

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ВИДЕОВЕРБАЛЬНОМ ТЕКСТЕ

*В данной статье рассмотрены лексические средства создания комического в юмористическом видеовербальном тексте.*

**Ключевые слова:** юмористический видеовербальный текст, лексические средства создания комического.

В современной культуре наблюдается стремительный процесс креолизации текстов. Сугубо вербальные тексты встречаются все реже, а изображение из подчиненного источника информации превращается в равноправный компонент текста.

Впервые такого рода тексты были описаны в психолингвистике, где и возник термин «креолизованный текст». С точки зрения лингвистики текста они рассматривались в работах Е.Е. Анисимовой, Г.Г. Слышкина, О.В. Поймановой, М. М. Давыдовой. В исследовании Ю.С. Чаплыгиной приводится подробная типологизация креолизованных текстов. В их «семью» она включает газетные статьи, включающие фотографии; комиксы; лубок; карикатуру; изобразительную рекламу; фильмы [Чаплыгина 2002, 38-39].

Мы исследовали комедийный сериал как особый тип креолизованного текста, а именно, как юмористический видеовербальный текст. Юмористический ВВТ состоит из объединенной смысловой связью последовательности знаков, относящихся к знаковым системам двойного рода: естественного языка и иконической. Он создается носителем ККМ (комической картины мира) и характеризуется полиинформативностью, игровым характером и смеховым отношением [Мишина 2007, 83].

Маркерами смехового отношения, заложенного в юмористическом ВВТ, могут быть и слово, и изображение. Так, например, появление на экране эксцентричных персонажей, смешных костюмов или странной обстановки часто вызывает смех в комедии положений. Вспомним персонажей Чарли Чаплина, которому удается смешить зрителей, не говоря ни слова.

Материалом нашего исследования стал английский юмористический сериал «Monty Python Flying Circus». В летающем цирке «Монти Пайтон» абсурдные ситуации и чудные персонажи также способствуют созданию комического эффекта, но именно языковая игра чаще всего вызывает смеховую реакцию и придает данному юмористическому ВВТ уникальность. Свидетельство этому мы находим в книге Д.Кристалла «Language Play», где он пишет [Crystal 2007, 107]:

*In the world of Monty Python, no area of the language is sacrosanct. Although many of the sketches are based on absurd situations, a large number gain their effect only through the use of funny words, exaggerated regional accents, deliberately inappropriate lexicon, the excessive use of single sentence pattern – or just breaking the normal rules of linguistic interaction...*

Нарушение общепринятых правил выбора и употребления языковых средств лежит в основе языковой игры, предложенной создателями сериала. Она охватывает все уровни языка от фонемы до целого текста. На каждом из уровней встречаются несоответствия, неточности и отклонения от нормы. В данной статье мы подробно остановимся на лексических несоответствиях.

Лексические средства создания комического мы рассматриваем в рамках понятия фигура. Как отмечает В.П. Москвин, фигура есть использование языка в целях усиления выразительности речи или для воздействия ее на адресата [3:30]. Все разнообразие лексических приемов создания комического в нашем материале мы разделили на две большие группы: фигуры мысли и фигуры слова. Остановимся подробнее на каждой из перечисленных групп.

В основе фигуры мысли лежит определенная речемыслительная, в частности, логическая операция: противопоставление, уточнение, сравнение, оценка, определение (логическая дефиниция), описание и т.п. Но в юмористическом ВВТ в ходе речемыслительной операции происходит преднамеренный сбой, что приводит к разного рода неточностям и ошибкам, затрагивающим содержание номинативной единицы. Эти преднамеренные уловки, а именно эквивокация, шутовое толкование, шутовое перефразирование, игра с внутренней формой слова и метафора вызывают комический эффект. Приведем примеры.

**Эквивокация** – подмена лексического значения слова - используется авторами «летающего цирка» для нарушения правил ведения диалога, когда один из собеседников отвлекает из речи другого иной смысл, чем тот в нее вкладывал, что и является источником комизма.

Интересный пример мы встречаем в скетче «Registry Office», где сталкиваются значения глагола *to get married*. Посетитель употребляет глагол *to get married* в значении *to perform a ceremony of marriage for two people* [9], он сообщает служащему загса о том, что он желает провести церемонию регистрации брака, а служащий загса воспринимает его реплику как предложение руки и сердца – *to take a person into marriage*, что и вызывает комический эффект.

