

Голосова Нелли Владимировна

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ КОМИЧЕСКОГО

Статья посвящена изучению прагмалингвистического подхода при описании категории "комического". В рамках прагмалингвистического подхода рассматривается комический речевой акт с позиций его внутренней и внешней структуры. С позиций внутренней структуры изучаются локутивный акт, иллокутивный акт и перлокутивный акт; с позиций внешней структуры - адресант, комический текст, адресат, а также смех как реакция на интерпретацию текста адресатом.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/6-3/22.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 6(60): в 3-х ч. Ч. 3. С. 81-83. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/6-3/

© 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 81-119

Статья посвящена изучению прагмалингвистического подхода при описании категории «комического». В рамках прагмалингвистического подхода рассматривается комический речевой акт с позиций его внутренней и внешней структуры. С позиций внутренней структуры изучаются локутивный акт, иллокутивный акт и перлокутивный акт; с позиций внешней структуры – адресант, комический текст, адресат, а также смех как реакция на интерпретацию текста адресатом.

Ключевые слова и фразы: комическое; комический речевой акт; локуция; иллокуция; перлокуция; адресант; адресат; комический текст.

Голосова Нелли Владимировна
Южный федеральный университет
nelli113@yandex.ru

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ КОМИЧЕСКОГО

В статье рассматривается категория комического в рамках прагмалингвистики. Прежде чем перейти к описанию данной категории, рассмотрим понятие «прагмалингвистика». Прагмалингвистика – это наука, которая занимается изучением выбора отправителем текста различных языковых форм из набора равнозначных для оказания наилучшего воздействия на получателя текста [5, с. 23].

Так как действие выбора может быть осознаваемым и неосознаваемым, то в исследовательских целях выделяют функциональную и скрытую прагмалингвистику. В рамках скрытой прагмалингвистики изучается мгновенный, неосознаваемый, привычный выбор лингвистических единиц [Там же, с. 23].

В функциональной прагмалингвистике исследуется осознаваемый, мотивированный и продуманный выбор языковых структурно-семантических единиц: слов, выражений и синтаксических конструкций. При этом отправитель текста использует разнообразные коммуникативные тактики и стратегии, которые проявляются в выборе иллокуций, в реализации намерений. В нашем исследовании мы рассматриваем категорию «комического» в рамках функциональной прагмалингвистики.

Категория «комического» обозначает широкий круг явлений, способных вызвать смех или улыбку [1, с. 21]. Распространяясь на многие аспекты человеческой жизни, комическое представляет собой полимодальное и полифункциональное явление [6].

Рассматривая категорию «комического» в рамках прагмалингвистики, мы исследуем «комическое» в терминах теории речевых актов.

По аналогии с речевым актом (по Дж. Серлю) мы вводим понятие «комический речевой акт» или «юмористический акт» [4, с. 65]. Комический или юмористический речевой акт – особый тип речевых актов, который сопровождается интенцией вызвать смех.

Остановимся подробнее на внутренней структуре комического речевого акта. По аналогии с речевым актом комический речевой акт включает в себя локутивный, иллокутивный и перлокутивный акты.

Локутивный акт представляет собой произнесение высказывания (акт фонации), снабжение высказывания смыслом и референцией (акт референции) и приписывание этим объектам тех или иных свойств и отношений (акт предикации) [8].

Иллокутивный акт представляет собой целенаправленное действие высказывания, которое ориентировано на получателя текста. Данное действие может иметь возможные последствия произнесенного высказывания, то есть реакцию на речевое действие. В иллокутивном акте собеседники реализуют коммуникативное намерение при осуществлении речевого акта. В теоретической литературе оно рассматривается в связи с таким понятием, как иллокутивная сила высказывания. Под иллокутивной силой высказывания (иллокуция) понимают смысл, который отправитель текста вкладывает в произнесенное им высказывание, воспринимаемый и осознаваемый получателем текста [7, с. 24].

Внутри иллокутивных актов различают пропозициональные акты – указание на объект (референция к некоторому объекту) и выражение определенной пропозиции. Это различие между иллокутивным и пропозициональным актами основано на том, что одна и та же референция и выражение одной и той же пропозиции могут иметь место в различных иллокутивных актах.

Под перлокутивным актом понимается то воздействие, которое данное высказывание оказывает на получателя текста. Однако при этом подразумевают не сам факт понимания получателем текста смысла высказывания, а те изменения в состоянии или поведении получателя текста, которые являются результатом этого понимания. Перлокутивный акт служит намеренному воздействию на получателя текста, достижению результата (перлокутивная цель – вызвать смех, перлокутивный эффект – смех вызван/не вызван).

С точки зрения достижения перлокутивной цели комический речевой акт может быть удачным, когда комический эффект наступает, и неудачным – в случае непонимания шутки получателем текста и отсутствия соответствующей реакции на нее.

