

Тананыхина Алла Олеговна

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СКАЗОЧНО-ФАНТАЗИЙНОЙ КАРТИНЫ МИРА В АНГЛИЙСКОМ ТЕКСТЕ

Настоящая статья посвящена изучению реализации сказочно-фантазийной картины мира в современной англистике. Одновременно с представленностью в различных жанрах художественной литературы репозиториями сказочно-фантазийной картины мира все чаще становятся и жанры нехудожественной коммуникации - анекдоты и реклама. Наиболее частотными англоязычными сказочно-фантазийными анекдотами являются "анекдоты-загадки" и "анекдоты-пародии", в которых активно используются омоформы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/9-1/47.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 9 (39): в 2-х ч. Ч. I. С. 169-171. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/9-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 821.111

Филологические науки

Настоящая статья посвящена изучению реализации сказочно-фантазийной картины мира в современной англистике. Одновременно с представленностью в различных жанрах художественной литературы репозиториями сказочно-фантазийной картины мира все чаще становятся и жанры нехудожественной коммуникации – анекдоты и реклама. Наиболее частотными англоязычными сказочно-фантазийными анекдотами являются «анекдоты-загадки» и «анекдоты-пародии», в которых активно используются омоформы.

Ключевые слова и фразы: картина мира; сказочно-фантазийная картина мира; англоязычный дискурс; сказка; художественная коммуникация; нехудожественная коммуникация.

Тананыхина Алла Олеговна, к. филол. н.

*Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
allatan@mail.ru*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СКАЗОЧНО-ФАНТАЗИЙНОЙ КАРТИНЫ МИРА В АНГЛИЙСКОМ ТЕКСТЕ[©]

Термин «картина мира» используется в различных областях лингвистики, в том числе в когнитивистике. Этот термин включает в себя большое количество разнообразных признаков, что отражается в разнообразной, многоликой картине авторских вариантов. Следует согласиться с мнением О. А. Радченко о том, что терминологическая диффузность, зыбкость, эфемерность понятия «картина мира» дополняются тем фактом, что термин «картина мира» вовсе не стал аксиоматичным феноменом в лингвистике, хотя его можно считать одним из фундаментальных признаков идиоэтнической парадигмы в современной философии языка [11, с. 141]. По причине этого большое количество работ лингвистов посвящено именно данной проблематике ([2; 3; 6; 9] и др.).

Представляется правомерным определить сказочно-фантазийную картину мира в современном англоязычном дискурсе как совокупность всех сказочно-фантазийных представлений о мире, которая присутствует во многих фантазийных текстах сказочной направленности.

Сказочно-фантазийная картина мира широко представлена в художественной коммуникации, в традиционных, «сказочных» жанрах: в фольклорных [8], литературных [16] и политкорректных сказках [12].

В XXI веке появились англоязычные произведения, написанные в жанре любовного романа, также содержащие фрагменты сказочно-фантазийной картины мира. В настоящее время этот жанр литературы становится чрезвычайно востребованным. Среди авторов этого жанра следует упомянуть авторов серий бестселлеров – С. Майер, М. Марр, Т. Эшли и др. [15].

Большую популярность в наши дни приобретают также романы-триллеры, включающие сказочно-фантазийные элементы. В первую очередь необходимо упомянуть таких авторов этого жанра, как Д. Симмонс, Д. Робинсон, Б. Ааронович и др.

Помимо вышеназванных жанров, сказочно-фантазийные произведения встречаются также в жанре детектива. Следует отметить, что сказочно-фантазийные детективы появились в английской литературе еще в 70-х годах прошлого столетия. Среди авторов произведений, написанных в этом жанре и содержащих сказочно-фантазийные элементы, в первую очередь следует упомянуть Р. Гаррета, Г. Кука, Д. Адамса и др. [14].

