

УДК 81'42

ФЕНОМЕН КОМИЧЕСКОГО И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В ДЕМОТИВАЦИОННОМ ПОСТЕРЕ

О.А. Викторова

Тверской государственный университет, Тверь

В предлагаемой статье анализируется феномен комического, а также выявляются особенности его создания в демотивационных постерах с помощью использования языковой игры.

Ключевые слова: смех, комическое, юмор, сатира, демотивационный постер, языковая игра, языковые средства, языковые уровни, эффект обманутого ожидания.

Рассмотрение феномена комического хотелось бы начать, связав его с понятием смеха. Смех шире комического, не всё смешное комично (см., например, [2]), так как смех может быть вызван, ко всему прочему, щекоткой, употреблением спиртных напитков или наркотических средств и т.п. Смех – всегда реакция личная и не всегда общественная [цит. раб.: 10]. Однако всё комическое смешно. Проблемой комического интересовались с давних пор философия, эстетика, психология, социология, лингвистика. Начиная с Аристотеля, рассматривающего комическое в противоположность трагическому, феномен комического изменяется в ходе исторических эпох, приобретая или теряя те или иные свойства. Исследованием комического занимались и занимаются такие учёные, как А. Шопенгауэр, З. Фрейд, Н.Г. Чернышевский, А. Бергсон, В. Пропп, М. Бахтин, А. Вулис, Б. Дземидок и др. Что же отличает комическое от других проявлений смеха? Социальная значимость и эстетическая природа комического. Поэтому и по сей день комическое рассматривается как эстетическая категория. Комическое выступает как «эстетическая форма критики, заразительно-острая, творчески активная её форма» [7: 154].

Комическое – понятие многогранное, но в его основе всегда лежит противоречие, оппозиция: высокое – низкое, стоящее – недостойное, пристойное – непристойное, важное – поверхностное и т.п. Такие оппозиционные пары создаются в результате противопоставления эстетического идеала чему-то несовершенному. Комическое – это «общественно значимое несоответствие цели средствам, формы – содержанию, действия – обстоятельствам, сущности – её проявлению, претензии личности – её субъективным возможностям и т.д.» [7: 153]. Комическое может воплощаться в таких видах искусства, как музыка, живопись, литература, театр, кино, танец, исключая архитектуру. Предметом комического является человек или олицетворённые предметы, животные, растения и т.п. Поскольку «не существует комического вне собственно человеческого» [1: 11], комическое не характерно для архитектуры.

Жанрами искусства со смыслом 'комическое' являются комедия, частушка, языковая шутка, лимерик, фельетон, анекдот, шарж, карикатура и др. В предлагаемой статье мы рассматриваем смысл 'комическое' (далее – СМ) в демотивационном постере (далее – ДП). ДП представляет собой изображение, состоящее из картинка и двух надписей под ней: одна набрана крупным шрифтом, другая более мелким. Вербальный компонент ДП может быть представлен

только одной надписью. Картинка и надписи помещены в чёрную рамку. Многие ДП социально значимы, так как остро реагируют на все происходящие в обществе события; привлекают внимание к социально важным проблемам; посредством ДП передаётся общественный настрой, рекламируются те или иные стили поведения и ценности.

К видам комического относят юмор, иронию, сатиру, сарказм и гротеск. В.Я. Пропп выделяет два основных вида комического: высший и низший. Первый – сатирический, представляющийся нужным и идейным, имеющим социальную направленность. Вторым – юмористический, не несущий никакой ценности, природный [5: 155]. Мы, вслед за В.Я. Проппом [5] и Ю.Б. Боровым [2], будем рассматривать юмор и сатиру как разные полюса комического, между которыми большое разнообразие оттенков. Так, часть ДП имеют эстетический и развлекательный характер: юмористические – например, ДП на рис. 2. Другая часть – сатирические ДП, остро и резко обличающие социально-нравственные недостатки и пороки, наполненные негодованием и возмущением. Недаром Л.В. Ухова относит ДП к жанру социальной рекламы [6: 31–32]. Примером сатирического ДП является ДП на рис. 1, в котором обыгрываются два абсолютных лексических омонима. Омоним «рак», т.е. «животное класса ракообразных», актуализируется с помощью картинки, второй омоним – «злокачественная опухоль» – с помощью надписи, говорящей о том, что курение приводит к раковым заболеваниям. Данный ДП имеет идейную направленность, создан с целью воздействия на адресата и изменения его образа жизни в сторону правильного. Сатира здесь проявляется не через прямое отрицание и критику курения, а через обращение к языковой игре (далее – ЯИ).

