

Вестник Ивановского государственного университета.

Серия: Гуманитарные науки. 2024. Вып. 2. С. 55—63.

Ivanovo State University Bulletin. Series: Humanities. 2024. Iss. 2. P. 55—63.

Научная статья

УДК [811.111+811.161.1]’42

DOI: 10.46726/И.2024.2.7

ПРАГМАСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Елена Николаевна Пастухова

Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, pp98oo@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению вербальных и невербальных способов создания комического эффекта в англоязычных и русскоязычных интернет-текстах, а также специфики их влияния на интернет-пользователей. В ходе исследования были выявлены основные приемы создания комического эффекта в текстах русскоязычного и англоязычного интернет-дискурса, проведено сопоставительное исследование лингвистических средств, используемых для создания комического эффекта в текстах интернет-дискурса на русском и английском языках. Материалом для исследования послужили комические тексты (мемы и антипословицы), отобранные методом сплошной выборки с сайтов социальных сетей, сайтов-сервисов.

В результате исследования установлено, что приемы создания комического эффекта в указанных текстах русскоязычного и англоязычного интернет-дискурса являются общими: языковая игра, прецедентность и использование визуального компонента. Как в русскоязычном, так и в англоязычном интернет-дискурсе комическое выражается на фонетическом, лексико-семантическом и грамматическом уровнях, основным лингвостилистическим средством при этом является каламбур, построенный на омонимии, полисемии, противопоставлении слов с прямым или переносным значением, использовании трансформированных фразеологических единиц. Характерными особенностями функционирования виртуальных комических текстов на русском или английском языках является выбор языковой стилистики, обусловленный социокультурной спецификой пользовательской аудитории.

Ключевые слова: комические тексты, мемы, антипословицы, каламбур, прецедентность

Для цитирования: Пастухова Е.Н. Прагмастилистические особенности передачи комического в англоязычном и русскоязычном интернет-дискурсе // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2024. Вып. 2. С. 55—63.

В современном мире, характеризующемся процессами глобализации и цифровизации, особую популярность приобретает интернет-юмор, который процветает на сайтах социальных сетей, специальных сайтах, посвященных юмору, и на веб-страницах, ориентированных на образовательно-развлекательную или информационно-развлекательную деятельность.

Интернет-юмор, как и другие формы культурной коммуникации в этой среде, передается от человека к человеку и может масштабироваться (быстро или постепенно, в зависимости от комического потенциала и других характеристик) в общее социальное явление, дающее представление о предпочтениях и идеях людей, которые активно его создают и используют. При этом интернет-

пользователи не являются пассивными наблюдателями, а участвуют в создании, редактировании и обмене данным контентом.

Универсальные характеристики комических текстов в англоязычной и русскоязычной интернет-среде и их социокультурная специфика была рассмотрена ранее [Пастухова]. Данная работа посвящена изучению и систематизации того, какие способы и приёмы создания комического используют представители разных культур — русско- и англоговорящие пользователи Интернета. В процессе исследования были изучены прагматилистические особенности способов передачи комического в самых распространенных типах комических текстов в интернет-дискусе — интернет-мемах и антипословицах.

Интернет-мемы стали важной частью социальной жизни в современном онлайн-мире, выполняя множество социальных ролей. Нередко они являются первыми новостными текстами, к которым люди обращаются, когда происходит что-то важное; дают возможность проявлять творчество и юмор в социальной сфере. Популярность мемов объясняется тем, что они позволяют высказать свое мнение на самые разные темы, будь то поп-культура, общие повседневные темы или текущие политические события. С их помощью пользователи Интернета знакомятся с актуальными «горячими» и обсуждаемыми вопросами, при этом используя как критические, так и абсурдные мета-комментарии.

Интернет-мем представляет собой спонтанное, «вирусное» распространение информации в интернет-пространстве. Важным стилистическим приемом создания комического эффекта в меме является каламбур.

Англоязычный текстовый мем *“What is your favorite form of cardio? — Jumping to conclusions”* построен на фразеологическом каламбуре. В первой реплике говорящий спрашивает, какой вид кардио-тренировок предпочитает его собеседник. Комический эффект данного мема становится очевидным, если реципиент адекватно воспринимает полисемию глагола *to jump* — «прыгать» (как вид тренировки) и его значение в составе идиомы *jump to conclusions* — «делать выводы» (как мыслительный вид деятельности).