Вслед за проникновением в различные жанры художественной литературы, ранее никоим образом не связанные с присутствием в них сказочно-фантазийной картины мира, необходимо отметить проникновение сказочно-фантазийной картины мира и в нехудожественную коммуникацию. Появилось значительное количество анекдотов, являющихся репрезентантами сказочно-фантазийной картины мира, помимо этого, чрезвычайно популярной становится и реклама, в которой содержатся элементы сказочно-фантазийной картины мира. Таким образом, необходимо признать, что сказочно-фантазийная картина мира является чрезвычайно притягательным явлением, которое в настоящее время выходит за рамки традиционных жанров, ранее являвшихся основными источниками, базовыми репозиториями сказочно-фантазийной картины мира – фольклорных и литературных сказок.

Анекдот относится к юмористическому дискурсу, который, по меткому замечанию В. И. Карасика, можно рассматривать как текст, «погруженный в ситуацию смехового общения» [5, с. 363]. Анекдот принадлежит к числу устных видов словесности, он строится по законам жанра фольклорных текстов [Там же, с. 371]. Исходя из этого, анекдот и сказка имеют много общего в своей природе, можно сказать, что они являются смежными жанрами, именно поэтому В. Я. Пропп относит анекдот к разновидности бытовой сказки [10, с. 49]. С этим трудно согласиться, так как с течением времени жанр анекдота развивается, совершенствуется и поэтому сложно отнести все разновидности анекдота к бытовой сказке. Несомненно, анекдот является самостоятельным жанром устного народного творчества.

Сказочно-фантазийные образы являются частотными в русскоязычном современном народном анекдоте [4, с. 5]. В англоязычном современном народном анекдоте сказочно-фантазийные образы встречаются не так часто. Следует признать правоту Е. Я. Шмелевой и А. Д. Шмелева о том, что во французской или английской системе речевых жанров рассказывание анекдота в меньшей степени специфично и с точки зрения

используемых при этом языковых средств [17, с. 20]. Видимо, именно этим определяется не слишком значительное количество сказочно-фантазийных анекдотов в англоязычной культуре.

Смежность фольклорных жанров сказки и анекдота предредила использование традиционных сказочных зачинов в англоязычных анекдотах: «Once upon a time...», «Once there was a...» / Жил-был..., например: «Once there was a millionaire, who collected live alligators...» / Жил-был миллионер, который коллекционировал живых крокодилов...; или: «There was a boy who worked in the produce section of a super market...» / Жил-был парень, который работал в овощном отделе супермаркета. (*Здесь и далее перевод автора – А. Т.*)

Поскольку, как отмечают исследователи, анекдот является емким, пластичным и изменяющимся под влиянием времени жанром [1, с. 6; 4, с. 20], в англоязычной словесности, в англоязычной культуре в последнее время все больше появляются анекдоты, содержащие сказочно-фантазийные образы. Довольно много сказочно-фантазийных анекдотов, применяя классификацию Н. С. Соколовой, можно отнести к смешанному структурному типу «анекдотов-загадок» и «анекдотов-пародий» [13, с. 6]. Анекдот-загадка строится по примеру вопроса и ответа, например: «Q: What do mermaids have on toast? A: Mermerlade». Ответ-пародия строится по аналогии со стандартным текстом, привычным для кулинарного рецепта – на тост намазывается джем, но в слове-ответе используется языковая игра, каламбур – в слове *mermalade* меняются буквы и сходное по звучанию слово приобретает смысл некой субстанции, сделанной из русалок. В приведенном примере сигматика анекдота заключается в обыгрывании его звуковой стороны. В анекдоте омонимия – один из ключевых приемов. Следует согласиться с мнением Е. Курганова о том, что именно фактор омонимии используется в анекдоте с максимальной интенсивностью и высокой результативностью [7, с. 173]. В следующем анекдоте-загадке обыгрывается звуковое совпадение, каламбур, заключающийся в том, что *ball* – многозначное слово, обозначающее и мяч, и бал: «Q: Why was Cinderella thrown off basketball team? A: Because she ran away from the ball!» / Почему Золушку выгнали из баскетбольной команды? – Потому что она убежала с бала / Потому что она убежала от мяча.

