
СПЕЦИФИКА ЭМОТИВНОСТИ ТЕКСТА АНЕКДОТА (на материале региональной прессы середины XX века)

М.В. Паршина

Кафедра общего языкознания и речеведения
Астраханский государственный университет
ул. Татищева, 20«а», Астрахань, Россия, 414056

В статье рассматривается категория эмотивности на примере текстов анекдотов в региональной прессе XX в. Эмотивность — свойство языковой единицы выражать эмоции, которые испытывают герои анекдотов. Специально отобранные эмотивные языковые средства, репрезентирующие различные эмоции в структуре анекдотов, способствуют достижению комического эффекта.

Ключевые слова: эмотивность, эмотивный компонент, языковые средства, категория комического, анекдот.

Когнитивно-дискурсивная направленность исследования эмоций, которые сопровождают любые виды человеческой деятельности, обусловила такие области знаний, как лингвистика эмоций, эмоциология текста (изучение репрезентации эмоций в тексте). Первоначально эмоции были объектом изучения психологии, однако интерес лингвистов к процессу вербализации эмоций номинативными единицами и исследования языковой репрезентации эмоций предопределили появление соответствующего понятия — «эмотивность языковых единиц». Под эмотивностью мы, вслед за Шаховским В.И., понимаем «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» [10. С. 24].

На наш взгляд, является важным рассмотрение языковых единиц, репрезентирующих эмотивность в текстах анекдотов для создания комического эффекта. Выбор текстов анекдота в качестве объекта исследования обусловлен продуктивностью интерпретированного изучения в отечественной и зарубежной психологии и лингвистики комического и эмотивности (см. подробнее работы В.К. Вилюнас, К.В. Изард, С.В. Ионова и др.).

Таковыми учеными, как Е.Ф. Болдарева, Д. Гоулман, В.И. Шаховский, установлено, что в структуре мышления человека присутствуют рациональный и эмоциональный компоненты. Таким образом, в восприятии «комического дискурса схема рациональное (осознание несоответствия в ситуации или явлении) — эмоциональное (реакция в виде смеха)» очень действенна.

Анекдот является удачным лингвистическим материалом для «выявления рационального и эмоционального в репрезентации эмотивных ситуаций, так как во многих текстах персонажи испытывают и выражают эмоции, а сама анекдотическая ситуация может быть представлена автором крайне эмотивно» [9]. Например:

— Я не могу есть эту гадость! — закричал разъяренный посетитель. — Позовите директора!

— Бесполезно, — ответил официант, — он тоже не будет это есть.

Эмотивная семантика в языковых единицах *гадость, закричал, разъяренный посетитель* объективирует эмоцию недовольства заказанным блюдом посетителя ресторана. Благодаря использованию эмотивных единиц в тексте, ситуация более ярко предстает в воображении читателя, тем самым усиливая комическое впечатление от анекдота.

Эмотивность в тексте анекдота реализует и прагматическую установку. Представление разных эмоций (к примеру, гнев, раздражение, удивление, страх, счастье) в структуре одного анекдота приводит к комическому эффекту. Например, в следующем анекдоте комический эффект достигнут благодаря использованию двух эмоций — возмущение и удивление:

Квартирант: Это безобразие! Сегодня ночью у себя в комнате я видел бой крыс!
Хозяйка: А что вы хотите за десять долларов в неделю? Бой быков?

В лингвистической литературе четкое определение комического эффекта отсутствует, несмотря на огромное количество работ, посвященных категории комического (А. Бергсон, К. Глинка, А.В. Дмитриев, А.Д. Кошелев). На наш взгляд, суть комического эффекта заключается в реализации функций и признаков комического:

— функции комического:

смеховая критика действительности на основе сопоставления с эстетическими идеалами,

гармонизация действительности, примирение противоречий [1. С. 84],

«снятие психических, эмоциональных, интеллектуальных, нравственных напряжений в эстетическом катарсисе»;

— признаки комического:

фиксация контраста между идеальным и реальным,

представление феноменов в неожиданном свете, вызывающее смеховую реакцию,

соединение двух противоположных тенденций — разрушения (существующих представлений о неких явлениях) и утверждения (новых, «подлинных» представлений о них).