В ДП комическое проявляется в комедийных ситуациях, обстоятельствах, характерах и т.п., которые в свою очередь могут содержать или не содержать ЯИ. В своём исследовании мы делаем основной упор на ДП, включающие ЯИ, под которой нами понимается намеренное отклонение от литературной нормы, сознательный творческий эксперимент, который проводится с целью привлечения внимания и создания экспрессивного эффекта. ЯИ в ДП подразумевает одновременное совмещение нескольких смыслов в одном ДП, объединяющем элементы разных семиотических систем.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Примером ДП с СМ без использования ЯИ может служить ДП «Просто проверяю / Достаточно ли ему комфортно» на рис. 2. Комизм ситуации возникает за счёт противоречия между желаемым и действительным: кот залез

в клетку с хомяком, якобы проверить, как у того дела. Но известно, что в природе между кошками и хомяками существует противостояние, что и лежит в основе создания комического.

Все рассмотренные нами игровые ДП с СМ можно поделить на три группы: ДП, в которых ЯИ реализуется: (1) только в теме и (или) комментарии; (2) только в иконической составляющей (картинке); (3) для создания комического эффекта используется синтез изобразительного и вербального компонентов. Для реализации СМ в ДП используются различные виды ЯИ. ЯИ включает огромный арсенал языковых средств на всех языковых уровнях (см. подробнее: [3]): фонетическом (аллитерация, ассонанс, ономотопея, апокопа, спунеризм, палиндром и др.), графическом («Олбанский язык», совмещение вербальных и иконических элементов, литуратив, панграмма, визуальные неологизмы и др.), морфологическом (обыгрывание неразложимости, аномальности расчленения или усечения словоформ; приписывание иноязычным словам морфологических свойств русских слов; обыгрывание отсутствия того или иного члена парадигмы и др.), словообразовательном («предсказамус-приём»; контаминация; обыгрывание аббревиации; фокус-покус приём; «поросычья латынь»; построение слов с вымышленными корнями; «словообразовательный куст»; создание окказиональных существительных, прилагательных, глаголов и т.п.), лексическом (обыгрывание значений полисемантических слов, омонимов и паронимов; обыгрывание фразеологизмов и прецедентных феноменов; тропы и др.) и синтаксическом (парцелляция, эпифора, симплока, параллелизм, нарушение моделей управления слова и согласования, неграмотное совмещение прямой и косвенной речи, хиазм, зевгма и др.).

Далее рассмотрим виды ЯИ на языковых уровнях в ДП на конкретных примерах. Следует отметить, что орфография и пунктуация в ДП сохранена авторская. На рис. 3 фонетическая языковая игра в ДП создаётся с помощью скороговорки «*Эвакуировал, эвакуировал да не выэвакуировал*». Графический уровень представлен литуративом (зачеркиванием текста) в иконической части со словесным элементом ДП на рис. 4. В ДП на рис. 5 изображён Чак Норрис (Chuck Norris) – знаменитый американский актёр, исполняющий главные роли в фильмах-боевиках и пользующийся большой популярностью в современном англоязычном интернет-пространстве. В надписи ДП наблюдается морфологическая игра, созданная путём обыгрывания неразложимости имени собственного: подходящее по ситуации слово «Chessmate» («партнёр по шахматам») преобразовывается в «ChuckMate» в соответствии с именем героя. В ДП на рис. 6 мы имеем дело с фокус-покус приёмом, в котором рифмуются созвучные слова: «*Сосуляка-напугака*». В ДП на рис. 1 два вида лексической игры: обыгрывание омонимов «рак» и обыгрывание прецедентного феномена – использование неполной фразы из рекламы стирального порошка «*Тогда Я иду к Вам*». В ДП «*Неважно в каком ты живёшь мире / Важно какой мир живёт в тебе*» на рис. 7 – синтаксическая языковая игра, представленная хиазмом.