Таким образом, существует большое количество классификаций анекдотов по различным признакам, в том числе анекдоты могут быть классифицированы тематически, в частности, может быть выделена группа анекдотов, репрезентирующих сказочно-фантазийную картину мира. В английской системе речевых жанров рассказывание анекдота в меньшей степени специфично, по сравнению с русской традицией, в том числе и с точки зрения используемых при этом языковых средств. Именно этим определяется, несмотря на большую популярность сказочных текстов в современной культуре, сравнительно небольшое количество сказочно-фантазийных анекдотов в англоязычном дискурсе. Среди англоязычных сказочно-фантазийных анекдотов преобладают анекдоты-повествования или анекдоты-нарративы с короткими диалогами остроумного содержания. Значительная часть англоязычных сказочно-фантазийных анекдотов относится к смешанному структурному типу «анекдотов-загадок» и «анекдотов-пародий», в которых активно используются омоформы.

В современном англоязычном дискурсе элементы сказочно-фантазийной картины мира присутствуют не только в художественной коммуникации, они существуют и в нехудожественной коммуникации, например, в рекламе. Многие фирмы использовали и используют различного рода аллюзии на известные сказки и сказочных персонажей. С этой точки зрения, наиболее популярными являются сказки «Золушка» и «Красная шапочка». Например, косметическая фирма «Revlon», использовала слоган «Cinderella – nails and the Magic Wand» (Ногти как у Золушки и волшебная палочка), рекламируя свои косметические средства; а автомобильная фирма «General Motors» пользовалась слоганом «A Coach for Cinderella» (Карета для Золушки) для продвижения своих автомобилей. У компании-производителя щипцов для волос «ghd» (*good hair day, every day*) (красивые волосы, каждый день) есть рекламный ролик, в котором Золушка, убегая с бала в 12 часов, постепенно теряет все свое величие: украшения рассыпаются, одежда разлетается, макияж размазывается, прическа разваливается, туфелька слетает с ноги. К счастью, Золушка попадает в комнату, где находит щипцы «ghd», быстро делает замечательную прическу и, обходясь минимумом эффектной одежды, победно появляется перед гостями и принцем со второй туфелькой в руках, сопровождаемая слоганом фирмы: «You can do anything with your hair» / Вы можете сделать со своими волосами все [18]. Компания спортивной одежды, обуви и инвентаря «Adidas» выпустила рекламный ролик-мультфильм, в котором Красная шапочка убегает от Волка в фирменных кроссовках «Adidas», действие сопровождается слоганом: «Adidas – Impossible Is Nothing» / Адидаас – невозможного не существует [Ibidem].

Индийский интернет-магазин «Flipkart» создал рекламный ролик – волшебную сказку о старушке и волшебной мышке, в которой обыгрывается одинаковое название и произношение двух разных вещей: 1) *mouse – a small furry animal with a long tail* / обыкновенная маленькая мышка, маленькое, покрытое шерстью животное с длинным хвостом и 2) *mouse – a small object that you move in order to do things on a computer screen* / всем известная компьютерная мышь, то есть небольшое устройство, которое используется для работы на компьютере. Маленькое животное, очаровательная мышка была настоящим другом для старушки. Они все делали вместе: работали, играли, спали. У старушки была одна проблема – каждый день ей нужно было читать книгу, и она всегда хотела читать новую книгу. Старушка нежно нажимала на головку мышки, и совершалось чудо – у порога появлялись новые книги! Жители деревни удивлялись волшебству, они тоже хотели читать новые книги, поэтому поймали другую мышку, пытались нажать ей на головку, но чуда не происходило. На помощь пришла фирма «Flipkart»: «You don't need magic, just log onto Flipkart dot com» / Вам не нужно волшебство. Просто загрузите *Flipkart.com* [Ibidem]. И, совершенно

великолепный ролик медицинской мази «Zovigax», предлагающий зрителям: «Find out why the Sleeping Beauty had to sleep for so long» / Узнайте, почему Спящая Красавица вынуждена была спать так долго. Спящая Красавица вынуждена была спать так долго, что принцы в 1497 г. и 1897 г. не решились ее поцеловать из-за герпеса, который был на губах принцессы. И только принц в 2007 году (год выпуска в продажу мази) смог вылечить принцессу и поцеловать ее [Ibidem].

