

УДК 81'42

Уланович О. И.,
Змитракович С. В.

Минск, Беларусь

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ И
ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ГРАНИЦЫ
ЮМОРА В ПАРАДИГМЕ
КОМИЧЕСКОГО**

Аннотация. Рассматривая юмор в качестве базовой категории в парадигме комического, авторы определяют его семантические и эстетические границы и ключевые средства создания комического эффекта в кинодиалоге.

Ключевые слова: комическое, парадигма комического, юмор, остроты, ирония, сатира, сарказм, парадокс, алогизмы.

Сведения об авторах: Уланович Оксана Ивановна, кандидат психологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода.

Место работы: Белорусский государственный университет.

Змитракович Стефания Валерьевна, студентка 4 курса факультета социокультурных коммуникаций БГУ.

Контактная информация: 220030, Беларусь, г. Минск, пр. Независимости, д. 4.
e-mail: oksana.ulanovich@mail.ru

Код ВАК 10.02.01

Ulanovich O. I.,
Zmitrakovich S. V.

Minsk, Belarus

**SEMANTIC AND AESTHETIC
PARAMETERS OF HUMOR IN
THE FRAMEWORK OF
COMICALITY**

Abstract. Considering humor as a basic category in the framework of comicality the authors define its semantic and aesthetic features and key verbal means of creating a comic effect in the film dialogue.

Keywords: the comic, the paradigm of comic, humor, witticisms, irony, satire, sarcasm, paradox, alogisms.

About the Authors: Ulanovich Oksana Ivanovna, Candidate of Psychology, Associate Professor of the Chair of Theory and Practice of Translation.

Place of employment: Belarusian State University.

Zmitrakovich Stephaniya Valerievna, 4th year student of the BSU Social and Cultural Communications department.

Неизменный многолетний интерес фактически всех антропологических дисциплин к проблеме вербального комического парадоксальным образом сочетается с отсутствием его четкого понимания и категоризации видов в парадигме комического. Как в словарях, так и в научных трудах доминирует определение одного вида комического через другой: острота – интеллектуальная шутка с двойным дном; ирония – изящное лицемерие, завуалированная насмешка;

сарказм – злая ирония; сатира – бичующая, обличающая ирония и т.п. Подобный подход прижился и в англоязычных дефинициях: humor – the quality of being amusing or comic; sarcasm – a sharp and often satirical or ironic utterance; satire – the use of humor, irony, exaggeration, or ridicule to expose and criticize people's stupidity or vices; witticism – a cleverly witty and often biting or ironic remark. Неудивительно, что мы по-прежнему столь далеки от какого-либо даже намека на четкость определения эстетических и семантических границ видов комического. Однозначно одно – объединяющим в многообразии проявлений комического является *смех*, который, имеет разный характер и различную направленность в каждом из видов и жанров комического.

Основой предлагаемой нами парадигмы комического выступает отмеченный польским ученым Б. Дземидоком постулат: «классификация комического должна учитывать как степень сложности формы комического, так и меру заключенного в ней критицизма» [Дземидок 1974: 66]. Отсюда, беззлобный, добродушный, но не «беззубый» смех в формате эстетичных формулировок присущ *юмору*. *Острота* – изящный и эстетичный синтез любезности и колкости, лести и насмешки, смех, вовсе не обличающий и не унижающий объект осмеяния, но апеллирующий к гибкости ума третьего участника ситуации остроты. *Ирония* – снисходительная насмешка над диссонансом реального и идеального, идейно-эмоциональная оценка и форма эстетических взаимоотношений ироника и объекта (действительности). *Сатира* – социально ценностная, насмешливо-поучающая, морализирующая и критикующая форма осмеяния. *Сарказм* – злобный, ликоущемляющий и унижающий, никак не воспитательно-поучающий, но лично конфликтный смех с пафосом отрицания.

В представленной парадигме *юмор* – базовый вид комического, предшествующий в онтогенезе чувства юмора всем остальным и весьма позитивно характеризующий человека и общество в случае проявления юмора как типовой черты социальной коммуникации.

В. И. Карасик четко подмечает в функциональной значимости юмора его возможность быть удобным способом

«адаптации человека к меняющимся обстоятельствам», удачной реакцией на неожиданное (даже конфликтное) развитие событий, способом примирения с действительностью, причем «с переживанием положительных эмоций» [Карасик 2004: 87].

Определение эстетических и семантических границ юмора диктует важность акцентирования его важнейшего качества – легкость и изящество формулировок, имеющих целью не унижение собеседника, а завоевание его расположения или разрядку обстановки. Объект юмора, в отличие от сатиры, иронии и сарказма, выступая объектом смеха, не утрачивает при этом своей привлекательности. Юмор эстетичен как в плане вербального воплощения, так и в плане умеренной имплицитности: юмор не демонстрирует интеллектуальное превосходство, не бросает вызова эрудиции собеседника, привлекателен для всех участников шутки.