Мем *“Don’t hate me just ‘cuz I’m a little cooler”* с изображением маленького переносного холодильника (рис. 1) является примером мема с использованием лексического каламбура. В данном примере обыгрываются значения слов *“cool”* и *“cooler”*: *cool* — 1) холодный, прохладный, свежий; 2) особенный, классный, популярный; *cooler* — 1) холодильник, холодильная камера; также в представленном каламбуре используется сравнительная степень прилагательного *“cool”*



Рис. 1

в значении «особенный, классный» [The Oxford English Dictionary]. Примечательно, что мем является типичным представителем группы креолизованных мемов, где без картинки каламбур теряет свой смысл: «Не злись на меня просто потому, что я немного круче». Изображение помогает понять каламбур: «Не злись на меня просто потому, что я маленький холодильник».

Еще одним примером креолизованных мемов является следующий: *“I wondered why the baseball was getting bigger. Then it hit me”* (рис. 2). В основе мема лежит лексический каламбур, который построен на полисемии глагола *“to hit”* 1) ударять, попадать в цель; 2) понять что-л. [The Oxford English Dictionary].



Рис. 2—3

Похожим примером является следующий русскоязычный мем (рис. 3). Это пример графического и лексического каламбура, так как изолированно в устной или в письменной форме комический эффект не очевиден. Автор обыгрывает созвучность словоформы «понеслось» с «пони» и «лось», т. е. акцентирует возможный результат скрещивания этих животных.

Кроме каламбура при образовании мемов используются и другие стилистические приемы, например, зевгма, то есть использование слов, имеющих одинаковую грамматическую, но разную семантическую сочетаемость с другими словами в предложении: “*Are you in love? No, I’m in bed*”. Данный мем построен на алогизме — несоответствии синтаксической и смысловой структуры речи. Комический эффект достигается за счет нарушения сочетаемости слов в выражении *to be in love with smb*. Мем обыгрывает значение фразеологизма «быть влюбленным» и буквальное значение глагола *to be* – «находиться где-то».

Важной характеристикой как русскоязычных, так и англоязычных интернет-мемов является прецедентность. В качестве прецедентных феноменов могут выступать прецедентные имена, высказывания, тексты, ситуации. Большую роль для понимания таких прецедентных феноменов играет наличие необходимых фоновых знаний у автора мема и у реципиента. Иногда прецедентность представлена не эксплицитно, а косвенно, что может быть понятно только определенным группам людей или носителям одного языка. Как правило, прецедентные тексты используются для создания комического эффекта. Прецедентный феномен либо инициирует аллюзию к известной смешной ситуации, заставляя реципиента смеяться, либо обращается к известной несмешной ситуации, которая обыгрывается, переосмысливается в юмористическом ключе.

Вслед за И.В. Захаренко отметим, что структура прецедентного высказывания имеет три уровня: 1) поверхностное значение — складывается из суммы значений составных элементов высказывания; 2) глубинное значение — представляет собой нечто большее, что образует «лексико-семантическую структуру высказывания»; 3) системный смысл — сочетание «глубинного смысла», знаний и представлений о прецедентном тексте или ситуации, которые лежат в основе данного высказывания [Захаренко: 93].

В следующем меме “*Pencils confused him. 2B or not 2B?*” (рис. 4) прецедентность играет решающую роль в понимании его смысла. Данный мем относится к креолизированным текстам, где изображение неразрывно связано с графикой. В данном случае представлен знаменитый английский поэт и драматург Уильям Шекспир, а сам каламбур построен на известной фразе из пьесы «Гамлет», в которой главный герой выражает свои сомнения: “*To be, or not to be*”. Если рассматривать текст мема в буквальном смысле, то речь идет о типе карандашей (маркировка 2B означает определенную степень твердости). Изображение выступает здесь в качестве подсказки на наличие прецедентного текста. Вероятно, люди, незнакомые с творчеством У. Шекспира, не смогут оценить юмор предложенного мема.

