

УДК 81.37
ББК 81.2-4

Л.Н. Стефанкова

**НОМО RIDENS:
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ
ЮМОРИСТИЧЕСКОГО
ДИСКУРСА**

В статье анализируются основные концепции исследования юмористического дискурса, акцент делается на тех концепциях, которые являются плодотворными для лингвистического анализа категории комического.

Ключевые слова: юмористический дискурс, категория комического, стимул юмористического высказывания, реакция на юмористическое сообщение.

Стефанкова Лариса Николаевна – учитель русского языка и литературы гимназии № 36 г. Ростова-на-Дону
Тел.: 8-903-460-85-71

В разных типах дискурса категория комического (юмор) обладает многообразием проявления и, следовательно, прагматических эффектов своей языковой и речевой реализации. В то же время в традиции междисциплинарных исследований данная категория получает разное терминологическое определение. Возможно, данный факт объясняет, почему точки зрения исследователей не сходятся, когда они отвечают на достаточно простой вопрос: что же такое комическое? Рассматриваясь в качестве «неуловимого» объекта анализа, категория комического в исследовательском плане сталкивается с общей «агностической» тенденцией ее изучения в разных гуманитарных науках.

Исследователи выявляют яркое разнообразие форм, которое может приобретать данный феномен. Юмор может получать как вербальную, так и невербальную реализацию; он может быть результатом субъективного опыта говорящей личности или служить определенным коммуникативным целям; он может основываться на событиях повседневной реальности или быть плодом авторского вымысла и воображения; в психолингвистическом плане он может очаровать или атаковать собеседника (читателя), порождаться спонтанно или быть заранее выработанной техникой межличностного взаимодействия. Очевидно, что категория комического определяется не объектом, а манерой, контекстом, коммуникативной перспективой повествования, изложения событий.

© Стефанкова Л. Н., 2011 г.

Трудность определения и описания феномена юмористического вызвана также тем фактом, что словарная статья слова «юмор» вводится в лексикографическую практику описания комического достаточно поздно. Хотя его лексикологические корни можно проследить, начиная с античного периода. Ф. Иврард указывает, что данный термин зарождается в медицинской теории Гиппократов, который определил настроения человека в соответствии с преобладанием крови, лимфы, желтой или черной желчи (последняя известна как черный юмор) [Evrard, p. 9]. Данная классификация предопределяет различные типы темперамента (сангвиник, флегматик, холерик и меланхолик).

Лексикологическая эволюция слова *юмор* выявляет тот факт, что данный феномен определяется на фоне комического. Юмор предстает достаточно гибким феноменом в отношении реакций, которые он порождает. Одной из данных реакций является смех. В современном гуманитарном знании родство данных двух феноменов признается неоспоримым. Хотя они подлежат четкой дифференциации.

В основе юмора лежит «противоречие между проективными представлениями о действительности и актуальным состоянием текущих ситуаций. Данное противоречие необходимо, но не достаточно для возникновения смеха. Необходимыми условиями являются наличие дистанции между субъектом и объектом смеха и сохранение субъектом когнитивной структуры» [Латышев, с. 5 – 6]. Эффективность взаимодействия автора комического текста и читателя может быть прогнозируема с учетом факторов, относящихся к субъекту, объекту и ситуации, которой порождается и интерпретируется юмористическое высказывание. Наиболее плодотворный подход лингвистического анализа опирается на поиск сущности юмора не исключительно в объекте либо в субъекте, а в их взаимодействии.

В современной лингвистической литературе категория комического рассматривается как своеобразная система переработки прагматического значения языковых единиц [Мечковская, с. 140 – 153]. Главным компонентом данной системы является модель и языковые средства ее конструирования. Лингвистический анализ данной категории предполагает способность исследователя выделять в тексте как социокультурное содержание, традиционно рассматриваемое как стимул, так и интеракционные структуры унитарной информации, которые определяют это содержание.

Некоторые из лингвистических изысканий затрагивают общую проблему проявления креативного начала говорящей/пишущей личности в юмористическом дискурсе [Левицкий, с. 295 – 307], другие – посвящены стилистическим и теоретическим аспектам комического языка, речевым актам, реализующим комическую иллюзию [Дмитриева, с. 71 – 76]. При этом установлено, что юмор является результатом комбинирования несходных текстовых элементов, порождающего соответствующий эффект удивления читателя.

С данной исследовательской перспективы контраст и удивление уравниваются с комическим эффектом [Степанова]. Читатель обнаруживает текст комичным вследствие неожиданного восприятия несовместимости, которое сводит к нулю предварительно задействованную интерпретацию данного сегмента текста. Акт читательской перцепции сосредотачивается на различии между объектами повествования и определяющим их концептом. Данный концепт оказывается неуместным, абсурдным, что и порождает смех. А. Шопенгауэр рассматривал данный тезис на примере контраста между «репрезентациями восприятия» и «абстрактными репрезентациями» [Шопенгауэр, с. 59 - 61]. Чем шире несоответствие между тем, что воспринимается, и тем, что понимается, т.е. чем больше несовместимость в отношении «объект/ концепт», тем мощнее предстает комический эффект. Понятие контраста, антитезиса, таким образом, предстает существенным для эффективности воздействия комического высказывания на читательскую аудиторию. Категория комического порождается из факта совмещения несовместимого.