В качестве факторов, влияющих на достижение перлокутивной цели, могут являться: наличие жизненного опыта получателя текста, его психологический тип, ситуативный контекст и общество, рамки культуры, в которых происходит определенный юмористический акт [4, с. 66]. Сюда относится характеристика получателя текста (возраст, образование, профессия, национальность, пол, круг интересов, ментальность). Значение

может иметь известность, повторяемость шутки или комической ситуации, а также неприятные чувства и эмоции, которые она вызывает у получателя текста (нежелательное перлокутивное последствие).

К примеру, шутка или анекдот, которую мы слышали уже несколько раз, может не вызвать у нас смех. Анекдот, рассказанный слушателю в неподходящий момент, также не рассмешит.

Подробное описание факторов, влияющих на понимание и непонимание комического высказывания, мы можем наблюдать в работах А. В. Карасика. Согласно автору, понимание представляет собой освоение окружающей действительности через выделение ее существенных признаков. Таким образом, непонимание – это неспособность выделить эти существенные признаки и соотнести их с личным опытом. Исследователь выделяет три основных типа непонимания. Первый тип непонимания заключается в неспособности выйти за рамки однозначного рационального толкования информации, которую мы получаем, и увидеть скрытый смысл, абсурд, юмор вследствие ригидности мышления. Второй тип кроется в болезненной склонности везде видеть скрытую насмешку, подтекст, скрытый смысл или угрозу. Наконец, третий тип непонимания заключается в коммуникативном сбое вследствие ошибочной интерпретации самого сообщения либо ситуации общения [2, с. 21].

Соответственно, мы можем сделать вывод, что внутренняя структура комического речевого акта представляет собой трехуровневое единство, а цель данного единства заключается в том, чтобы вызвать смех.

Теперь, описав внутреннюю структуру комического речевого акта, мы можем переходить к описанию внешней структуры. Внешняя структура предполагает наличие адресанта (отправителя текста), текста, адресата (получателя текста), а также реакции получателя текста – перлокутивного отклика. Перлокутивным откликом для комического речевого акта будет являться смех.

Комическое может рассматриваться как особый способ передачи информации, который предполагает коммуникацию, в процессе которой и возникает комический эффект [4, с. 65]. Комический эффект достигается при наличии *адресанта* – субъекта комического, *объекта комического* – того, над кем смеются, и *адресата* – того, на кого рассчитано создание комического эффекта. В данном процессе может участвовать и *наблюдатель* – свидетель создания комического.

Адресант, т.е. совокупность его индивидуально-личностных и социальных черт, а также его открытые намерения и скрытые интенции присутствуют в тексте непосредственно; а адресат – опосредованно, так как любой отправитель текста ориентируется на получателя и на уровень его фоновых знаний.

Основная интенция адресанта в комической коммуникации заключается в желании пошутить, вызвать смех у получателя текста, оказать на него эмоционально-эстетическое / интеллектуально-критическое воздействие. Эмоционально-эстетическое воздействие выражается в желании адресанта вызвать у получателя текста смех или удовольствие от комической информации. Интеллектуально-критическое воздействие имеет место при отрицательной оценке адресантом тех или иных свойств предмета сообщения или личности получателя текста.

Итак, адресант посылает комический текст, адресат воспринимает его и смеется. Рассмотрев понятия «адресат», «адресант», переходим к рассмотрению понятия «комический текст».

Комический текст или комические высказывания представляют собой комический или юмористический дискурс. Юмористический дискурс – это текст, который погружен в ситуацию смехового общения [3, с. 363]. Рассмотрим характерные признаки такой ситуации. Первый признак заключается в коммуникативном намерении участников общения уйти от серьезного разговора. Второй признак – это юмористическая тональность общения, т.е. взаимная настроенность участников общения на юмор. Третий признак заключается в наличии определенных моделей смехового поведения, принятых в данной лингвокультуре. Здесь имеются в виду культурно-психологические характеристики и особенности юмористического общения. Стоит отметить, что на личностных особенностях человека и на определенных стереотипах поведения и базируется готовность понимать юмор.

Важным условием успешной реализации намерений отправителя комического текста должно быть наличие общей для отправителя и получателя текста пресуппозиции (общих знаний: интеллектуальный уровень, чувство юмора, национальная принадлежность, возраст, пол, социальный статус).

Например, *Слоны замечательно переносят бревна! По подсчетам специалистов, один слон заменяет 24 Ленина!* [9].

Данный анекдот описывает коммунистическую Россию, а именно коммунистический субботник. Владимир Ильич с товарищами несет бревно на территории Кремля. Позже эти дни вошли в советскую традицию и стали называться «субботами бесплатного труда». Каждый год в одну из апрельских суббот (в преддверие 22 апреля, дня рождения Ленина) рабочие должны были бесплатно трудиться на своих местах, а служащие бесплатно убирать территорию. Эксперимент показал, что данный анекдот не вызывает смех у представителей другой нации (немцев), так как трудно понять смысл таких анекдотов без соответствующих пояснений (*национальная принадлежность, культурная и языковая компетенции*). Более того, эксперимент показал, что данный анекдот не вызывает смех у аудитории людей младше 20 лет (*интеллектуальный уровень*).