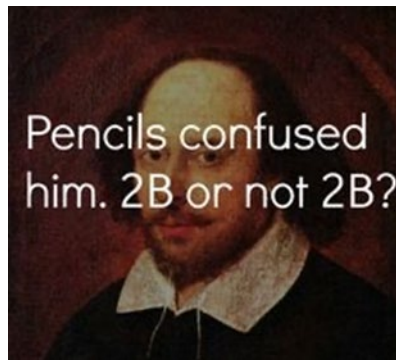


Рис. 4

Для восприятия следующего мема (рис. 5) важную роль играют культурные фоновые знания реципиента.

Delivery Club — крупнейший сервис доставки еды и продуктов, функционирующий только на российском рынке. 20.05.2022 г. российские СМИ сообщили об утечке данных клиентов этого сервиса (любой человек мог получить доступ к адресам, телефонам, заказам того или иного пользователя). Мем содержит лексический каламбур, который изображен на картинке. Человек заказывает в сервисе доставку пиццу и роллов, а ему привозят сливы. В данном случае обыгрывается многозначность словоформы «сливы», где «слив» — выдача конфиденциальной информации заинтересованным лицам.



Рис. 5

Еще один речевой жанр, богатый языковыми средствами создания комического эффекта и активно представленный в интернет-дискурсе, — это антипословица. Антипословица представляет собой стандартную пословицу, преобразованную определённым образом с целью создания юмористического эффекта. Антипословицы возникают в результате замены одного или нескольких компонентов оригинальной пословицы, при этом важно сохранить ассоциацию или сходство с первоначальной формой. Замена слов омонимами, изменение последовательности компонентов (объединение, перестановка), сокращение, дополнение, синтаксическое изменение — основные способы создания антипословиц.

В то время как старые пословицы функционируют в качестве непреложного правила, современные антипословицы призваны преодолеть наивное восприятие традиционной мудрости, для чего авторы нередко заменяют целую часть высказывания. Одна из самых популярных пословиц подобного рода на английском языке *If at first you don't succeed, try, try again* имеет огромное количество пародий. Например: *If at first you don't succeed, blame it on your wife; If at first you don't succeed, do it the way your wife told you; If at first you don't succeed — you are fired.* Комический эффект в данном случае так же, как и в

предыдущих примерах, достигается за счет использования структурно-семантической трансформации — замены нескольких компонентов пословицы для создания несоответствия ожиданиям реципиента, знакомого с оригинальной, исторически существующей пословицей и содержанием нового текста. Стоит отметить, что приведенные примеры содержат в себе четкую прагматическую составляющую, имплицитный смысл, который может быть понят только теми реципиентами, которые знакомы с лежащими в их основе прецедентными текстами.

Многие трансформации пословиц предполагают расширение оригинального текста за счет введения добавочных компонентов, при этом сохраняют первоначальный текст пословицы без каких-либо изменений. Эван Эсар назвал этот тип искаженных пословиц «расширенной пословицей». Он приводит примеры того, с какой легкостью некоторые пословицы (например, “Half the world doesn’t know how the other half lives”) были переделаны в огромное количество антипословиц: Half the world doesn’t know how the other half lives — and it’s none of its business; Half the world doesn’t know how the other half lives, but it has its suspicions; Half the world doesn’t know how the other half lives on the husband’s salary [цит. по: Mieder].

Расширенный тип варьирования и пародирования пословиц также может быть наглядно продемонстрирован с помощью веллеризмов. Веллеризмы, названные в честь одного из персонажей Чарльза Диккенса — Сэмюэля Веллера, особенно распространены в США, Великобритании и Ирландии. Веллеризмы обычно состоят из трех частей: 1) утверждение (которое часто состоит из пословицы или пословичной фразы), 2) говорящий, осуществляющий высказывание и 3) фраза, которая создает неожиданную, надуманную ситуацию. Смысл пословицы обычно искажается в контексте третьей части веллеризма. Таким образом, веллеризм часто пародирует традиционную мудрость пословиц, показывая несоответствие между моралью пословицы и действительностью [Mieder]. Например: “Out of sight, out of mind,” said the warden as the escaped lunatic disappeared over the hill (Out of sight, out of mind); “Tough luck,” said the egg in the monastery, “out of the frying pan into the friar” (ориг.: Out of the frying pan into the fire).