*First man: Er, excuse me, I want to get married.*

*Registrar: I'm afraid I'm already married, sir.*

*First man: I just want to get married.*

*Registrar: I could get a divorce, I suppose, but it'll be a bit of wrench.*

*First man: Er, no, no. That wouldn't be necessary because ...*

*Registrar: You see, would you come to my place or should I have to come to yours, because I've just got a big mortgage.*

*First man: No, no. I want to get married here.*

*Registrar: Oh dear. I had my heart set on a church wedding.*

Другой пример эквивокации в скетче «Conquistador Coffee Campaign» основан на том, что слово *badly*, в данном контексте означающее *to a great or serious degree*, трактуется как *in a bad manner*.

*Boss: Now, I've had the managing director of Conquistador to see me this morning and he's very unhappy with your campaign. Very unhappy. In fact, he's shot himself.*

*Frog: Badly, sir?*

*Boss: No, extremely well.*

На комическом переосмыслении также основан **прием шутливых толкований**, когда подчеркивается несоответствие названия описываемому объекту. В скетче «Llamas» зритель встречает следующее определение слова *llama*:  
*The llama is a quadruped which lives in the big rivers like Amazon. It has two ears, a heart, a forehead, and a beak for eating honey. But it is provided with fins for swimming.*

Оно идет в разрез с общепринятым представлением о том, как выглядят ламы, т.к. у них нет клюва *beak* и плавников *fins*.

Наряду с шутливыми токованиями в юмористическом ВВТ используются **шутливые перифразы**, когда вместо прямого названия предмета дается его описание. Так, например, полицейский из скетча «Police Raid» вместо слова вещественное доказательство *evidence* употребляет в речи его перефразированные варианты *certain substances, certain substances of illicit nature, certain substances to be removed for clinical tests*.

*Policeman: I have a reason to believe that there are certain substances on the premises.*

*Young man: Well what sort of substances?*

*Policeman: Er... certain substances of illicit nature.*

*Young man: Er, could you be more specific?*

*Policeman: I beg your pardon?*

*Young man: Could you be 'clearer'?*

*Policeman: Oh, oh... yes, er... certain substances on the premises to be removed for clinical tests.*

**Игра с внутренней формой слова** так же является источником комического в рассматриваемом юмористическом ВВТ. Она становится возможной благодаря условности связи между внешней формой слова (звучанием) и его внутренне-смысловой стороной (значением). Это позволяет автору юмористического текста придать слову иной смысл слова и сигнализировать об этом зрителю.

«Слово особенно звучит, - писал В. Хлебников, - когда через него просвечивает иной, «второй смысл», когда оно стекло для смутной, закрываемой им тайны, спрятанной за ним. Тогда через слюду обыденного смысла светится второй, сверкая темной изгой в окне слов» [3:228].

В скетче «Exploding Penguin on TV» источником комического является смысловое объединение в одном контексте разных значений слова *on* как предлога – *showing a position in relation to the surface* и как наречения – *happening or going to happen*.

*First Pepperpot: What's that on the television then?*

*Second Pepperpot: Looks like a penguin.*

*First Pepperpot: No, no, no. I didn't mean what's on the television set, I meant the programme.*

*Second Pepperpot: Oh.*

Смысловая двуплановость является отличительной чертой еще одной фигуры, а именно **метафоры**. А. Ричардс заметил, что содержательный план метафоры составляют «две мысли, которые касаются различных предметов, но действуют сообща» [Москвин 2005, 154].

В юмористическом ВВТ комический эффект появляется при взаимодействии прямого и скрытого значения метафорического наименования, поэтому смеховая реакция воз-

можно только в том случае, если зритель сумеет разгадать, какие две мысли, касающиеся различных, объектов поддерживаются одним словом.

В скетче «Guidance Counsellor» слово *disease* приобретает комическую окраску при столкновении его прямого значения – *an illness or unhealthy condition caused by infection or disorder* с переносным – *the work of an accountant*. Двуплановость содержания слова должна привести зрителя к мысли о том, что работа бухгалтера является тяжелым заболеванием.