Эмотивная функция анекдота «заключается в том, что главной прагматической установкой этого текстотипа является инициация эмоционального эффекта, в реализации которого значительную роль играет представление эмоциональных состояний персонажа на разных этапах анекдота» [8. С. 312].

Наше обращение к текстам анекдотов астраханской региональной газеты «Комсомолец Каспия» (рубрика «Иностранный юмор») обусловлено тем, что эта газета одна из первых региональных изданий стала помещать анекдоты и тем самым разбавлять общественно-политическую наполняемость. Отметим, что слово «анекдот» не использовалось в названии рубрики, однако представленные подборки юмористических текстов позволяют нам идентифицировать их как анекдоты. С точки зрения жанрово-текстового образования на страницах газет мы встретим литературные (исторические) анекдоты, жанрово-ролевые сценки, юмористические рассказы и др. Несмотря на изображение иностранных реалий в текстах анекдотов (имена Джон, Майкл, Мишель, Лисбет, пан Ковальский); названия валюты

(цент, доллар, франк), топонимические единицы (в одном городке юга Италии, на Нью-Йоркской улице, в Варшаве)), описываемые ситуации понятны русскому читателю. Связано ли это с адаптированным переводом для носителя русского языка или интернациональностью большинства эмоций, которые вызывают те или иные явления действительности, ответить сложно и для нашей статьи не актуально. Отметим, что использование категории эмотивности в целях достижения комического эффекта является частым приемом в анекдотах на страницах газеты «Комсомолец Каспия».

Так, в № 12 от 26 января 1958 г., читаем небольшой анекдот:

Мать: — Вот видишь, Пьер, я тебе запретила драться с товарищами. Ты опять потерял два зуба.

Пьер: — Нет, мама, они у меня в кармане.

В данной эмотивной ситуации два участника. В тексте объективируется эмоция недовольства мамы непослушанием своего сына. Употребление глагола *запретила*, вводной конструкции *вот видишь*, слова *опять* апеллирует к тому, что сын явно не в первый раз лишается зубов в драке с друзьями. В кульминации анекдота (реплика Пьера), эмоциональный фон меняется и имплицитно актуализируется эмотивный компонент спокойствия. Ребенок пытается утешить мать репликой *нет, мама*, которая настраивает на благополучный исход событий и влияет на изменение негативного смысла, заложенного в семантику высказывания адресанта (мамы), а также на восприятие позитивного смысла адресата. Таким образом, в небольшом тексте противоположные эмотивные компоненты «запрет — нарушение запрета — недовольство — спокойствие» обеспечивают комический эффект. Провинившийся ребенок воспринял смысл глагола *потерял* как «остаться без чего-л., лишиться чего-л. вследствие пропажи, утери и т.п.» [2]. Мать актуализировала смысл «перестать иметь что-л., обладать чем-либо; не сохранить, не сберечь» [2], поэтому наличие зубов сына в его кармане отнюдь не успокаивает маму, зато реализует комическую функцию.

Эмоция грусти, актуализированная в следующем тексте, обращает неприятную ситуацию в комическую:

— Папа, почему ты загрустил?

— Разве ты не видишь пробоину в носу лодки? Через нее течет вода.

— Не волнуйся. Мы сейчас в корме просверлим дырку. Вода через нее и вытечет. (Комсомолец Каспия. № 65 от 29 мая 1960 г.).

Эксплицитно выраженный эмотивный компонент грусти актуализирует соответствующую эмоцию. Успокаивая отца (*не волнуйся*), сын предлагает «оригинальное», на его взгляд, решение, которое в реальности приведет к усугублению ситуации. Таким образом, столкновение противоположных эмоций приводит к комическому эффекту. Следующий анекдот насыщен эмотивными единицами, придающими анекдоту экспрессию, тем самым усиливая восприятие текста:

— Безобразие! Почему у вас такое грязное полотенце?

— Подумаешь, чистюля! Шестьдесят человек руки вытирали, и никто ничего не сказал (Комсомолец Каспия. № 23 от 21 февраля 1960 г.).

