

Джерела й література

1. Бабайцева В. В., Максимов Л. Ю. Современный русский язык. Синтаксис. Пунктуация: Учеб. пособие для студентов по спец. № 2101 «Рус. яз. и лит.» – (Соврем. рус. яз.; Ч.3). – М.: Просвещение, 1981. – 271 с.
2. Валгина Н. С. Синтаксис современного русского языка. – 2-е изд. – М.: Высш. шк., 1978. – 439 с.
3. Валгина Н. С., Розенталь Д. Э., Фомина М. И. Современный русский язык: Учеб. для вузов. – 5-е изд., перераб. – М.: Высш. школа, 1987. – 479 с.
4. Гвоздев А. Н. Очерки по стилистике русского языка. – М.: Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1955. – 335 с.
5. Гладаров В. Функциональный анализ сложноподчиненных предложений // Коммуникативно-смысловые параметры грамматики и текста: Сб. статей, посвященный юбилею Г. А. Золотовой. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – С. 254-267.
6. Гужва Ф. К. Трудные вопросы синтаксиса и пунктуации. Справочник для учителя. – К.: Радянська школа, 1981. – 255 с.
7. Кононенко В. И., Брицын М. А., Ганич Д. И. Русский язык. – К.: Вища школа, 1978. – 431 с.
8. Максимов Л. Ю. О порядке частей в сложноподчиненном предложении // Русский язык в школе. – 1968. – № 1. – С. 94-102.
9. Соловьева С. П. Средства связи в сложноподчиненных предложениях. – СПб.: СПб отд. АН РФ, 2003. – 234 с.
10. Столярова Л. П. Синтаксис сложноподчиненного предложения: Учеб. пособие. – Дн-ск: ДГУ, 1992. – 27 с.
11. Формановская Н. И. Сложное предложение // Современный русский язык. Ч. II. Синтаксис / Под ред. Д. Э. Розенталя. – М.: Высшая школа, 1979. – С.154-224.

Самохина (Дмитренко) В. А.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНАЯ СУЩНОСТЬ ЮМОРИСТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

*– What are you laughing at?
– Nothing, sir. I'm just practicing so I
can be ready when you say
something funny [12, p. 204].*

В последние годы на первый план выдвинулась задача исследования текста как единицы коммуникации. Текст не существует сам по себе как некая объективная реальность, а образуется как семантическое целое в процессе коммуникации и является одновременно ее продуктом и инструментом [2, с. 35].

Юмор – специальная, особая форма социального общения, требующая наличия юмориста и того, кто реагирует на юмор. Реакция слушателя не является спонтанной. Юмор требует «ответа» от публики. Без смеха, или другой адекватной реакции, юморист только «хлопает одной рукой», т. е. слушатель не может оставаться равнодушным. Юмористический текст, по мнению В. И. Карасика, представляет собой текст, погруженный в ситуацию смехового общения. Автор выделяет характерные признаки данной ситуации: 1) коммуникативное намерение участников общения уйти от серьезного разговора; 2) юмористическую тональность общения, т. е. стремление сократить дистанцию и критически переосмыслить в мягкой форме актуальные концепты; 3) наличие определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре [5, с. 304-305].

По справедливому замечанию ученого, «коммуникативное намерение играет важнейшую роль в построении юмористического дискурса, при этом существенным оказывается противопоставление спонтанной и подготовленной речи. Это противопоставление релевантно для отправителя речи, поскольку стремление рассказать свежий анекдот или сообщить о смешном происшествии оказывается нередко движущим мотивом разговора. В меньшей мере таким мотивом является спонтанное юмористическое речевое действие. Для адресата же важен процесс коммуникативного взаимодействия, а не внутренняя мотивировка со стороны отправителя речи» [5, с. 305].

В случае принятия решения целью высшего уровня будет иметь место определенное практическое действие. Установку на юмористический эффект Ю. В. Щурина обозначает как «доминирующую» среди составляющей коммуникативной цели, допускающей также достижение чисто коммуникативных эффектов – они, в зависимости от ситуации и состава участников могут быть разными, как позитивными – подбодрить, развеселить, развлечь, утешить и т. п., так и негативными – уколоть, обидеть, оскорбить, унижить и т. п. То есть, целью может быть желание сообщить, таким образом, некоторые мысли, оценки – соответственно, положительные и отрицательные. Последнее намерение сближает шутку с оценочными речевыми жанрами [9, с. 38].