*Counsellor: Well this is just one of the all too many cases on our books of chartered accountancy. The only way that we can fight this terrible debilitating social disease, is by informing the general public of its consequences, by showing young people that it's just not worth it.*

Вторую группу лексических приемов создания комического представляют фигуры слова, в основе которых лежит акт использования номинативной единицы в целях усиления выразительности речи [Москвин 2005, 80]. В юмористическом ВВТ «Monty Python Flying Circus» источником комического служат следующие словесные фигуры: прием оговорок, игра слов, прием нарочито неясной речи, гипербола и разные виды лексических повторов. Остановимся подробнее на каждом из перечисленных явлений.

Неразличение понятий внутри определенной смысловой сферы ведет к неточному словоупотреблению – речевой ошибке, состоящей в неправильном выборе слова. Случайная неточность является примером речевой ошибки, а нарочитая неточность используется как фигура слова – **прием оговорок**, когда точность «маскируется» под оговорку [Ожегов 1974, 66]. С помощью данной фигуры создатели юмористического ВВТ подают зрителю сигнал о смеховом отношении, заложенном в тексте. Приведем примеры.

В скетче «It's a Man's Life in the Modern Army» оговорку *pig's life* вместо *man's life* допускает полковник, раскрывая тем самым настоящее отношение авторов сериала к данной теме, что и вызывает комический эффект.

*Colonel: Quiet. Quiet. Now wait a minute. I have already warned this programme about infringing the Army copyright of our slogan 'It's a pig's life ...man's life in the modern army'.*

Другой пример из скетча «It's the Arts», когда, перечисляя фамилии композиторов, ведущий упоминает слово *panties*, что снижает общий серьезный тон повествования и придает ему комическую окраску.

*Figgis: Beethoven, Mozart, Chopin, Liszt, Brahms, Panties ... I'm sorry ... Schumann, Schubert, Mendelssohn and Bach.*

В юмористическом ВВТ «Monty Python Flying Circus» обыгрывается не только точность речи, но и такое важное качество как ее ясность, понятность, доходчивость. Автор античной риторики пишет: «Ясность выражений есть то, что делает речь понятной и прозрачной». С другой стороны непонятные слова, о смысле которых только догадываешься, по мнению античных ученых «производят впечатление особо сильное» [Хазареров 2002, 205]. Поэтому **нарочито неясную речь** можно рассматривать как особый прием, который в нашем материале используется для создания комического эффекта. Приведем примеры.

В скетче «Restaurant» источником комического является нарочито неясная речь посетительницы ресторана. Для выражения простой мысли о том, что ей не нравится, когда кто-то много разговаривает, она использует редкие книжные слова, такие как

*vent* – to express, *loquacity* – liking to talk, *extraneous* – irrelevant, *bombastic* – insincere, *circumlocution* – the use of unnecessary number of words.

She: *Quite frankly I'm against people who give vent to their loquacity by extraneous bombastic circumlocution.*

Книжная лексика «затемняет» истинный смысл высказывания и придает тривиальному суждению окраску глубокомысленности, что и вызывает комический эффект.

Еще один прием, свидетельствующий об игровом характере английского языка – это стилистически оправданный повтор, или в трактовке В.П. Москвина, **фигура нарочитого однообразия** [Москвин 2005, 400]. Использование «оправданных» повторов, по мнению, Ф. Миклошича, «облегчает слушателю запоминание и усиливает впечатление» [Москвин 2005, 400]. Наш материал показывает, что повторы широко используются как средство создания комического. Приведем примеры повторов на лексическом уровне.

Лексические повторы являются отличительной чертой скетча «Spam», где обыгрывается речевой жанр приема заказа от клиента в ресторане. Посетитель просит официантку рассказать, что есть в меню. И слышит в ответ:

*Well, there's egg and bacon; egg sausage and bacon; egg and spam; egg bacon and spam; egg bacon sausage and spam; spam bacon sausage and spam; spam egg spam spam bacon and spam; spam sausage spam spam bacon spam tomato and spam; spam spam spam egg and spam; spam spam spam spam spam spam baked beans spam spam and spam ...*

Основным блюдом в меню оказывается консервированный колбасный фарш торговой марки SPAM (*Spam trademark - a type of inexpensive processed meat made from ham and sold in cans. Spam was first sold during World War II and was especially popular in the period after the war* [Longman Dictionary 1992]). Это обстоятельство кажется странным. Маловероятно, чтобы в современном ресторане подавали дешевые консервы периода второй мировой войны. Нелепость происходящего усиливается многократным повторением слова spam. Лексический повтор придает словам официантки избыточность. Каждое новое упоминание слова spam не несет дополнительной информации, а возвращает нас к уже услышанному.