Первый участник коммуникативной ситуации актуализирует эмоцию возмущения такими эмотивными единицами, как *безобразие* — разг. «восклицание, выражающее возмущение» [2]; определение *такое грязное* гиперболизирует эмоцию неприязни. Второй же участник явно с неодобрением реагирует на высказанное возмущение. Так, словарная дефиниция *чистюля* употреблена в переносном смысле — «тот, кто чист в морально-этическом плане или стремится остаться таким (обычно с оттенком иронии или неодобрительности)» [2]. Сочетая с междометием *подумаешь*, выражающим иронию, насмешку или пренебрежение, второй участник подчеркивает эмоцию неодобрения, заложенную в данных эмотивных единицах. Эмоции возмущения, с одной стороны, и недовольства — с другой, оформлены в предложениях и интонационно — восклицательным знаком. Комичность данного анекдота репрезентируется в последнем предложении второго участника: использование количественной гиперболы *шестьдесят человек* и двойного отрицания *никто ничего не сказал* актуализируют плачевное состояние полотенца.

На страницах газеты «Комсомолец Каспия» представлены и литературные анекдоты, связанные с именами известных исторических лиц. Например:

Великий французский романист Оноре Бальзак почти всегда испытывал нужду в деньгах. Однажды ночью его разбудил шум. Бальзак увидел в комнате вора, который пытался вскрыть отмычкой ящик письменного стола.

Бальзак несколько секунд молча смотрел на вора, а затем громко рассмеялся. Испуганный вор готов был убежать, но видя, что хозяин квартиры не собирается его схватить, с удивлением спросил:

— Почему вы смеетесь?

— Я смеюсь над вашим заблуждением, — ответил Бальзак. — Вы ночью ищите с отмычкой то, чего я даже днем и с настоящим ключом не могу найти. (Комсомолец Каспия. № 72 от 15 июня 1958 г.)

Коммуникативная ситуация, представленная в данном тексте, репрезентируется различными эмоциями. В интродукции задается эмоция страха, объективируемая имплицитно, так как выбор языковых средств напрямую не указывает на страх; использование обстоятельства времени *ночью* с наречием *однажды* любого носителя русской культуры настраивает на восприятие «страшных» ночных историй. Следовательно, происходит преобразование информации внеязыковой действительности в эмотивный компонент языковых единиц. В следующих частях текста эмоции передаются через эмотивные языковые единицы *испуганный*, *с удивлением*, *заблуждение*.

Во втором абзаце, где происходит развитие действия, одна эмоция накладывается на другую, причем не в той последовательности, как если бы этот случай имел место быть в реальной жизни. Эмотивный компонент языковой единицы *рассмеялся* в эмоциональной ситуации вторжения в дом нейтрализует эмоцию страха у хозяина, зато выражение неожиданной реакции в контексте данной коммуникативно-прагматической ситуации насыщает семантику высказывания эмотивным содержанием, объективирующим эмоции испуга и удивления вора.

Таким образом, в данном анекдоте используется контраст как средство создания комического эффекта. Подробней об этой фигуре писала Н.Ю. Степанова

в работе «Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект)». Автор обращает внимание на противоречие, лежащее «в основе механизма создания комического эффекта», что позволяет считать «контраст как способ семантико-функциональной организации текста... одним из главных способов создания комического эффекта в художественном произведении» [7. С. 5].

Основными стилистическими фигурами контраста являются две их разновидности: 1) противопоставление, в котором соотносятся противоположные понятия, образы, смысловые сферы; 2) противоречие, внутри которого несовместимость разных понятий предстает как взаимосвязь, синтез. По нашему мнению, контраст в анекдотах наиболее распространенное средство создания комического эффекта. В данном случае противоречие, возникшее в эмоциях участников анекдота, подтверждает высказанную мысль.

Обращаясь к анализу развязки, сделаем вывод о хорошей языковой компетенции хозяина дома, позволившей ему емко и образно выразить подлежащую вербализации мысль: «Я смеюсь над вашим заблуждением... Вы ночью ищете с отмычкой то, чего я даже днем и с настоящим ключом не могу найти».

