляется сегментация слова, цель которой — актуализация определенных смыслов. Уже высказывалась мысль о том, что графическое выделение сходно с акцентным выделением в устной речи [Клобуков, 2001, с. 351], значит, указание на его связь с актуальным синтаксисом не будет неожиданностью. Развивая эту мысль, приходим к выводу, что сегментированное слово напоминает скорее конструкцию с выделенной темой [Вежбицка, 1978, с. 409–411; Белошапкова, 1989, с. 714; Шмелева, 2005, с. 39]. Актуализированное словцо оказывается темой не конкретного высказывания, а **гипертемой** текста, недаром, как видно из уже приведенных примеров, сегментированные слова представляют собой заголовки текстов или входят в их состав [Блинова, 2006]. Более того, часто понять смысл такой словесной сегментированной конструкции можно только по прочтении текста.

Примером второго может послужить заметка «*НеШТАТ*ная ситуация» в журнале «ИТОГИ» (15.07.2007):

«Ливийский лидер Муамар Каддафи покинул встречу глав стран Африканского союза в Аккре досрочно, хлопнув дверью. Руководитель Ливии давно уже ратует за создание полноценного panaфриканского государства с едиными правительством, парламентом, армией и валютой. Даже название для него придумал: США — Соединенные Штаты

Африки. Ну чем такой гигант не конкурент настоящим Соединенным Штатам или Европейскому союзу? Правда, нового для Африки рецепта процветания ливийский лидер не изобрел — строить единое государство планируется опять же на деньги Запада. Каддафи уже запросил у Евросоюза миллиарды евро, в обмен пообещав перекрыть поток в ЕС нелегальных эмигрантов.

Есть, правда, одна проблема: похоже, что Африка и единство — понятия несовместимые. Континент раздирают межэтнические и межконфессиональные конфликты. Плюс экономическая ситуация в большинстве африканских государств хуже некуда. Динамично развивается только одна страна — Ботсвана, ВВП которой уже несколько десятилетий прирастает почти на 9 процентов в год. Эксперты не устают гадать о причинах противления африканского континента прогрессу — то ли ее «переколонизировали», то ли «недоколонизировали». Так или иначе, но гигантские суммы иностранной помощи бесследно исчезают на африканских просторах, а львиная доля рецептов международных финорганизаций там не срабатывает. Неудивительно, что «родить» всеафриканское государство на саммите так и не получилось, а его участники переругались. Видно, мечте Каддафи — стать президентом США (Соединенных Штатов Африки) — сбыться в обозримом будущем не суждено».

Если же говорить о сегментированных конструкциях, более-менее независимых от контекста, то в них чаще всего оказываются ключевые слова текущего момента [Шмелева, 1993]. Среди таковых в первую очередь следует назвать имена собственные. Показательный пример — имя литературного персонажа ГАРРИ ПОТЕРА, которое в ходе обсуждения фильма «Гарри Поттер и орден Феникса» зафиксировано в заголовках: *ГАРРИмычный* (ИТОГИ. 01.07.2007) и *ПоТТерялся мальчик* (Известия. 18.07.2007). Другой пример: журнал «Итоги» (№ 28/07) выходит со слоганом на первой странице «Сочи — да!», а уже в следующем номере находим статью о Федеральной целевой программе развития Сочи, по масштабам напоминающей собрание сочинений, — под заголовком *Собрание СОЧинений*. Вспоминается, как несколько лет назад читателей PEPSI будоражило предложение собирать бутылочные крышечки, чтобы выиграть путевку в Сочи, сопровождаемое слоганом *ПроСОЧИсь!*

Всегда среди ключевых слов — аббревиатуры, удобные для сегментации своей краткостью. Так, в момент обсуждения вступления нашей страны в ВТО появляются заголовки, например, в «Российской газете»: *И мясо ВТОм числе* (18.07.2006); *ВТОрое пришествие отложено* (27.07.2006). В момент обсуждения американской системы ПРО в Европе информация в «Известиях» (24.04.2007) дается под заголовком *ПРОговорили*, а информация о сокращении конгрессом США ас-

сигнований на ПРО — под заголовком *Польша ПРОлетела?* (там же, 06.08.2007).

В рекламе некоторые бренды уже освоились в роли актуализируемого слова: *Все ВАЗможно!, Новые ВАЗможности!, Не окажитесь в безВАЗдушном пространстве!* (примеры из [Балахонская, 2001]).

Обратим внимание на иноязычные сокращения, которые, видимо, надо признать интернационалистами, например, заголовки статей *ЗакРУчивание гаек*; «*PRезидент всея футбола*», название конкурса «*PRоба-2002*» и подзаголовки статьи *PePспективы* [Мищенко, 2006, с. 215]; рубрики *Хорошо CDM!*; *WWW мире животных*; *Я не WWWру*.