Механизмы СМ комическое в ДП могут быть двух видов. В ДП «*КО-НЕЦ НЕДЕЛИ*» на рис. 8 перед нами эффект обманутого ожидания. Обманутое ожидание основано на предсказуемости и нарушении этой предсказуемости. Ожидание зависит от линейного, нормативного толкования текста или ситуа-

ции в соответствующей культуре, сводах правил, традициях; от общепринятых или личных сценариев тех или иных событий, ситуаций и т.п.; от инертного восприятия следующих друг за другом элементов текста.



Рис. 4

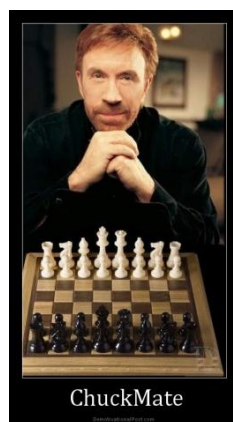


Рис. 5



Рис. 6

В ДП на рис. 8 в иконической части изображён дорожный знак, обозначающий «Конец населённого пункта»: на табличке перечёркнуто слово «ПЯТНИЦА». Однако вместо логически соответствующей картинке надписи предлагается совершенно неожиданная, приводящая к созданию нескольких смысловых планов, что нарушает линейность сообщения и, вследствие этого, ожидания адресата, вынуждая его отказаться от привычных фреймов поведения.



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9

Обратный описываемому выше процесс представлен в ДП на рис. 9. При первом обращении к ДП, к более яркой его части – картинке – перед реципиентом возникает своего рода загадка, в данном случае – графический приём – «клавиатурные кальки» (сочетания кириллических букв, получающиеся в результате набора английских слов при русской раскладке клавиатуры) – «РЩДДНЦЩЦВ». Только после прочтения и осмысления надписи «Переключись на английский!» становится понятным, что имелось в виду.

При интерпретации ДП с СМ важным фактором является сам адресат, так как «смех осуществляется при наличии двух величин: смешного объекта и смеющегося субъекта – человека» [5: 18]. Наличие у реципиента экстралингвистической и логической пресуппозиций, определённого жизненного опыта, знаний об объекте, учёт национальных и социальных особенностей данного ДП являются необходимыми для обнаружения смыслов, заложенных в этом ДП. Языковая игра с СМ в демотивационных постерах: (1) выполняет разнообразные функции: эстетическую, экспрессивную, развлекательную, оценочную, индивидуализующую, людическую (игровую), парольную, смыслообразующую, языкотворческую, поэтическую, обличающую, функцию привлечения внимания, функцию воздействия на адресата с целью изменения его представлений о действительности; (2) всегда создаётся намеренно и целенаправленно. Известно, что не все случаи, в которых актуализируются одновременно оба значения полисемантических слов или оба омонима, можно считать ЯИ, так как второе значение или омоним могут не осознаваться читающими и являться случайным совпадением (см., например, [4: 91]).

Список литературы:

1. Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992. 127 с.
2. Боров Ю.Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М.: Искусство, 1970. 268 с.
3. Викторова О.А. Средства создания языковой игры // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. 2015. Вып. 31. С. 202–211.
4. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избр. тр. М.: Гнозис, 2005. 543 с.
5. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Искусство, 1976. 183 с.
6. Ухова Л.В. Теоретические проблемы исследования эффективности рекламного текста: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. Ярославль, 2013. 43 с.
7. Эстетика: Словарь / под общ. ред. А.А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989. 447 с.

COMIC PHENOMENON AND ITS REALIZATION IN A DEMOTIVATIONAL POSTER

O.A. Victorova

Tver State University, Tver

The article analyzes the comic phenomenon as well as discovers its formation peculiarities in demotivational posters with the help of language game.

Keywords: *laughter, comic, humour, satire, demotivational poster, language game, linguistic means, linguistic levels, effect of failed expectations.*

Об авторе:

ВИКТОРОВА Олеся Александровна – аспирант кафедры теории языка и перевода Тверского государственного университета, e-mail: olesia.viktorova@gmail.com.

