

*Д. В. Филимошина*

## **ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СОЗДАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ АНЕКДОТА ЗА СЧЕТ РЕАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ КОНЦЕПТОВ**

*Работа представлена кафедрой английской филологии.  
Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор О. Е. Филимонова*

**В статье рассматривается создание эмоциональной напряженности в тексте анекдота с помощью репрезентации эмоциональных концептов. Анализируется, каким образом представление эмоций на разных этапах актуализации анекдота способствует комическому восприятию адресата.**

**The article aims to analyse how the emotional intensity of an anecdote can be created by means of emotional concept representation at different stages, which results in the recipient's perception of comedy.**

Продуктивным способом создания комического эффекта в анекдоте является актуализация эмоциональных концептов и микротекстов различного эмоционального

заряда на разных стадиях развертывания анекдота. Важно отметить, что различные способы репрезентации эмоциональных концептов и эмотивных когнитивных мо-

делей способствуют комическому восприятию адресата именно благодаря особой структурной организации анекдота, специфике которой мы рассмотрим далее.

Исследователи условно делят текст анекдота на три структурные составляющие: начало – середина – концовка<sup>1</sup>; зачин – развитие темы – момент кульминации<sup>2</sup>; введение – сюжет – развязка<sup>3</sup>; стадия экспозиции, представления ситуации – стадия развития ситуации, расширения сюжетной линии – стадия разрешения ситуации, юмористический финал<sup>4</sup>.

Мы в своем исследовании склоняемся к той точке зрения, что развертывание эмотивного анекдота проходит также через три стадии. На первой стадии задается эмоциональный фон. На второй стадии происходит объективация изначально заданного либо противоположного эмоционального фона. Третья стадия представляет собой кульминационный момент. После ее актуализации в сознании адресата имеет место столкновение различных эмоциональных концептов/фреймов/сценариев. Однако существуют анекдоты, в которых наблюдается отсутствие первой стадии, что обуславливает немедленное погружение адресата в ситуацию.

Вопрос о восприятии текста анекдота представляется не менее важным, чем рассмотрение его структурной организации, так как в ходе процесса восприятия наблюдается переход от формального уровня текста к его содержательной структуре. «Восприятие текста» может рассматриваться как первый этап трехкомпонентной последовательности взаимодействия адресата с текстом – «восприятие», «понимание», «интерпретация»<sup>5</sup>. В этом случае «восприятие» характеризуется как «“прием” некоторого сообщения некоторым “устройством”», после чего наступает этап осмысления через анализ знаковой формы, который приводит к пониманию текста. Затем, путем сопоставления декодированной из текста информации с имеющимися значениями об экстралингвистической реальности происхо-

дит интерпретация текста. Однако «восприятие» также может трактоваться и как общее понятие, характеризующее процесс декодировки текста в целом и охватывающее процессы «понимания» (расшифровка дополнительных смыслов) и «интерпретации» (восприятие концепта текста)<sup>6</sup>.

При рассмотрении «коммуникативной целенаправленности текста»<sup>7</sup> рядом с понятием «восприятия» находится понятие «воздействие текста». Воздействие на воспринимающее сознание может оказываться особым речевым формулированием, которое направлено на манипулирование сознанием и поведением человека. Выбор слова не только отражает различие в оценках и эмоциях, но и способен навязать адресату определенное отношение к содержанию сообщения, т. е. управлять восприятием и пониманием<sup>8</sup>.

Являясь единицей общения, любой текст должен оказывать определенное воздействие, которое может быть различным в зависимости от коммуникативной программы автора, его интенций и концепта текста<sup>9</sup>. При коммуникативном воздействии автор хочет сообщить или получить информацию (рациональную или эмоциональную), а также вызвать ментально-вербальную или физическую реакцию адресата; цель эстетического воздействия – вызвать ментально-эмоциональную реакцию реципиента<sup>10</sup>. Оба вида воздействия определяют функции текста в процессе коммуникации. Из классификации таких функций, предложенных Р. Якобсоном, нам важно отметить следующие: эмотивную (когда сообщение имеет целью вызвать эмоциональную реакцию) и эстетическую (сообщение обретает эстетическую функцию, когда оно построено так, что оказывается неоднозначным и направлено само на себя, т. е. стремится привлечь внимание адресата к тому, как оно построено)<sup>11</sup>.