Кроме сокращений, мы, как оказывается, хорошо знаем и какие-то английские слова, позволяющие оценить, например, рекламу чая *подарки к Валентеанову дню* или телепередачу о машинах для женщин на канале «Домашний» *SARенина*, заголовок статьи о фестивале живописи на автомобилях «Аэрограф-2007» *SARтины с мотором* (Известия. 25.07.2007) и автосервис в Красноярске *KrasCar*.

Самым популярным из таких слов надо признать словечко *о'кей*: оно обнаруживается в названиях кафе *БлинО'К*, магазинов *ПерекрестОК* и *Мастер'ОК*, торговой марки *ЧайОК*, тарифа мобильной связи *GOOD'ОК*, центра изучения иностранных языков *ЗнатОК*, зала игровых автоматов *уголО. К! развлечений* [Балахонская, 2001, с. 203]; фирмы *ОКна*, рубрики женского журнала *О'Ксессуары*. Учитывая пример *хОКкей* [Клобуков, 2001, с. 347], можно сказать, что это американское позитивное словцо стало видаться в разных русских словах, даже если там нет одной из букв, как в случае с *аксессуарам*. Присутствует оно в русских текстах и «собственной персоной», как в этом заголовке: *С нацпроектами всё будет «ОК», если наладим Общественный Контроль* (Новгород. 05.07.2007) и в городском ономастиконе: *ОКей* — сеть гипермаркетов в Петербурге, магазин аудио- и видеопродукции в Новосибирске, компьютерная фирма в Краснодаре.

Итак, всё сказанное, как кажется, убеждает в том, что о сегментации можно говорить не только по отношению к высказыванию, но и по отношению к слову. Общее в них очевидно: разрушение линейной структуры единицы ради актуализации нужного смыслового элемента. При этом очевидна *фактурная привязанность нелинейного синтаксиса*¹: он «работает» только в печатных текстах и результаты его работы не могут быть озвучены, могут быть только описаны. Это очень важная характеристика, ведь синтаксические механизмы в принципе фактурно индифферентны, т.е. высказывание может быть произнесено, написано и прочитано, напечатано, исполнено по радио и телевидению, исполнено с помощью компьютера и передано по электронной почте. Но сегментированное слово *ШИкарно* произнести без потери смысла нельзя!

¹ О понятии *фактура речи* — см.: [Шмелева, 1999, с. 11–12].

Если сегментация высказывания сегодня эксплуатируется не так активно, как в середине прошлого века¹ [Ломов, 2004, с. 286; наблюдение об этом сообщил мне в беседе и А.П. Сковородников в 2007 г.], то сегментация слова из экзотического приёма превращается в едва ли не стандартное средство современной прессы и рекламы. Значит, это средство должно рассматриваться не только среди приёмов языковой игры [Санников, 1999], а среди графических средств актуализации нужных смыслов внутри слова. В активизации его можно видеть проявление «ведущей тенденции современного синтаксиса — стремление к более расчленённому тексту» [Акимова, 1990, с. 148], охватившей и слово.

Его активизацию можно объяснять и тем, что наша культура становится всё более визуальной. Кроме того, в современной массовой культуре ценится всё нестандартное, оригинальное, иногда даже вызывающее. Понятно, что это не может не отразиться на письменной практике.

В завершение следует сказать, что рассмотренное явление нельзя считать собственно русским: факты неканонической графики отмечены для польского письма [Маршалек, 2001], украинской рекламы [Брацки, 2006] и рекламы японской [Чичук, 2005]. Разумеется, не всё из неканонической графики «работает» на синтаксис, результаты её применения могут быть отнесены к словообразованию и к фатике — здесь как нигде важно привлечение внимания читателя за счёт преодоления автоматизма восприятия написанного слова. Но явление нелинейного синтаксиса заслуживает, как я старалась показать, внимания и в практическом, и в теоретическом плане.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акимова Г.Н. Новое в синтаксисе современного русского языка: Учебное пособие. М., 1990.
2. Бадаев А.Ф. Поэтическая графика как категория текста: постановка проблемы // Художественный текст: структура, семантика, прагматика. Екатеринбург, 1997. С. 13–27.
3. Балахонская Л.В. Коммуникативно-прагматический аспект функционирования окказионализмов в рекламе // Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения: Материалы Междунар. науч.-метод. конф. /Отв. ред. В.Д. Черняк. СПб., 2001. С. 201–205.

¹ Но всё же такие факты есть, напр., заголовок *Борьба с килограммами — как победить в ней* (Новгород. 19.07.2007).