Юмористическая интенция в меньшей мере характеризуется лингвокультурной спецификой – желание пошутить интернационально зависит от индивидуальных особенностей личности, в то время, как понимание шутки вплетено в общий контекст культуры [5, с. 306-307]. В. И. Карасик обращает внимание на то, что для успешной реализации коммуникативного намерения оно должно быть подкреплено реакцией адресата. Говорящий пользуется определенными сигналами в поведении для проверки уместности шутки в той или иной ситуации общения [5, с. 305].

Ситуацию юмористического общения можно рассматривать в качестве метамодели, имеющей большой объяснительный потенциал. Она представляет собой универсальное экстралингвистическое основание в исследовании юмористического интрадискурса.

О юмористическом интрадискурсе мы будем говорить с двух точек зрения: во-первых, анализ юмористического текста реализует себя определенно как анализ юмористического вида дискурса, потому что текстовая ткань рассматривается в неразрывной связи с ментальными и коммуникативно-типологическими условиями создания текста, с системой когнитивных и прагматических стратегий, операционных установок автора юмористического сообщения, взаимодействующего с адресатом, с комплексом экстралингвистических факторов, надстраивающихся на языковые особенности.

Во-вторых, о юмористическом интрадискурсе можно говорить как о совокупности всех наличных (и потенциально возможных) юмористических текстов, вербализующих юмористическое знание как результат познавательной деятельности субъектом юмористической ситуации. Тексты юмористического интрадискурса связаны друг с другом широкими семантическими отношениями и объединены в коммуникативном и функционально-целевом аспектах. Юмористическая коммуникация обычно осуществляется в обстановке, где все понятно «с полуслова». Она чаще всего не подготовлена и не рассчитана на особую точность передачи мыслей.

Она эмоциональна по своей природе и несет в себе элемент этапа чувственного. Непосредственность и неподготовленность юмористической коммуникации – ее характерные черты. Шутливое общение не сводится только к поддержанию близкой, дружеской дистанции между партнерами, хотя именно на такой дистанции шутка более уместна [3, с. 144].

Дж. Лич выделяет постулаты общения, среди которых – «принцип иронии» и «принцип добродушной шутки» как особые условия «межличностной риторики» [10, с. 149].

В юмористическом интрадискурсе коммуникация имеет, прежде всего, эмотивно-образный характер и преследует цель вызвать у адресата желаемые эмоции, как правило, положительные: адресант стремится завоевать внимание адресата и побудить его к действию – рассмешить. Адресант стремится добиться желаемого с помощью метатекстовых вводов: *Do you know this joke? In this connection there is a joke* и др., с помощью невербальных средств – мимики, жестов, интонации. С. А. Аристов и И. П. Сусов в этой связи отмечают: «В...неофициальном дискурсе ... преобладают метакоммуникативные сигналы, косвенным образом регулирующие передачу коммуникативной роли. Коммуниканты, хорошо знакомые друг с другом, избегают «ритуализованных» нормативных ходов, часто в целях экономии времени. Сюда относятся метакоммуникативные элементы, полифункциональные по своей природе. Так, фразы типа: *Знаешь; Weisst du ...; ... не так ли? ... правда?* и др. не только осуществляют мену коммуникативных ролей, но и поддерживают репутацию собеседника, контролируют канал, по которому передается информация» [1].

Адресант, как правило, сам получает удовольствие от реакции адресата – оба смеются, создается определенное настроение у партнеров по коммуникации, что, безусловно, влияет на характер их взаимоотношений и эффективность контакта.

Юмористическая тональность представляет собой эмоциональную атмосферу общения, которая характеризуется дружелюбным отношением участников общения друг к другу, это взаимная настроенность участников общения на юмор, это смеховое осмысление всего происходящего, готовность шутить и смеяться. Если юмористическая интенция – это характеристика коммуникативного поведения говорящего, желание организовать юмористическую ситуацию, т. е. активная позиция субъекта речи, то юмористическая тональность – это установка коммуниканта на ситуацию, которая изначально отмечена юмором [5, с. 306].

Юмористическому интрадискурсу свойственны: а) диалогичность (в терминах М. М. Бахтина): в неофициальной коммуникации создается своеобразная серийность: один анекдот сменяется другим. Шутка диалогична, и в случае неравенства участников общения... существенным оказывается право одного из них первым пошутить или поддразнить партнера [11, с. 147]; б) динамичность юмористического интрадискурса – переход от одной шутки к другой. Динамичен и язык шутки: в его лаконичной форме много коротких фраз, простых предложений, донимируют формы настоящего времени глаголов: «*A man walks into a bar...*»; «*A woman calls across the fence to her neighbour*» и др. – одно действие влечет другое, неминуемую стремительную развязку; в) спонтанность – возможность переходить от одной темы на другой. Так, шутки на бытовую тематику легко переходят на политику или медицину и т. д.; г) в неофициальной обстановке доминирования шутки превалирует ее открытость – здесь нет табу, можно не говорить намеками, вполголоса, можно критиковать любого политика, зная, что адресант будет поддержан адресатами. Тематика шуток при этом (предмет шуток) – доступна всем коммуникантам и не вызывает сложности в их декодировании; д) равноправие коммуникантов заключается в их однозначной позиции интерпретировать, реагировать на шутку; е) суггестивность юмористического интрадискурса – в наведении адресата на желаемые реакции; ж) персуазивность – достижение результатов – убеждение адресатов произвести необходимые действия, например, рассмеяться над шуткой.