Когда же озадаченный посетитель спрашивает, есть ли в меню что-нибудь без колбасного фарша: «*Have you got anything without spam in it?*»; то к своему удивлению получает предложение попробовать блюдо, состоящее из колбасного фарша, яиц, колбасы и колбасного фарша, т.к. в нем меньше колбасного фарша, чем в других блюдах: «*Well, there's spam egg sausage and spam, that's not got much spam in it*». Новые повторы слова spam создают ощущение того, что колбасный фарш повсюду и избавиться от него нет никакой возможности. Об этом свидетельствует продолжение разговора посетителя с официанткой:

1. *Look, could I have egg, bacon, spam and sausage without the spam.*
2. *Uuuuuuggggh!*
3. *What d'you mean uuugggh! I don't like spam.*
4. *Shut up! Shut up! Shut up! You can't have egg, bacon, spam and sausage without the spam.*
5. *Why not!*
6. *No, it wouldn't be egg, bacon, spam and sausage, would it.*

Все попытки клиента заказать блюдо без колбасного фарша оказываются тщетными. Что бы не предлагала официантка, везде есть колбасный фарш. Слово «spam» повторяет-

ся в каждой фразе по нескольку раз, что создает на фонетическом уровне эффект аккомпанемента, сопровождающего текст. Этот «аккомпанемент» схож с назойливым шумом и действует на посетителя как внешний раздражитель. Так постепенно в ходе скетча у слова «spam» появляется дополнительное значение – ненужный объект, который назойливо предлагают. Именно это значение слова «spam» нашло свое распространение в Интернете, применительно к рекламной рассылке.

Об этом упоминает Д. Кристал в книге «Language Play»: «The sketch continues in this vein for quite a while – and lives on in the term *spamming*, now used on the Internet for the unwanted sending of junk e-mail» [Crystal 1998, 108].

Таким образом, в этом скетче лексические повторы не только использовались для создания комического эффекта, но и способствовали появлению нового значения слова *spam*.

Лексические повторы также часто используются авторами «летающего цирка» для создания нарочито пространной речи, содержащей избыточные в формальной или содержательном отношении элементы. Основным приемом построения нарочито пространной речи служит **амплификация**, состоящая в повторе, повторе с добавлением деталей или варьировании номинативных средств [Москвин 2005, 392].

В скетче «Cheese shop» источником комического является нагнетание однородных по содержанию единиц – гипонимов, обозначающих сорта сыра. Весь разговор продавца и посетителя сырной лавки можно было бы свести к двум фразам: Есть ли у Вас сыр? – Извините, нет. Однако посетитель подробно расспрашивает о каждом из сортов сыра, и каждый раз получает отрицательный ответ. Нелепость подобного поведения и вызывает комический эффект.

*Mousebender: Red Windsor?*

*Wensleydale: Normally, sir, yes, but today the van broke down.*

*Mousebender: Ah. Stilton?*

*Wensleydale: Sorry.*

*Mousebender: Gruyere? Emmental?*

*Mousebender: Any Norwegian Jarlsberger?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: Liptauer?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: Lancashire?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: White Stilton?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: Danish Blue?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: Double Gloucester?*

*Wensleydale: ...No.*

*Mousebender: Cheshire?*

*Wensleydale: No.*

*Mousebender: Any Dorset Blue Vinney?*

*Wensleydale: No.*

Еще одной разновидностью амплификации является синонимический повтор - так называемый **плеоназм**. Нанизывание синонимов в скетче «What the Stars Foretell» делает речь героини скетча нарочито многословной и сигнализирует зрителю об игровом характере высказывания.

*Mrs O: No, the stars in the paper, you cloth-eared heap of anteater's catarrh, the zodiacal signs, the horoscopic fates, the astrological portents, the omens, the genethliac prognostications, the mantalogical harbingers, the vaticinal utterances, the fatidical premonitory uttering of the mantalogical omens – what do bleeding stars in the paper predict, forecast, prophecy, foretell, prognosticate...*

В скетче 'Restaurant sketch' синонимические повторы используются для создания фигуры нарочитого преувеличения – **гиперболы**. Гипербола ярко выделяет недостаток вилки, попавшейся посетителю ресторана. Из 'a little bit dirty fork' с помощью синонимических повторов вилка превращается в ужасный гротескный предмет столового сервбра, что и вызывает комический эффект.