4. *Белошапкова В.А.* Коммуникативная организация предложения // Современный русский язык / Под ред. В.А. Белошапковой: 2-е изд., испр. и доп. М., 1989. С. 715–718.
5. *Белошапкова В.А., Шмелева Т.В.* Деривационная парадигма предложения // Вестн. Моск. ун-та. Серия 9. Филология. 1981. № 2. С. 43–51.
6. *Блинова О.И.* Новый прием подачи газетных заголовков // Антропотекст-1: Сборник статей / Отв. ред. Л.Г. Ким. Томск, 2006. С. 10–14.
7. *Брацки А.* Латиница в украинских рекламных текстах // Письменность славян: прошлое, настоящее, будущее: Докл. Междунар. науч.-практ. семинара. Gdańsk; Красноярск, 2006. С. 127–139.
8. *Валгина Н.С.* Активные процессы в современном русском языке: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2003.
9. *Вежбицка А.* Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. М., 1978. С. 402–421.
10. *Виноградов В.А.* Ксенология и диахрония // Знак: Сб. статей по лингвистике, семиотике и поэтике памяти А.Н. Журина. М., 1994. С. 126–132.
11. *Григорьева Т.М.* Русская параграфемика // *Frazeologia slowianska i inny plaszczyny systemu językowego.* Gdańsk, 2004. S. 237–241.
12. *Григорьева Т.М.* Латиница в русском письме // Письменность славян: прошлое, настоящее, будущее: Докл. Междунар. науч.-практ. семинара. Gdańsk; Красноярск, 2006. С. 139–149.
13. *Дунев А.И.* Толерантность и интенциональность орфографии в текстах современной рекламы // *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: Коллективная моногр.* / Отв. ред. Н.А. Купина и М.Б. Хомяков. Екатеринбург, 2003. С. 168–174.
14. Диссертации учеников В.А. Белошапковой // Синтаксис: изучение и преподавание: Сб. работ учеников В.А. Белошапковой. М., 1997. С. 271–274.
15. *Дзякович Е.В.* Особенности использования средств параграфемики в современной печатной рекламе // Вопросы стилистики. Вып. 27. Саратов, 1998. С. 140–145.
16. *Клобуков Е.В.* Строчная или прописная? (о семантике, прагматике и словообразовательных следствиях графического эксперимента) // Языковая система и её развитие во времени и пространстве: Сб. науч. статей к 80-летию профессора К. В. Горшковой. М., 2001. С. 347–362.
17. *Лаптева О.А.* Русский разговорный синтаксис. М., 1976.
18. *Ломов А.М.* Русский синтаксис в алфавитном порядке: Понятийный словарь-справочник. Воронеж, 2004.
19. *Маршалек Л.* Русская и польская орфография сегодня // Лингвистический ежегодник Сибири. Вып. 3. Красноярск, 2001. С. 54–63.

20. *Мищенко Н.В.* Графон как стилистический прием в современных печатных текстах // Речевое общение: Специализированный вестн. Вып. 8–9 (16–17). Красноярск, 2006. С. 211–216.
21. *Попов А.С.* Сегментации высказывания // Русский язык и советское общество. Морфология и синтаксис современного русского литературного языка. М., 1968.
22. Русская разговорная речь / Под ред. Е. А. Земской. М., 1973.
23. *Санников В.З.* Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999.
24. *Сковородников А.П.* Речевое общение: Специализированный вестн. Вып. 4 (12). Красноярск, 2002.
25. *Сковородников А.П.* Графон // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М., 2003а. С. 145–147.
26. *Сковородников А.П.* Графон // Энциклопедический словарь-справочник: Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / Под ред. А.П. Сковородникова. М., 2005а. С. 106–109.
27. *Сковородников А.П.* Сегментированная синтаксическая конструкция // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М., 2003б. С. 611–614.
28. *Сковородников А.П.* Сегментированная синтаксическая конструкция // Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / Под ред. А.П. Сковородникова. М., 2005б. С. 283–285.
29. Современный русский язык: Фонетика. Лексикология. Словообразование. Морфология. Синтаксис: Учебник 2–е изд., испр. и доп. / Л.А. Новиков, Л.Г. Зубкова, В.В. Иванов и др.; Под общ. ред. Л.А. Новикова. СПб., 1999.
30. *Филинкова Е.О.* Графико-орфографическое иноязычие в контексте полизнаковости русского письма постсоветского периода: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2004.
31. *Чичук О.Е.* Графостилистические особенности японской рекламы // Теоретические и прикладные аспекты межкультурной коммуникации: Сб. статей / Под ред. О.В. Гусевой. Красноярск, 2005. С. 179–185.
32. *Шильникова Л.Ф.* Принципы организации сегментированных текстов в современном русском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1976.
33. *Шмелева Т.В.* Ключевые слова текущего момента // Collegium. № 1. Киев, 1993. С. 33–41.
34. *Шмелева Т.В.* Так что же такое речь? // Речеведение: Науч. метод. тетради. № 1. Великий Новгород, 1999. С. 5–16.
35. *Шмелева Т.В.* Текст как объект изучения в школе: Учеб.-метод. пособие. Великий Новгород, 2005.

36. *Шмелева Т.В.* «Два в одном» // Антропотекст-1: Сб. статей / Отв. ред. Л.Г. Ким. Томск, 2006. С. 77–92.
37. *Шмелева Т.В.* Нелинейный синтаксис // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Междунар. конгр. исследователей русского языка: Тр. и материалы / Сост. М.Л. Ремнева и А.А. Поликарпов. М., 2007. С. 262.