Еще одним распространённым приемом достижения образности и создания комического эффекта в пословицах является метафора, однако в антипословицах смысл метафорической пословицы сужается за счет помещения ее в контекст, в котором она должна быть интерпретирована буквально, т. е. используется связь буквального и метафорического значений: When one door shuts, another opens... that means that you live in a drafty home (ориг.: When one door shuts, another opens); “No friend like a bosom friend,” as the man said when he pulled out a louse (ориг.: No friend like a bosom friend); A bird in hand is probably contaminated with salmonella (ориг.: A bird in hand is worth two in the bush).

Основным стилистическим средством создания комического эффекта в антипословицах является каламбур. Многочисленные пословицы представляют собой хороший материал для создания двусмысленности посредством использования какого-то одного слова, которое является полисемичным (т. е. имеет два и более значений), или двух слов, которые являются омонимами (т. е. имеющие идентичное произношение и написание), тем самым создавая неожиданный комический эффект. В английском языке существует немало полисемичных слов, которые активно используются в образовании каламбуров, например, слово will в пословице Where there’s a will, there’s a way: Where there’s a will, there’s an inheritance tax; Where there’s a will — there’s a delay; Where there’s a will, there’s a wait; Where there’s a will, there’s a won’t. В следующих трех

антипословицах обыгрывается созвучие глагола *lie* (обманывать) и глагола *lie* в значении «быть найденным, существовать»: *Figures don't lie — except on the beach* (ориг.: *Figures don't lie*); *As you have made your bed, why lie about it?* (ориг.: *As you have made your bed, lie in it*); *Truth lies at the bottom of a well, but if it lies, how can it be the truth?* (ориг.: *Truth lies at the bottom of a well*). Список полисемичных или омонимичных слов, используемых в антипословицах, очень большой: *time, shot, rod, blood, miss, bridge, port* и др. Например: “*How time flies,*” *as the monkey said when it threw the clock at the missionary* (ориг.: *Time flies*); *Blood will tell: nobody criticizes your faults quicker than your relatives* (ориг.: *Blood will tell*); *Any port in a storm — preferably expensive port* (ориг.: *Any port in a storm*).

Самый авторитетный на сегодняшний день словарь «Антипословицы русского народа» содержит примеры, в которых комический эффект достигается за счет создания нового смысла уже известной пословицы, в частности, за счет замены одного из компонентов пословицы окказиональным вариантом: Не делай сегодня то, что можно сделать завтра (ориг.: Не откладывая на завтра то, что можно сделать сегодня); Каждый сам кузнец своего несчастья (ориг.: Каждый сам кузнец своего счастья); Каждой твари — по харе (ориг.: Каждой твари — по паре); Игла что дышло: куда повернул, туда и вышла (ориг.: закон что дышло: куда повернул, туда и вышло). Чтобы понять комизм вновь созданных текстов, реципиенту необходимо восстановить первоначальный текст пословицы, т. е. обладать определенными фоновыми знаниями.

В некоторых антипословицах комический эффект создается за счет введения добавочных компонентов при сохранении оригинальной части. Например: С милым рай и в шалаше, если милый атташе (ориг.: С милым рай и в шалаше); Век живи — век учись, а дураком помрешь (ориг.: Век живи — век учись); Тише едешь — дальше будешь от того места, куда едешь (ориг.: Тише едешь — дальше будешь); Истина рождается в споре, но там же и умирает (ориг.: Истина рождается в споре) [Вальтер, Мокиенко].