По мнению Ю. Борева, «подлинное чувство юмора всегда опирается на высокие эстетические идеалы»: отсутствие таковых трансформирует юмор в скепсис, цинизм, скабрёзность [Борев 2002: 56] – иные более критичные и категоричные виды комического.

Уникальность юмора и в том, что в отличие от других видов комического, в основе которых восприятие противоречий между истиной сущностью и формой выражения, фактом и мифом, реальным и идеальным, сводящее мнимо значимое к несущественному, юмор ориентирован на способность собеседника видеть значимое в неприглядном, выразительное в несовершенном. Так, если в *иронии* сквозит неявный, иносказательный антитезис за притворным одобрением, а *острота* как лестный отзыв / комплимент для адресата, в действительности оказывается колкостью адресанта и тестом на проницательность ума для третьего (созерцающего) участника акта остроумия, то юмор в действительности раскрывает значительность чего-то через шутливое его порицание, при этом смеющийся не дистанцируется от смеховой ситуации, а является ее частью:

Tim: *Mum, this is Mary.* – ‘Мам, это Мэри?’

Mum: *Oh, no. Good Lord, you're pretty.* – ‘О, Боже! Ты такая красавица!’

Mary: *Oh, no. It's just ... I've got a lot of mascara and lipstick on.* – ‘О, нет. Это просто... Много туши и... губная помада’.

Mum: *Let's have a look... Oh yes, good. It's very bad for a girl to be too pretty. It stops her developing a sense of humour.* – ‘Так. Посмотрим... Ну, ладно. Хорошо. Девушке вредно быть очень привлекательной. От этого у нее пропадает чувство юмора или индивидуальность’ (х/ф «Бойфренд из будущего»).

Эта дуальная природа юмора проявляется и в наши дни. Посредством юмора можно мягко и весьма корректно указать на недостатки, его цель – помочь собеседнику избавиться от них без укора или какого-либо намека на «потерю лица», т.е. юмор может выступать средством непрямого, косвенного влияния на собеседника. В приведенной ниже ситуации обсуждения собеседниками перспективы брака, наблюдается несовпадение позиций: мужской – неприятия брака и женской – корректного намека на иное «правильное» отношение к браку:

Jeff: *She wants me to marry her* – ‘Она хочет, чтобы я на ней женился’.

Stella: *That's normal* – ‘Ну так это нормально’.

Jeff: *I don't want to* – ‘Но я не хочу’.

Stella: *That's abnormal.* – ‘А вот это уже нет’ (х/ф «Окно во двор»).

Юмор обладает мирозерцательным характером, который не столь очевиден в сатире, иронии, сарказме. В юмористическом мирозерцании интегрируются наблюдательность, медиативность, умозрительность, некоторая пассивность (отсутствие динамики, ритма, темпа), некоторая романтичность и легкость:

– *Well, if you're not busy, would you like to join me?* – Составьте мне компанию, если Вы не очень заняты.

– *Busy? Honey, I haven't been busy since 1978* – Очень занят? Да я с семьдесят восьмого года совершенно свободен (х/ф «Отпуск по обмену»).

Важно заметить, что от других видов комического юмор отличается также и тем, что он сам по себе вполне самодостаточен и не требует неких внешних отражателей, «его

процесс осуществляется уже при наличии одного только человека; участие другого не прибавляет к нему ничего нового» [Фрейд 1995: 112].

Проанализировав 35 контекстных примеров, используемых персонажами в кинодиалогах англоязычных фильмов и отнесенных нами к категории юмора, мы можем утверждать о богатстве эстетической словесности юмора, воплощающемся в речевой манифестации юмора через стилистику *алогизма, каламбура, парадокса, авторских окказионализмов, фигур речи (антитеза, анафора, эпифора, хиазм, гротеск)*, а также *фигур мысли (риторическое обращение)* и т. д.

Юмор выступает одним из способов парадоксального восприятия действительности, что подразумевает способность видеть в окружающем мире явные и неявные противоречия и реагировать на них со смехом. Не случайно **алогизм** и **парадокс** выявлены нами как наиболее активные вербальные средства языкового воплощения юмора.

АЛОГИЗМ трактуется как художественный прием, использующий намеренное нарушение в речи логических связей с целью создания стилистического эффекта (комического):

Jane Smith: *If you don't like the curtains we can take them back* – ‘Если тебе не нравятся эти занавески, мы можем их вернуть’.