Комический эффект возникает в результате читательского сравнения конкретного употребления языка с типичным, «ожидаемым» в данной дискурсивной ситуации высказыванием (группой высказываний). Он проистекает из конфликта либо между компонентами вербализованной части дискурса, либо между вербализованной и невербализованной частями дискурса (в большинстве случаев). Невербализованная часть дискурса, которая определяется контекстом и разного рода прагматическими факторами, вступает в противоречие с вербализованной частью дискурса, с текстом. Таким образом, можно говорить о дискурсивной обусловленности порождения комического эффекта в художественном тексте.

Одна из важных проблем лингвистической интерпретации комического касается взаимоотношений адресанта юмористического высказывания и его собеседника. Выработаны следующие сценарии отношения говорящего к комическому высказыванию: 1) адресант априорно намеревается произвести комический эффект и ему это действительно удастся [Вербицкая]; 2) адресант априорно намеревается произвести комический эффект и ему это не удастся [Утробина]; 3) адресант априорно не намеревается произвести комический эффект, но его высказывание реализует данный эффект [Антонова, Мурзин, с. 110 – 119].

В работах стилистического характера юмор рассматривается как необходимое и вероятное следствие установления несовместимости и ее разрешения [Бревдо]. Юмор предстает как эпифеномен, предполагающий исследовательское обращение как к лингвистическим, так и экстралингвистическим характеристикам художественной коммуникации, вне зависимости от того, является объектом исследования метафора, выдвигание или текстуальные виртуальные миры. Несовместимость актуализованных в тексте сценариев как основа комического эффекта представляет собой нарушение эмоциональной системы читательского

мнения о должном порядке, действенного для социального и природного мира.

Комический эффект возникает вследствие особого рода когнитивно-дискурсивного взаимодействия структур языкового значения и смысла. Юмор, обладающий смысловой природой, имманентно не содержится в языковых значениях. Как динамическая категория он возникает в пространстве смысла в результате семантических преобразований, вызванных теми или иными особенностями функционирования языковых значений в художественном дискурсе.

Коммуникативные измерения юмористического дискурса – которые предстают ключевыми для нашей статьи – в лингвистической науке являются достаточно плодотворным объектом исследования. При этом акцент делается на таких моментах реализации данного типа дискурса, как условия, факторы, компоненты речевого взаимодействия, в котором актуализуется юмористический смысл.

Если юмор рассматривать не как акт индивидуального восприятия, а совместный опыт, разделяемый намеренно участниками общения, то оказывается, что для реализации юмористического коммуникативного акта требуется, как минимум, два собеседника. З. Фрейд, однако, говорит о третьем участнике подобной коммуникативной ситуации: инициаторе юмористического высказывания, его адресате и мишени данного высказывания (человеке, который ненамеренно принимает участие в юмористической ситуации) [Фрейд, с. 211].

Указанные выше рассуждения поднимают вопрос о стимуле юмористического высказывания. Со стороны инициатора подобного высказывания предполагается актуализация объекта или ситуации, которые стимулируют его речевую деятельность в порождении соответствующего эффекта. В случае так называемого «ситуационного юмора» событие становится стимулом в порождении шутки. С точки зрения получателя сообщения, прагматическое действие данного стимула обеспечивается в результате интерпретации как намеренного речевого акта, который был вызван обстоятельственными факторами. Для того чтобы коммуникативный цикл реализации юмористического высказывания завершился, т.е. достиг своего перлокутивного эффекта, адресат призван воспринять стимул, интерпретировать его и соответствующим образом отреагировать, т.е. рассмеяться.

Исследователи также задаются вопросом: что заставляет участника коммуникативной ситуации смеяться? Дж. Пальмер объясняет, что данный вопрос логически связан с другим вопросом: является ли юмор имманентной характеристикой высказывания, порождающего смех, или же это следствие духовной и интеллектуальной активности того, кто смеется? [Palmer, p. 233]. Многие традиционные концепции юмора постулируют релятивистский факт, что никакое высказывание изначально не порождает юмористический эффект, поскольку в общении обнаруживается прагматическое действие социальных, возрастных, географических

и культурных вариаций, которые оказывают потенциальное влияние на возможные реакции, вызываемые данным эффектом.

Следовательно, юмор предстает продуктом когнитивного сознания индивида. Данный произвольный и идиосинкразический взгляд на юмор, думается, не дает объяснения «коллективному юмору», а также не способствует обнаружению «общего знаменателя» феномена комического. С другой стороны, восприятие юмора как общекультурной и общеисторической сущности без учета факторов времени и определенной культуры представляется несостоятельным исследовательским подходом.