В таком виде дискурса темы, как правило, связаны с обсуждением не глобальных, а тривиальных, бытовых проблем личностного характера, социальная дистанция при этом – близкая, кооперативная, а характер обмена репликами – произвольная. В юмористическом интрадискурсе потребность «выговориться» выступает в виде «экспрессивной макроинтенции», суть которой, в основном, состоит в устранении дискомфорта, отчужденности между коммуникантами, в поиске поддержки и соучастия партнера по коммуникации. М. М. Полложин называет диалог такого типа «афилятивным» (т. е. доверительным) типом диалогического дискурса, который «характеризуется личностно-ориентированной тематикой, экспрессивным типом речевых действий, а также доверчивым типом интерперсональной модальности» [7, с. 13]. Описывая диалогический дискурс, М. М. Полложин выделяет коммуникативную функцию как ведущую, а на ее основе – пять классов подфункций: 1) контактоустанавливающую; 2) риторическую; 3) интерпретационную; 4) диалогически-поисковую; 5) эмоционально-экспрессивную [Там же, с. 12-13]. Данные функции в полной мере применимы к юмористическому интрадискурсу, который представляет собой, как было сказано выше, диалогическую форму общения.

Юмористический интрадискурс, в котором основным речевым жанром является шутка, обладает ярко выраженной контактоустанавливающей функцией: адресат не может оставаться безучастным к только что услышанной шутке и, естественно, реагирует на нее. Наряду с контактоустанавливающей, в юмористическом интрадискурсе выделяется интерпретационная и связанная с ней риторическая функции, когда адресатная реакция выражается либо вербальными, либо невербальными средствами (например, смех) «и ориентируется на внесение изменений в имеющееся положение дел» [Там же, с. 13].

Безусловной функцией юмористического интрадискурса является эмоционально-экспрессивная, которая «сигнализирует как о физическом, так и душевном состоянии человека» [Там же, с. 13]. Лаконизм формы и содержания, языковые и паралингвистические средства (мимика, жесты, голос, интонация) способствуют тому, что приводит в результате к комическому эффекту.

Наконец, юмористический интрадискурс выполняет и диагностически-поисковую функцию, которая, по мнению М. М. Полложина, «осуществляется в разных социальных сферах деятельности человека» [Там же, с. 13]. Обычно шутка рождается в рамках неофициальной, бытовой коммуникации, при наличии равных партнеров по

коммуникации, нередко в состоянии релаксации. Такой диалог представляет собой диалог-унисон, связанный с личностно-бытовой тематикой.

В настоящее время одним из приоритетных направлений функционально-коммуникативной стилистики текста является исследование функциональной природы языка юмора, в рамках которой можно изучить ее функционально-дискурсивные особенности. Юмористический текст уникален в том смысле, что он обладает широким коммуникативно-функциональным спектром, куда входят также следующие функции: развлекательная, критическая, аттрактивная, переключающая, функция детабуизации, маскировочная, терапевтическая [см. подр. б, с. 60].

В целом, юмористический интрадискурс можно отнести к эмоциональному типу, который выражается в «диалогизированном унисоне», имеющем динамический аспект выраженности в речевом обмене.

Специфика юмористической коммуникативной тональности состоит в привязывании шутки к ситуации. А. В. Карасик отмечает, что англичане, в основном, готовы увидеть комизм ситуации в реальном общении. В английской культуре приветствуется стремление развеселить собеседника неожиданным финалом анекдота, который часто рассказывается с серьезным выражением лица [4]. Хотя в последнее время можно увидеть множество примеров употребления шутки вне ситуативного контекста (примером служат многочисленные англоязычные сайты шуток в Интернете).

Варианты воплощения творческого подхода к языку реализуются в разнообразных формах: чаще всего, по нашему мнению, они являют собой разные реализации речевого жанра «шутка».

Таким образом, будучи результатом нестандартного, творческого подхода к языку, речевой жанр шутки представляется особым речевым жанром, который совершается в ходе реализации адресантом установки на комический эффект.

