

Лихачёва Татьяна Сергеевна

ПАРОДИСТ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ТИП ЛИЧНОСТИ

В статье рассматривается личность пародирующего с точки зрения коммуникативного подхода. Классификация типов коммуникативной личности пародирующего представлена на основе таких критериев как кооперативность общения, запланированность общения, тип дискурса и цели общения. В работе описываются выделенные типы пародистов, а именно агональный и кооперативный, интенциональный и спонтанный, институциональный и неинституциональный, а также развлекающий, критический, контактоустанавливающий, самопрезентирующий и воздействующий.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/6-1/25.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 6 (48): в 2-х ч. Ч. I. С. 92-94. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/6-1/

© 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

THE GENRE PECULIARITY OF THE ENGLISH NOVELS AT THE TIMES OF G. CHAUCER

Lebedeva OI'ga Vladimirovna, Ph. D. in Philology
Yaroslav-the-Wise Novgorod State University
olgalebedeva79@mail.ru

Examining the genre peculiarities of the English novel by the example of "The Canterbury Tales" by G. Chaucer, the author of the research focuses her attention on the sources which influenced the writing of this work, particularly pointing out "The Decameron" by G. Boccaccio. An attempt to conduct the comparative analysis of two pairs of novels similar in plot from "The Canterbury Tales" and "The Decameron" is made. The typological differences of novels of the English and Italian revealed during the intratextual analysis allows finding out the genre peculiarity of the English novel of the Chaucer period as one of the key stages of the genre development.

Key words and phrases: English novel; comparative analysis; genre; genre peculiarity; historical development.

УДК 81'42

Филологические науки

В статье рассматривается личность пародирующего с точки зрения коммуникативного подхода. Классификация типов коммуникативной личности пародирующего представлена на основе таких критериев как кооперативность общения, запланированность общения, тип дискурса и цели общения. В работе описываются выделенные типы пародистов, а именно агональный и кооперативный, интенциональный и спонтанный, институциональный и неинституциональный, а также развлекающий, критический, контактоуставливающий, самопрезентирующий и воздействующий.

Ключевые слова и фразы: жанр речевой пародии; коммуникативная личность пародирующего; пародийный дискурс; пародийная тональность; типы пародирующих.

Лихачёва Татьяна Сергеевна, к. филол. н.
Волгоградский государственный технический университет
tatslix@gmail.com

ПАРОДИСТ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ТИП ЛИЧНОСТИ[©]

Феномен пародии в его разных аспектах становился объектом изучения многих исследователей (Rose, 1993, Hutcheon, 2000; Морозов, 1930, 1960, Гынянов, 1977, Бахтин, 1975, 1990, 1994, Вербицкая, 1987, Новиков, 1989, Ефимова, 2005, Лушникова, 2009 [1-3; 5; 8; 11; 13-15; 17; 19; 20]), обративших внимание на то, что достаточно сложно определить, частью какой парадигмы она является, в связи с чем у теоретиков пародии нет единого мнения о том, какими признаками она должна обладать, чтобы отличать ее от родственных и смежных явлений.

В данной статье нас интересует пародия как самостоятельный речевой жанр, а точнее такой компонент ее смысловой структуры, как образ автора (по «Анкете речевых жанров» Т. В. Шмелевой [18, с. 90]), который мы рассматриваем в его коммуникативном аспекте. Пародирующий, или пародист, как коммуникативная личность в процессе общения реализует установку на пародийную тональность, которая представляет собой карикатурную имитацию нелепого или претенциозного вербального и невербального поведения, создающую комический эффект [4, с. 8].

Распространенность речевого жанра пародии в разных типах дискурса [Там же, с. 13] свидетельствует о том, что можно выделить различные типы пародиста как коммуникативной личности. Предложим некоторые критерии для классификации типов пародистов:

1) Кооперативность/конфликтность общения.

Достаточно сложно однозначно определить, является ли общение в пародийной тональности кооперативным или конфликтным. Если автор литературной пародии карикатурно имитирует произведение какого-либо писателя, критически рассматривая его характерные приемы, высвечивая недостатки объекта, то, скорее всего, мы можем интерпретировать такое отношение как агональное [10, с. 408], а автор будет принадлежать к *агональному типу пародиста*. Но представим, что автор читает эту пародию в кругу своих друзей, например, во время какого-нибудь праздника. Замысел пародии при этом не меняется, но несколько меняется ситуация: люди собрались не для того, чтобы критиковать автора пародируемого текста, а чтобы хорошо провести время. В этом случае агональность пародии сохраняется, но при этом мы можем говорить и об этикетном характере пародийной тональности, т.е. о *кооперативном типе пародиста*.

2) Запланированность/спонтанность общения.