Таким образом, к настоящему моменту в англоязычном дискурсе сказочно-фантазийная картина мира представлена не только в художественной коммуникации – в фольклорных, литературных и политкорректных сказках, в произведениях других литературных жанров, ранее не включавших в себя сказочно-фантазийную картину мира: в любовных романах, детективах и триллерах, но и в произведениях нехудожественной коммуникации. Сказочно-фантазийная картина мира присутствует в современных анекдотах и рекламе. Среди англоязычных сказочно-фантазийных анекдотов преобладают «анекдоты-загадки» и «анекдоты-пародии», в которых часто используются омоформы.

Список литературы

1. **Бородин П. А.** Вопросы происхождения и поэтики современного народного анекдота: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001. 23 с.
2. **Воронцова Т. И.** Картина мира в тексте английской баллады: когнитивная основа и языковая репрезентация: дисс. ... д. филол. н. СПб., 2004. 378 с.
3. **Гронская О. Н.** Языковая картина мира немецкой народной сказки: дисс. ... д. филол. н. СПб., 1998. 427 с.
4. **Карасёв И. Е.** Трансформация классических образов сказок о животных и волшебных сказок в современном народном анекдоте: автореф. дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 2000. 22 с.
5. **Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002. 476 с.
6. **Колшанский Г. В.** Объективная картина мира в познании и языке. М., 2005. 120 с.
7. **Курганов Е.** Похвальное слово анекдоту. СПб., 2001. 286 с.
8. **Плахова О. А.** Лингвосомиотика английской сказки: жанровое пространство, знаковая репрезентация, дискурсивная актуализация: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2013. 509 с.
9. **Попова З. Д., Стернин И. А.** Язык и национальная картина мира. Воронеж, 2002. 59 с.
10. **Пропп В. Я.** Фольклор и действительность. Избранные статьи. М., 1976. 325 с.
11. **Радченко О. А.** Понятие языковой картины мира в немецкой философии языка XX века // Вопросы языкознания. 2002. № 6. С. 140-160.
12. **Смирнова О. П.** Трансформированный текст как способ создания второй виртуальной реальности (на материале политкорректных сказок, притч, рассказов Ветхого Завета): автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2007. 21 с.
13. **Соколова Н. С.** Лингвокогнитивный анализ текстов типа «joke» (на материале англоязычного юмора): автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2008. 22 с.
14. **Тананыхина А. О.** К вопросу о морфологии англоязычного сказочно-фантазийного детектива // Studia Linguistica. Межвузовский сборник научных трудов РГПУ им. А. И. Герцена. СПб., 2013. Вып. 22. С. 237-244.
15. **Тананыхина А. О.** Композиционная структура англоязычного сказочно-фантазийного любовного романа // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2014. Т. 7. № 1. С. 110-119.
16. **Тананыхина А. О.** Лингвостилистические особенности современной англоязычной литературной сказки: дисс. ... к. филол. н. СПб., 2007. 264 с.
17. **Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д.** Русский анекдот. Текст и речевой жанр. М., 2002. 143 с.
18. <http://www.funnycommercialsworld.com/top-10-fairy-tale-commercials-14345.html> (дата обращения: 28.06.2014).

REPRESENTATION OF A FABULOUS AND FANTASY PICTURE OF THE WORLD IN AN ENGLISH TEXT

Tananykhina Alla Olegovna, Ph. D. in Philology
Herzen State Pedagogical University of Russia
allatan@mail.ru

The article is devoted to investigating the realization of a fabulous and fantasy picture of the world in the modern Anglistics studies. Along with the representation in the various genres of fiction, genres of non-artistic communication – anecdotes and advertising – also tend to become the repositories of a fabulous and fantasy picture of the world. The most frequent English fabulous and fantasy anecdotes are “anecdotes-riddles” and “anecdotes-parodies” in which they intensively use the homoforms.

Key words and phrases: picture of the world; fabulous and fantasy picture of the world; English discourse; fairy tale; artistic communication; non-artistic communication.