Следует отметить, что в построении комического коммуникативного высказывания первостепенную роль будет играть коммуникативное намерение. Чтобы комическое коммуникативное намерение было реализованным, необходимо, чтобы оно было подкреплено соответствующей реакцией адресата – смехом, который выступает в качестве перлокутивного отклика получателя текста.

Смех при этом может быть проявлением физиологии человека или выступать как эмоция, выражающая радость.

Считается, что для смеха должна быть причина. Однако это не всегда так: то, что вызывает смех у одного, может не вызвать смех у другого. Причиной тому могут служить социальные, национальные, личные факторы.

Национальный фактор заключается в том, что у каждого народа есть свое собственное чувство юмора, которое зачастую непонятно представителям других народов.

Социальный фактор состоит в том, что у разных социальных слоев разное чувство юмора и разные средства для его выражения. Личный или индивидуальный фактор заключается в том, что не все люди склонны к смеху.

Выделяя две стороны комического – смеющуюся и осмеиваемую, – смех определяют как регулятор человеческих взаимоотношений. У смеющегося адресанта импульсы агрессии, опасения или тревоги могут проявляться в отсутствии снисхождения или симпатии к объекту комического. В данном случае можно сказать, что комическое намерение включает в себя момент агрессии. Смех человека имеет свойство снимать напряженность или враждебность у адресанта и адресата. Комическое помогает человеку дистанцироваться от проблемы и позволяет смотреть на нее с разных сторон, снимая тем самым стресс, агрессию и озабоченность.

Таким образом, мы рассмотрели комический речевой акт с позиций его внутренней и внешней структуры. С позиций внутренней структуры комический речевой акт включает в себя локутивный акт, иллокутивный акт и перлокутивный акт, где локутивный акт представляет собой произнесение высказывания; иллокутивный акт указывает на коммуникативную цель высказывания (реализация целеустановки); перлокутивный акт служит намеренному воздействию на адресата, достижению результата (перлокутивная цель – вызвать смех, перлокутивный эффект – смех вызван). С позиций внешней структуры комический речевой акт предполагает наличие адресанта, комического текста, адресата, а также смех, который является реакцией на интерпретацию текста адресантом.

Список литературы

1. Кан А. Б. Способы выражения комической семантики в реагирующих репликах русского диалога: дисс. ... к. филол. н. М., 2004. 107 с.
2. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2001. 24 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 363 с.
4. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора. Самара: Изд-во СамГТТУ, 1999. 180 с.
5. Матвеева Г. Г., Ленец А. В., Петрова Е. И. Основы прагмалингвистики: монография. М.: ФЛИНТА, 2013. 232 с.
6. Панина М. А. Комическое и языковые средства его выражения: дисс. ... к. филол. н. М., 1996. 144 с.
7. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения. Киев, 1986. 116 с.
8. Речевой акт [Электронный ресурс] // Электронная энциклопедия Кругосвет. URL: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/rechevo_akt.html (дата обращения: 10.09.2015).
9. Anecdots.su [Электронный ресурс]. URL: <http://anecdots.su/anecdot/56766> (дата обращения: 10.09.2015).

PRAGMA-LINGUISTIC FOUNDATIONS OF COMICAL

Golosova Nelli Vladimirovna
Southern Federal University
nelli113@yandex.ru

The article is devoted to studying pragma-linguistic approach while describing the category of “comical”. Within the pragma-linguistic approach the author examines the comical speech act from the viewpoint of its internal and external structure. The locutionary act, illocutionary act and perlocutionary act are analyzed considering their internal structure; the addresser, comical text, addressee and laughter as a response to addressee’s interpretation of a text are investigated from the viewpoint of external structure.

Key words and phrases: comical; comical speech act; locution; illocution; perlocution; addresser; addressee; comical text.

УДК 811.512.157

В статье рассматриваются принципы номинации предметов одежды и головных уборов и их элементов в якутском языке. Выделяются наименования по 16 мотивационным признакам. При выборе того или иного мотивационного признака в названии предметов одежды носитель языка исходит из своего практического жизненного опыта, познавая и оценивая их свойства и качества.

Ключевые слова и фразы: якутский язык; лексика; лексико-семантическая группа (ЛСГ) одежда; принцип номинации; мотивационный признак; внутренняя форма.

Готовцева Лина Митрофановна, к. филол. н.

Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера СО РАН
Lingot@rambler.ru

НОМИНАЦИЯ НАЗВАНИЙ ОДЕЖДЫ, ГОЛОВНЫХ УБОРОВ И ИХ ЭЛЕМЕНТОВ В ЯКУТСКОМ ЯЗЫКЕ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ. Проект № 15-14-14004.

Номинация есть закрепление за словом понятия, отражающего определенные признаки процессов [5, с. 101]. В центре номинации лежит один или несколько бросающихся в глаза признаков вещи. В основу наименования