Литература

1. Аристов С. А., Сусов И. П. Коммуникативно-когнитивная лингвистика и разговорный дискурс // file: /Мои документы / C: \ \ ht. 13.09.03.
2. Голод В. И., Шахнарович А. М. Коммуникативные и когнитивные аспекты текста как единицы речевой деятельности // Коммуникативные единицы языка. – Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореза. – Вып. 252. – 1985.
3. Карасик В. И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – С. 144-153.
4. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: Автореф ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 21 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг. Личность. Концепты. Дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
6. Омельченко Л. Ф., Паповянц Э. Г., Самохина (Дмитренко) В. А. Юмористический текст как функциональная система // Культура народов Причерноморья. – Науч. журнал. – № 82. – Т. 2. – 2006. – С. 59-61.
7. Положин М. М. Напрями та одиниці прагматичного аналізу мовленнєвої комунікації // Проблеми романо-германської філології. – Зб. наук. праць. – Ужгород: Патент, 2003. – С. 6-19.
8. Положин М. М. Про теоретичні засади когнітивного підходу до дискурсивного аналізу // Studia Germanica et Romanica: Іноз. мови. Зарубіжна література. Методика викладання: Наук. журнал / Ред. кол. В. Д. Каліушенко (Гол. ред.) та ін. – Донецьк: ДонУ, 2004. – Т. 1. – № 3. – С. 32-41.
9. Шурина Ю. В. Шутка как речевой жанр. – Дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 1997. – 155 с.
10. Leech G.N. Principles of pragmatics. – London: Longman, 1983 – 250 p.
11. Linde C. Linguistic consequences of complex social structures: rank and task in police helicopter discourse // Berkeley Linguistic Society. Proceedings of the 14th Annual Meeting/ – Berkeley (Cal.), 1988. – P. 142-152.
12. 5600 jokes for all occasions / by Mildred Meiers and Jack Knapp. – Wings Books, NY, 1980. – 605 p.

Саркисова В. В.

РЕАЛИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ОБЪЕМА СЛОВА И СОДЕРЖАНИЯ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО КОНЦЕПТА В РУССКИХ ЗАГОВОРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНИМАЛИЗМОВ)

Заговор в устном творчестве разных народов – это словесная формула, якобы имеющая магическую силу. Первоначально заговоры были связаны, прежде всего, с магическим действием, позже функцию воздействия приобрела сама словесная формула [1, с. 273], которую мы определяем как магема.

Объектом внимания исследователей заговор стал с XIX в. (А. Н. Афанасьев, Ф. И. Буслаев, А. А. Ветухов, Е. Н. Елеонская, В. Ф. Миллер, А. А. Шахматов, А. А. Астахова, Н. Ф. Познанский и др.). Тогда же появились первые классификации такого рода текстов, определяемых как заговоры-обращения, заговоры-моления, заговоры-описания ритуальных действий и так называемые эпические заговоры [1, с. 275].

Тематически заговоры весьма разнообразны: известны охотничьи, рыбацкие, пастушеские, земледельческие, торговые заговоры, а также заговоры, применявшиеся для воздействия на представителей власти, на неправедных людей и т. д. Большую группу составляют так называемые лечебные заговоры: от зубной боли, от лихорадки, змеиного укуса и т. д. Известны многочисленные любовные заговоры-присушки и отсухи. Подобные магические заклинания представлены в культурах всех народов мира. Широко распространены они были и в Древней Руси. Поскольку в них отразились различные стороны хозяйственной, общественной и духовной жизни народа, они имеют большую историческую ценность. Русские заговоры являются в основном языческими магическими заклинаниями, однако несут в себе и элементы христианского культа. Поэтичность и выразительность заговоров, богатство языка, ритма и художественных средств дают основание рассматривать их как одно из явлений народного искусства слова.

В настоящем исследовании анализируется семантическая структура анимализмов, выполняющих в заговорах волонтерную функцию, с целью определить, какие именно семантические признаки, коррелирующие с содержанием соответствующего концепта, актуализируются в магемах.

Объект исследования – названия домашних животных (крупных парнокопытных).

Одно из домашних животных, задействованных в сельском хозяйстве, – лошадь. В языковом сознании русскоязычного человека есть некое представление, понятие об этом животном. Исходя из того, что содержанием понятия является концепт [2, с. 454], можно говорить о концепте «лошадь», который репрезентируется и в заговорных текстах. Концепт принято считать единицей описания картины мира в когнитивной лингвистике. Т. И. Плужникова отмечает, что «при системно-языковом подходе ... надо учитывать, что