*I know. And I'm sorry, bitterly sorry, but I know that... no apologies I can make can alter the fact that in our restaurant you have been given a dirty, filthy, smelly piece of cutlery...*

*It was smelly, and obscene and disgusting and I hate it, I hate it, ... nasty, grubby, dirty, mingy, scrubby little fork. Oh ... oh ... oh...*

Резюмируя вышесказанное, отметим, что языковая игра на лексическом уровне затрагивает как содержание лексических единиц (фигуры мысли - эквивокация, шутивное толкование, шутивное перефразирование, игра с внутренней формой слова и метафора) так и акт использования номинативной единицы (фигуры слова – нарочито неясная речь, повторы, амплификация, плеоназм, гипербола) в целях создания комического эффекта. Обилие разнообразных игровых моментов на лексическом уровне свидетельствует о том, что слово в «легающем цирке» во многом способствует возникновению комического эффекта и вызывает смеховую реакцию у зрителя.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Анисимова Е.Е.* О целостности и связанности креолизованного текста / Елена Евгеньевна Анисимова // Коммуникативная лингвистика: Сб. науч. тр. – М.: МГУ, 1997. – С.31-37.
2. *Мишина О.В.* Средства создания комического в видеовербальном тексте (на материале английского юмористического сериала «Monty Python Flying Circus»). Дис. ... канд. филол. наук.: 10.02.04/ Мишина Ольга Викторовна. - Самара, 2007. – 200с.
3. *Москвин В.П.* Стилистика русского языка / Василий Павлович Москвин. - Волгоград: Перемена, 2005. – 640с.
4. *Ожегов С.И.* Лексикология. Лексикография. Культура речи / Сергей Иванович Ожегов. - М., 1974. – 287с.
5. *Пойманова О.В.* Семантическое пространство видеовербального текста: Дис. ... канд. филол. наук.: 10.02.19 / Пойманова Ольга Валентиновна. - Москва, 1997, - 198с.
6. *Хаззагеров Г.Г.* Политическая риторика / Георгий Георгиевич Хаззагеров. - М.: Никколо, 2002. - 320с.
7. *Чаплыгина Ю.С.* Юмористические креализованные тексты: структура, семантика, прагматика: На материале английского языка: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Чаплыгина Юлия Сергеевна. - Самара, 2002. – 202с.

8. *Crystal D. Language Play / David Crystal. - CUP, 1998. - 205c.*  
9. Longman Dictionary of English Language and Culture. – Harlow: Longman, 1992. – 1528 p.

Стаття надійшла до редакції 14.07.13

**Мишина О.В.**, канд. філол. наук,  
Поволзька державна соціально-гуманітарна академія, Самара, Росія

### ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО В АНГЛОМОВНОМУ ВІДЕОВЕРБАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

*У даній статті розглянуті лексичні засоби створення комічного в гумористичному відеовербальному тексті.*

**Ключові слова:** *гумористичний відеовербальний текст, лексичні засоби створення комічного.*

**Mishina O.V.**, Candidate of Philological Sciences,  
Povolzhskaya State Academy of Social Sciences and Humanities

### LANGUAGE PLAY ON THE LEXICAL LEVEL IN THE HUMOROUS VIDEOVERBAL TEXT

*The article deals with the language play on the lexical level in the humorous videoverbal text.*

**Key words:** *humorous videoverbal text, language play.*

УДК 811.161.1:81'42

**Т. Русенко**, аспірант,  
фил. фак., ДонНУ, Донецк

### ОДОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ КАК ЗНАЧИМЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТРУКТУРЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (на материале рассказа А.П. Чехова «На гвозде» и рассказа И.А. Бунина «Генрих»)

*Статья посвящена анализу одоративных номинаций в рассказе А.П. Чехова «На гвозде» и новелле И.А. Бунина «Генрих» с целью выявления степени их значимости для структурной организации художественного текста.*

**Ключевые слова:** *художественный текст, структурная организация, одоративные номинации.*

Как известно, в ряду прочих функций языка выделяют функцию эстетическую, которая заключается в установке на то, чтобы сообщение своей формой в единстве с со-

© Т. Русенко, 2013