Большое количество антипословиц в русскоязычном Интернет-дискурсе появилось именно в период пандемии коронавируса в 2020 году и связано с темой коронавируса. Большая часть из них построена на замене одного из компонентов пословицы окказиональным вариантом, в результате чего создается иронический эффект. Например: Одна голова хорошо, а две — не менее полутора метров друг от друга (ориг.: Одна голова хорошо, а две — лучше); Дружба дружбой, а полтора метра врозь (ориг.: Дружба дружбой, а служба службой). Данные антипословицы появились благодаря антиковидным ограничениям, когда в целях предотвращения распространения заболевания расстояние между людьми в общественных местах должно было быть не менее полутора метров. Другие примеры ковидных антипословиц: По маске встречают, по температуре провожают (ориг.: По одежке встречают, по уму провожают); Один в поле не болен (ориг.: Один в поле не воин); Не имей сто рублей, а имей антисептик (ориг.: Не имей сто рублей, а имей сто друзей); Где родился — там и сиди на карантине (ориг.: Где родился — там и пригодился).

Стоит отметить, что фонетический тип каламбура был особенно популярен при создании антипословиц в период пандемии коронавируса. Рассмотрим некоторые примеры: Око за око, Zoom за Zoom (ориг.: Око за око, зуб за зуб) — в данном примере каламбур строится на созвучии слов «зуб» и “Zoom”, так как в период пандемии многие мероприятия проводились именно на этой платформе; А ВОЗ и ныне там... (ориг.: [А] воз и ныне там) — каламбур построен

на полном созвучии существительного «воз» и аббревиатуры ВОЗ, где ВОЗ — Всемирная Организация Здравоохранения.

Адекватное восприятие значения некоторых антипословиц неразрывно связано с изображением. Например, «Рой яму — в джакузи попадешь!» и фотография песка с людьми, роющими ямы (рис. 6). Антипословица построена на оригинальной пословице «Не рой яму другому, сам в нее попадешь» при помощи замены одного из компонентов пословицы окказиональным вариантом. На картинке изображен пляж в Новой Зеландии



Рис. 6

под названием Hot Water Beach, где во время приливов и отливов бьет подземный геотермальный источник, и люди роют большие ямы, которые медленно наполняются горячей водой. Многие туристы ищут этот пляж, чтобы «выкопать яму» для себя. Сама по себе картинка нейтральна в отношении юмористического эффекта, но она взаимодействует с антипословицей, и в результате подтверждает смысл переделанной пословицы.

Поводя итог, следует отметить, что оба рассмотренных типа комических текстов — мемы и антипословицы — в интернет-дискурсе могут быть представлены в виде креолизованных текстов, характеризующихся двумя составляющими: вербальной (речевой) и невербальной. Специфика креолизованного текста выражается в единстве обоих компонентов текста, функционирующих как единая смысловая единица, в невозможности интерпретации одного из них без другого. В отличие от обычного иллюстрированного текста, в таком тексте полнота передаваемой информации достигается за счет одновременного восприятия всех компонентов текста. Визуальный элемент фактически помогает сообщению более эффективно достигать целевой аудитории.

Важный прием создания комического эффекта — использование прецедентности. Прецедентные тексты, которые, как правило, содержат афоризмы, принадлежащие определенной лингвокультуре, могут быть универсальными, национальными (субкультурными, историческими) и микропрецедентными; они используются в речи, проникая в память человека иногда помимо его воли, и проявляются в речевом поведении в виде готовых высказываний. Прецедентные тексты в составе нового текста порождают огромное количество ассоциаций и аллюзий у реципиента, что позволяет в завуалированной форме предоставить больше информации, чем может в себя вместить абсолютно новый оригинальный текст.

Поскольку все исследованные комические тексты в той или иной степени основаны на прецедентности, то есть имеют определенную культурную коннотацию, реципиент должен обладать определенными культурными, политическими и другими дополнительными базовыми знаниями, необходимыми для адекватного восприятия данной коннотации. Источники прецедентности являются общими как для русскоязычного, так и для англоязычного интернет-дискурса — произведения массовой культуры, современные и исторические персоналии, события и ситуации.

Авторский замысел при создании мемов и антипословиц в интернет-дискурсе реализуется за счет прагматических механизмов создания юмористического

эффекта, которые и определяют выбор средств создания комического эффекта. Исследованные тексты интернет-дискурса отличаются ярко выраженной прагматической направленностью, так как все они имеют целью оказать то или иное воздействие на реципиента, а прецедентные элементы, входящие в их состав, отражают специфику современной политической, исторической и культурной ситуации.