John Smith: *All right, I don't like them* – ‘Хорошо, мне не нравятся эти занавески’.

Jane Smith: *You'll get used to them.* – ‘Ты к ним привыкнешь’ (х/ф «Мистер и миссис Смит»).

Сопоставимость алогизма и **парадокса** (странное мнение, высказывание, противоречащее (иногда только на первый взгляд) здравому смыслу) объясняет некоторую субъективность в их дифференциации. Так или иначе, ситуации комического, демонстрирующие по нашему убеждению **парадокс**, являются классическими образцами беззлойной, легкой веселости:

Manny: *Must you drink so much?* – ‘Тебе обязательно пить столько вина?’.

Bernard: *How else we will get candles in empty wine bottles? There's two for you, get stuck in* – ‘Конечно! А как еще мы поставим свечи в пустые винные бутылки? На вот

парочку, поднапрягись!» (х/ф «Книжная лавка Блека»).

Не менее распространенным средством формирования комического эффекта является **каламбур** – разновидность языковой игры на основе нарочитой двусмысленности семантики лексем, двуплановой семантической проекции в высказывании. В следующем примере основу шутки формирует семантическая двуплановость глагола «to find»: 1) *to find* – ‘иметь мнение, оценивать’ и 2) *to find* – ‘находить / отыскивать / обнаруживать’ (прямое значение):

Lionel Shahbandar: *So, how do you find London?* – ‘Ну, и как Вы находите Лондон?’.

PJ Puznowski: *Well, everybody knows the answer to that one. You turn right at Greenland.* – ‘Ага, на этот вопрос все знают ответ. **Просто поворачивайте направо от Гренландии**’ (х/ф «Гамбит»).

В следующем примере улыбку вызывает тонкое замечание о вкусовых предпочтениях говорящего, что вербально воплощается с помощью **хиазма** – крестообразного изменения последовательности элементов:

Jimmy Tree: *I slipped a bit of gin and tonic into the herbal tea. Interested, Mr. Ballinger?* – ‘Я плесну немного джина с тоником в травяной чай?’.

Fred Ballinger: *No, thanks. I'd prefer a bit of herbal tea slipped into a gin and tonic.* – ‘Не нужно, спасибо. **Я бы предпочел, чтобы в джин с тоником плеснули травяного чаю**’ (х/ф «Молодость»).

Стилистический анализ экспериментального корпуса позволил обнаружить, что часто сценаристы обращаются к интегративному использованию фигур речи для создания комического эффекта в персонажной речи киногероев: *синтаксическому параллелизму, анафорическому повтору, восходящей градации, амплификации* («нанизывание» синонимических определений, сравнений) и т.д. В следующем юмористическом диалоге смех вызывает полярность женского и мужского мнений касательно брака, что вербально задается интегративным использованием **параллелизма** и **антитезы** (‘to find’ – ‘to lose’) и переводит потенциальную размолвку в разряд неконфликтной шутки:

Stella: *Maybe one day she'll find her happiness* – ‘Возможно, когда-нибудь **она** **найдет** **свое** **счастье**’.

Jeff: *Yeah, some man'll lose it* – ‘Да, ну а **какой-то** **мужик** **его** **потеряет**’ (х/ф «Окно во двор»).

В следующем юмористическом диалоге комизм ситуации задается использованием наряду с *синтаксическим параллелизмом* и *анафорой авторского окказионализма* – аграмматизма: формы сравнительной степени ‘gooder’ – ‘**хорошее**’:

Bernard: *Old wine is good wine* – ‘Старое вино – хорошее вино’.

Manny: *Ah, but expensive wine is good wine* – ‘О, но хорошее вино – это дорогое вино’.

Bernard: *Ah, but the older it is, the better it is* – ‘О, однако чем оно старше – тем лучше’.

Manny: *Yes, but the more expensive it is, the gooder it is* – ‘**Это да, но чем оно дороже – тем хорошее**’ (х/ф «Книжная лавка Блэка»).

Можно заключить, что выделить какое-либо доминирующее средство при создании юмора затруднительно в силу органичного взаимодействия лексико-семантических, грамматико-синтаксических и фоностилистических средств в ситуациях безобидной, добродушной и легкой насмешки. Тем не менее, относительное (но не абсолютное) доминирование *парадокса* и *алогизма* позволяет говорить о юморе как о способе парадоксального восприятия и видения мира.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Борев Ю. Б. Эстетика: учебник. – М.: Высшая школа, 2002. – 511 с.

Дземидок Б. О комическом: пер. с польского. – М.: Прогресс» 1974. – 224 с.

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2004. – 390 с.

Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному // Художник и фантазирование: сб. ст.: перев. с англ. – М.: Республика, 1995. – С. 20-128.