Понимание юмористического коммуникативного акта предполагает наличие следующих компонентов: 1) компетентность получателя сообщения (на уровне когнитивных схем); 2) знание жанров юмористического дискурса (на уровне формальных схем); 3) умение распознать смеховое отношение (на уровне эмоциональных схем). В процессе интерпретации и понимания должны присутствовать все указанные типы схем, в противном случае возникает коммуникативный сбой [Проскура, с. 4].

Коммуникативная ситуация реализации юмористического высказывания также предполагает такой прагматический элемент, как общее знакомство с юмором как специфическим форматом коммуникации. Хотя психологи признают, что предрасположенность к юмору является универсальным инстинктом, и жизненный опыт интерпретации и реагирования на комические высказывания вырабатывают интеллектуальную гибкость в процессе реакций на новые стимулы. Диапазон объектов, над которыми человек смеется, с опытом расширяется. В этом случае также учитывается ситуация общения, ситуационный контекст: реакция в форме смеха предопределяется соответствующим контекстом [Васильева].

Юмористический дискурс как специфический тип текста, текстового жанра исследовал В. Раскин с опорой на разработанную им семантическую теорию юмористических сценариев [Raskin]. Перлокутивный эффект рассматривается в этом случае как нерелевантный. Другими словами, исследование юмористического дискурса предполагает анализ его иллокутивного потенциала. В связи с этим В. Раскин определяет необходимые и достаточные условия для семантической структуры текста, который считается юмористическим. Вместе с тем исследователь выявляет «юмористическую компетенцию» носителя языка, т.е. способность оценить юмористический характер текста. Прежде всего В. Раскин вводит понятие сценария, под которым понимается большой объем семантической информации, вкладываемой в слова и развиваемой ими [Ibid., p. 81]. Сценарий активируется и разворачивается словами. Он также репрезентирует знание носителя языка о небольшом сегменте объективного мира, таких как повторяющиеся ситуации, действия, имеющие место в данных ситуациях и т.д.

Таким образом, широкое разнообразие языковой (речевой) реализации категории комического предопределяет соответствующее разнообразие исследовательских подходов, типов ее анализа и интерпретаций. Среди теорий юмора, проанализированных нами в данной статье, наиболее адекватной для нашего исследования предстает теория несовместимости. В рамках данной теории описывается пересечение двух значений, одно из которых непоследовательно проявляется в тексте и впоследствии замещается другим значением. Подобный механизм характеризует большинство лингвистических форм, реализующих юмористический эффект.

Намеренным перлокутивным эффектом юмористического текста предстает смех или соответствующие психологические эмоции (удивление, радость). Остроумие также разделяет с юмором иллокутивную силу комичности, в связи с этим его можно рассматривать как проявление юмористического эффекта в тексте. Ирония не всегда обладает юмористическим характером.

Авторские интенции, лежащие в основе производства юмористического сообщения, а также особенности интерпретативной стратегии, избираемой адресатом текста, предстают центральным вопросом исследования юмора как интерактивного дискурса, употребления языка в конкретной речевой ситуации. На уровне художественного юмористического текста коммуниканты связаны опосредованными отношениями, а поэтому объектом анализа в этом случае является понятие контекста. Юмор как дискурсивное явление характеризуется активным участием автора и читателя в художественной коммуникации, взаимной установкой на игру.

Понимание юмористического текста зависит от трех факторов: ситуации общения, отправителя и получателя сообщения. Результатом юмористического акта является изменение уровня понимания участниками ситуации. Юмор связан с эмоциональным общением, и эмоциональный настрой часто является решающим для понимания.

Литература

Антонова О.В., Мурзин А.Н. Компрессия в юмористических текстах // Речевые приемы и ошибки : сб. науч. тр. М., 1989.

Бреудо И.Ф. Механизмы разрешения неоднозначности в шутке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 1999.

Васильева А.Е. Восприятие и продуцирование текстов юмористического характера как способ речевого развития учащихся 5 класса : автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 1994.

Вербницкая О.Ю. Опыт лингвистического исследования парадоксального речевого акта в комическом дискурсе: на материале английского языка. Иркутск, 2005.

Дмитриева Л.В. Типы речевых актов в высказываниях, содержащих юмор и сарказм // Речевые акты в лингвистике и методике : межвуз. сб. науч. тр. Пятигорск, 1986.

Латышев Ю.В. Феномен юмора в социально-информационном взаимодействии: теоретико-методологический анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Новосибирск, 2003.

Левицкий А.Э. Комическое: играем языком // Логический анализ языка: языковые механизмы комизма. М., 2007.

Мечковская Н.Б. Феномен «смешного» в речи, его языковые первоэлементы и внеязыковые механизмы // Логический анализ языка: языковые механизмы комизма. М., 2007.

Проскурина А.А. Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2004.

Степанова Н.Ю. Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.

Утробина Т.Г. Экспериментальное исследование языковых репрезентаций комического смысла : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Горно-Алтайск, 1997.

Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. СПб.; М., 1997.

Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. М., 1992. Т. 2.

Evrard F. L'Humor. Paris: Hachette, 1996.

Palmer J. Jokes, Narrative and Pragmatics // Semiotica. 1994. № 98 (1/2).

Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht; Boston; Lancaster, 1985.