Совместное изучение эмоционального и комического наиболее ярко иллюстрируется в текстах анекдотов. Использованный в работе иллюстративный материал показал, что такие эмоции, как гнев, раздражение, грусть, удивление, репрезентируемые специально отобранными эмотивными языковыми единицами, способствуют достижению комического эффекта.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Борев Ю.Б.* Эстетика: Учебник. — М.: Высшая школа, 2002. [*Borev Yu.B.* Estetika: Uchebnik. — М.: Vysshaya shkola, 2002.]
- [2] *Ефремова Т.Ф.* Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. [Электронный ресурс]. — URL: <http://poiskslov.com/word>. [*Efremova T.F.* Novyj tolkovo-slovoobrazovatelnyj slovar russkogo yazyka. [Elektronnyj resurs]. — URL: <http://poiskslov.com/word>.]
- [3] *Изард К.Э.* Психология эмоций. — СПб.: Питер, 2006. [*Izard K.E.* Psixologiya emocij. — SPb.: Piter, 2006.]
- [4] *Ионова С.В.* Эмотивный фон и эмотивная тональность как элементы содержания текста // Языковая личность: вербальное поведение: Сб. науч. тр. / Под ред. Красавского Н.А. — Волгоград: РИС, 1998. [*Ionova S.V.* Emotivnyj fon i emotivnaya tonalnost kak elementy sodержaniya teksta // Yazykovaya lichnost: verbalnoe povedenie: Sb. nauch. tr. / Pod red. Krasavskogo N.A. — Volgograd: RIS, 1998.]
- [5] *Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М.: Гнозис, 2003. [*Krasnyx V.V.* «Svoj» sredi «chuzhix»: mif ili realnost? — М.: Gnozis, 2003.]
- [6] *Олешков М.Ю.* Эмотивность как психолингвистическая категория // Личность, речь, юридическая практика: Межвузовский сборник научных трудов. — Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2007. — Вып. 10. Ч. 2. — С. 65—69. [*Oleshkov M.Yu.* Emotivnost kak psixolingvisticheskaya kategoriya // Lichnost, rech, yuridicheskaya praktika: Mezhvuzovskij sbornik nauchnyx trudov. — Rostov-na-Donu: DYUI, 2007. — Vyp. 10. Chast 2. — S. 65—69.]
- [7] *Степанова Н.Ю.* Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект). — М., 2009. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.thinkaloud.ru/science/step-abstract>. [*Stepanova N.Yu.* Kontrast kak sredstvo sozdaniya komicheskogo effekta (lingvostilicheskij aspekt). — М., 2009. — [Elektronnyj resurs]. — URL: <http://www.thinkaloud.ru/science/step-abstract>.]

- [8] *Филимошина Д.А.* Об особенностях создания эмоциональной напряженности анекдота за счет реализации эмоциональных концептов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2008. — № 68-1. — Серия: Языкознание. — С. 374—378. [*Filimoshina D.A.* Ob osobennostyax sozdaniya emocionalnoj napryazhennosti anekdota za schet realizacii emocionalnyx konceptov // Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gercena. — 2008. — № 68-1. — Seriya: Yazykoznanie. — S. 374—378.]
- [9] *Филимошина Д.В.* Категория эмотивности и комический дискурс: к постановке проблемы. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://philarts.spbu.ru>. [*Filimoshina D.V.* Kategoriya emotivnosti i komicheskij diskurs: k postanovke problemy. — [Elektronnyj resurs]. — URL: <http://philarts.spbu.ru>.]
- [10] *Шаховский В.И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. — Воронеж, 1987. [*Shahovskij V.I.* Kategorizaciya emocij v leksiko-semanticheskoy sisteme yazyka. — Voronezh, 1987.]

SPECIFIC CHARACTER OF ANECDOTE EMOTIONALITY (on the materials of regional press of the mid-20th century)

M.V. Parshina

The Chair of General Linguistics and Speech Studies
Astrakhan State University
Tatishchev str., 20a, Astrakhan, Russia, 414056

The article dwells on the category of the emotionality of anecdotes in regional press of the 20th century. Emotionality is the capacity of a linguistic unit to express emotions of the characters of an anecdote. Specific emotive linguistic means, representing different emotions in the structure of an anecdote, create comic effect.

Key words: emotionality, emotive component, linguistic means, category of the comic, anecdote.