В процессе общения установка коммуникантов на пародийную тональность может реализовываться как запланированно (интенционально), так и спонтанно. *Интенциональный тип пародиста* намеренно карикатурно эксплицирует некоторые черты и особенности пародируемого текста, чтобы привлечь к ним внимание партнера по общению и показать их нелепость. *Спонтанный тип пародиста* не планирует пародию заранее,

он действует «по ситуации», потому основная масса его пародий представляет собой экспромт. Предварительное написание текстов, как в случае с интенциональным типом пародиста, отсутствует, и для спонтанного пародиста характерна быстрота коммуникативной реакции.

3) Тип дискурса.

Разделение дискурса с позиций участников общения на лично- и статусно-ориентированный [9, с. 285] позволяет выделить два типа пародистов – неинституциональный и институциональный.

Специфика *институционального пародиста* заключается в том, что его коммуникативная деятельность происходит на реальной или виртуальной сцене, т.к. институциональному пародийному дискурсу свойственны черты театра, а пародист, несомненно, должен обладать актерским мастерством. Особенно важны актерские способности, когда объектом пародирования является конкретный реальный человек, узнавание которого возможно только при, хотя и карикатурном, но точном изображении. Институциональный пародист осуществляет отбор тем для пародий с учетом объема знаний среднестатистического зрителя. Именно поэтому институциональные пародии не всегда отличаются глубиной, а затрагивают лишь поверхностные яркие, а следовательно, легко узнаваемые черты объекта пародирования.

Неинституциональный пародист, как мы полагаем, наиболее распространен в рамках бытийного дискурса, т.е. это авторы разнообразных литературных пародий, объектом которых является литературный стиль, жанр или литературное направление. Соответственно, бытийные неинституциональные пародисты в определенной мере ограничивают свою аудиторию (адресата) теми, кто знаком с особенностями пародируемого стиля, жанра, направления и способен оценить мастерство пародии.

4) Цель общения.

Как для любой коммуникативной личности для пародиста характерны определенные коммуникативные намерения, т.к. «именно ими во многом объясняется выбор коммуникантом конкретных языковых средств и стилистических приемов, вербальных и невербальных средств общения, коммуникативных стратегий и тактик» [12, с. 58-59]. Мы выделили следующие цели пародийного общения, которым соответствуют типы пародистов: получение/доставление удовольствия – развлекающий тип пародиста, оценка объекта пародирования – критический тип пародиста, установление и поддержание контакта – контактоустанавливающий тип пародиста, самопрезентация – самопрезентирующий тип пародиста, воздействие на адресата – воздействующий тип пародиста.

Развлекающий тип пародиста может быть институциональным, т.е. доставляющим удовольствие адресату за определенное материальное вознаграждение, или неинституциональным, т.е. реализующим установку на пародийную тональность для получения удовольствия, где согласно А. К. Михальской, «именно речь выступает как одно из главных средств получения удовольствия» [цит. по: Там же, с. 17].

Критический тип пародиста, «выделяя и гипертрафируя те или иные комические, странные или своеобразные черты оригинала» [6, с. 39], тем самым судит и оценивает его. При этом можно заметить, что странность и своеобразие объекта пародирования может амбивалентно оцениваться пародистом. С одной стороны, это может быть неприятие объекта, т.к. он, с точки зрения пародиста, является нелепым. В этом случае пародия «стремится лишить эстетической значимости раздражающие ее явления, довести их до абсурда» [13, с. 110-111]. С другой стороны, пародийное осмысление объекта подразумевает не только его отрицание, но и утверждение, т.к., как отмечает В. И. Новиков, существует два импульса для создания пародии: «очень не нравится» и «чтение-счастье» [15, с. 253].

Контактоустанавливающий тип пародиста встречается довольно редко в силу комически-карикатурного осмысления объекта пародирования. На наш взгляд, поддержание контакта как цели пародийного общения возможно в том случае, если объектом пародирования не является адресат; пародия не оскорбительна, а остроумна; объект пародии воспринимается адресатом как уместный для пародирования. Иначе может произойти разрыв контакта.

Самопрезентирующий тип пародиста подразумевает, что данная коммуникативная личность конструирует образ «Я», старается выделиться среди других членов социума, что может увеличить шансы на удовлетворение потребностей этой личности. Исследователи Е. Джонс и Т. Питтман утверждают, что самопрезентация связана с мотивом власти, и выделяют такие виды, как власть обаяния, власть эксперта, власть страха, власть наставника и власть сострадания [цит. по: 7, с. 97]. Мы полагаем, что в рамках пародийного общения (особенно институционального) можно наблюдать стремление коммуниканта к власти обаяния, основанной на определенном привлекательном самоконструируемом образе. Вслед за А. В. Оляничем отметим важность прочной зафиксированности образа в памяти адресата: «... созданный образ должен быть насыщенно ярким, эмотивно-мотивированным, воспроизводиться вновь и вновь, т.е. обладать рекурсивностью» [16, с. 18].