Как в русскоязычном, так и в англоязычном интернет-дискурсе основными лингвостилистическими средствами создания комического эффекта являются каламбур, построенный на омонимии, полисемии, противопоставлении слов с прямым или переносным значением, использовании трансформированных фразеологических единиц; ирония как мощное средство обыгрывания коммуникативного смысла и намерения, представляющая собой семантическую инверсию, нацеленную на противопоставление буквального и переносного значения; метафора, интерпретация которой обусловлена социокультурными факторами.

Список источников

- Humor Times. URL: <https://www.humortimes.com/> (accessed: 13.02.2024).
 Superficial Gazette. URL: <https://superficialgazette.wordpress.com/> (accessed: 13.02.2024).
 The Oxford English Dictionary. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/> (accessed: 13.02.2024).

Список литературы / References

- Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы русского народа. СПб: Нева. 2005. 576 с. (Valter H., Mokienko V.M. Anti-proverbs of the Russian people, St. Petersburg, 2005, 576 p. — In Russ.)
- Захаренко И.В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. М., 1997. С. 92—99. (Zakharenko I.V. Precedent statements and their functioning in the text, *Linguistic and Cognitive Problems of Intercultural Communication*, Moscow, 1997, pp. 92—99. — In Russ.)
- Пастухова Е.Н. Типы комических текстов в русско- и англоязычном интернет-дискурсе // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 2. С. 52—59.
- (Pastukhova E.N. Types of Comic texts in the Russian and English Internet Discourse, *Ivanovo State University Bulletin, Series: Humanities*, 2023, iss. 2, pp. 52—59. — In Russ.)
- Mieder W. Anti-Proverbs and Mass Communication: The Interplay of Traditional and Innovative Folklore, *Acta Ethnographica Hungarica*, June 2007, 52 (1), pp. 17—45. URL: https://www.researchgate.net/publication/240763019_Anti-proverbs_and_mass_communication_The_interplay_of_traditional_and_innovative_folklore (accessed: 13.02.2024).

PRAGMASTYLISTIC FEATURES OF CREATING HUMOROUS EFFECT IN THE ENGLISH AND RUSSIAN-LANGUAGE INTERNET DISCOURSE

Elena N. Pastukhova

Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, pp98oo@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the study of the use of verbal and non-verbal methods of creating a comic effect in English-language and Russian-language Internet texts, as well as the specifics of their influence on Internet users. The study identified the main techniques for creating a comic effect in texts of Russian-language and English-language Internet discourse, and conducted a comparative study of linguistic means used to create a comic effect in texts of Internet discourse in Russian and English. The material for the study was

comic texts (memes and anti-proverbs), selected using a continuous sampling method from social networking sites and service sites.

As a result of the study, it was established that the techniques for creating a comic effect in these texts of Russian-language and English-language Internet discourse are common: language play, precedent and the use of a visual component. In both Russian-language and English-language Internet discourse, the comic is expressed at the phonetic, lexical-semantic and grammatical levels, the main linguistic-stylistic means being a pun built on homonymy, polysemy, contrasting words with direct or figurative meaning, and the use of transformed phraseological units. Characteristic features of the functioning of virtual comic texts in Russian or English are the choice of linguistic style, determined by the sociocultural specifics of the user audience.

Keywords: comic texts, memes, anti-proverbs, puns, precedent

For citation: Pastukhova E.N. Pragmastylistic features of creating humorous effect in the English- and Russian-language Internet discourse, *Ivanovo State University Bulletin, Series: Humanities*, 2024, iss. 2, pp. 55—63.

Статья поступила в редакцию 14.02.2024; одобрена после рецензирования 26.02.2024; принята к публикации 30.04.2024.

The article was submitted to the editorial office 14.02.2024; approved after review 26.02.2024; accepted for publication 30.04.2024.

Информация об авторе / Information about the author

Пастухова Елена Николаевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной филологии, Институт гуманитарных наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, pp9800@mail.ru

Pastukhova Elena Nikolayevna — Candidate of Science (Philology), Associate Professor of Foreign Philology Department, Institute of Humanities, Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, pp9800@mail