Воздействующий тип пародиста оказывает влияние на сознание адресата с целью формирования нужного для пародирующего субъекта представления об объекте пародийной тональности. Примером деятельности воздействующего типа пародиста является создание специфического образа некоторых российских и зарубежных политиков в результате многочисленных пародий на них.

Изучение признаков коммуникативной личности пародиста, а также типов пародирующих личностей не только расширяет наше представление о жанре речевой пародии, но также позволяет глубже понять коммуникативную природу феномена пародии в целом и его проявления в дискурсе в качестве пародийной тональности.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет: монография. М.: Худож. лит., 1975. 504 с.
2. Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского (1929) // Проблемы творчества Достоевского. Проблемы поэтики Достоевского. Киев: Next, 1994. С. 9-179.
3. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худож. лит., 1990. 543 с.

4. **Брыжина Т. С.** Пародийная тональность: дискурсивный статус и функциональные типы: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 25 с.
5. **Вербицкая М. В.** Литературная пародия как объект филологического исследования (на материале английского языка): учеб. пособие. Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1987. 166 с.
6. **Гроссман Л.** Пародия как жанр литературной критики // Бегак Н., Кравцов Н., Морозов А. Русская литературная пародия. М.: Москва, 1930. С. 39-48.
7. **Дубских А. И.** О некоторых аспектах коммуникативной стратегии самопрезентации // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: сб. статей участников IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, 25-26 апреля 2008 г.). Челябинск: РЕКПОЛ, 2008. Т. 1. С. 96-100.
8. **Ефимова С. С.** Лингвокультурологический аспект обучения чтению в иностранной аудитории (на материале пародий): дисс. ... канд. пед. наук. М., 2005. 192 с.
9. **Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
10. **Карасик В. И.** Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007. 520 с.
11. **Лушникова Г. И.** Когнитивные и лингвостилистические особенности литературной пародии: автореф. дисс. ... д. филол. наук. Кемерово, 2009. 43 с.
12. **Мироненко М. В.** Шутник как коммуникативная личность: дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 211 с.
13. **Морозов А. А.** Литературная роль пародии // Бегак Н., Кравцов Н., Морозов А. Русская литературная пародия. М.: Москва, 1930. С. 104-114.
14. **Морозов А. А.** Пародия как литературный жанр // Русская литература. 1960. № 1. С. 48-77.
15. **Новиков В. И.** Книга о пародии. М.: Советский писатель, 1989. 554 с.
16. **Олянич А. В.** Презентационная теория дискурса: автореф. дисс. ... д. филол. наук. Волгоград, 2004. 40 с.
17. **Тынянов Ю. Н.** Поэтика. История литературы. Кино. М.: Наука, 1977. 574 с.
18. **Шмелева Т. В.** Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88-99.
19. **Hutcheon L.** A Theory of Parody: the Teachings of Twentieth-Century Art Forms. Illinois: University of Illinois Press, 2000. 143 p.
20. **Rose M. A.** Parody: Ancient, Modern, and Post-Modern. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. 316 p.

PARODIST AS COMMUNICATIVE TYPE OF PERSONALITY

Likhacheva Tat'yana Sergeevna, Ph. D. in Philology
Volgograd State Technical University
tatslix@gmail.com

The article considers the personality of a parodist in terms of a communicative approach. The classification of the types of parodist's communicative personality is presented on the basis of such criteria as cooperative nature of communication, preplanned essence of communication, the type of discourse and communication goals. The paper describes the selected types of parodists, namely agonistic and cooperative, intentional and spontaneous, institutional and non-institutional, as well as entertaining, critical, contact-establishing, self-presenting and affecting.

Key words and phrases: speech genre of parody; communicative personality of parodist; parodic discourse; parodic tone; types of parodists.

УДК 81'25

Филологические науки

*Статья посвящена трудностям перевода термина **private language** на русский язык. Известные переводы не позволяют полностью выразить содержание термина **private**, использованного Л. Витгенштейном для создания **private language**. Анализ семантики частного в словарях русского, латинского и английского языков позволил сделать вывод о том, что суть этих сторон **private** заключается в его понимании как «стремящегося находиться вне нежелательного для него контроля и сохранять в тайне свой мир».*

Ключевые слова и фразы: термин; адекватность перевода; *private language*; *private*; *privacy*; язык только для самого себя.

Мельников Михаил Васильевич, к. социол. н.

Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)
Halkidon_N@list.ru

О ПРОБЛЕМЕ АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДОВ ТЕРМИНА **PRIVATE LANGUAGE** НА РУССКИЙ ЯЗЫК[©]

Дискуссии о возможности/невозможности существования *private language* по своей остроте «напоминают порой сводки боевых действий» [10, с. 97], а сам обсуждаемый вопрос оценивается не только как один из центральных вопросов в новейшей аналитической философии (В. А. Ладов), но и как решающий вопрос