Нам представляется, что текст анекдота, оказывая эмоциональное воздействие на воспринимающего его адресата, как раз и

обладает двумя вышеупомянутыми функциями. Текст с эстетической функцией, по мнению У. Эко, своей структурой оставляет реципиента в недоумении и побуждает к всевозможным толкованиям, пока, в конечном счете, не направляет к верной расшифровке<sup>12</sup>. Эмотивная функция анекдота заключается в том, что главной прагматической установкой этого текстотипа является инициация эмоциогенного эффекта, в реализации которого значительную роль, по нашему мнению, играет представление эмоциональных состояний персонажей на разных этапах анекдота, что может создавать эмоциональную напряженность этого текстотипа.

Итак, на воздействующий потенциал текста анекдота влияет его эмоциональная напряженность. Категория напряженности, в основе которой лежат конфликтные отношения, свойственные всем уровням художественного произведения, функционирует на различных уровнях организации текста и маркируется широким спектром лингвистических и экстралингвистических средств<sup>13</sup>. Категория напряженности рассматривается как один из факторов воздействия на восприятие и понимание реципиента. Направленность авторской интенции на адресата выражается в языковых единицах, одновременно реализующих категорию напряженности и апеллирующих к эмоциональной компоненте личности адресата<sup>14</sup>.

В эмотивных произведениях (каким является текст анекдота) стратегия автора направлена на создание эмоциональной напряженности, которая возникает благодаря эмоциональным смыслам, представленным в тексте эксплицитно и имплицитно. Синтактико-стилистические средства принадлежат к числу ядерных средств выражения категории напряженности и участвуют в моделировании различных видов напряженности в тексте, в том числе и эмоциональной<sup>15</sup>. Наиболее частотными и эффективными в плане реализации напряжен-

ности оказываются такие синтактико-стилистические приемы, как умолчание, апопсиопезис (обрыв высказывания), нарастание, параллелизм, разнообразные повторы, инверсия и т. п. Умолчание, апопсиопезис и нарастание могут считаться специализированными средствами, поскольку основной функцией этих приемов является создание напряженности в тексте<sup>16</sup>.

В тексте анекдота эмоциональная напряженность создается за счет комбинации эмотивных и экспрессивных средств и объективации их различной интенсивности на разных этапах развертывания анекдота. Нарастание эмоциональной напряженности в основной части текстотипа и ее спад после введения кульминационного момента является одним из условий комического восприятия адресата и оказывает на него эмоциональное воздействие, вызывая смеховую реакцию.

Рассмотрим следующий комический текст с точки зрения актуализации различных эмоциональных концептов на разных стадиях, выступающей условием создания эмоциональной напряженности анекдота.

*A young couple got married and left on their honeymoon. When they got back, the bride immediately called her mother. Her mother asked, «How was the honeymoon?»*

*«Oh, mama», she replied, «the honeymoon was wonderful! So romantic...» (СТАДИЯ 1)*

*Suddenly she burst out crying. «But mama, as soon as we returned, Sam started using the most horrible language... things I'd never heard before! I mean all these awful 4-letter words! You've got to come, get me and take me home. Please, mama!»*

*«Sarah, Sarah», her mother said. «Calm down! Tell me, what could be so awful? What 4-letter words?»*

*«Please, don't make me tell you, mama», sobbed the daughter, «I'm so embarrassed they are just so awful! Come and get me, please!» «Darling, baby, you must tell me what has you so upset... Tell your mother these horrible 4-letter words!» Still sobbing, the bride said,*

«*Oh, mama... (СТАДИЯ 2) words like DUST, WASH, IRON, COOK..!*» (СТАДИЯ 3)

Участниками эмотивной ситуации в данном анекдоте выступают недавно вышедшая замуж дочь и ее мать, которой она звонит после медового месяца.

Завязывание повествования (СТАДИЯ 1) характеризуется положительным эмоциональным фоном. Такие языковые единицы, как *a young couple, got married, the honeymoon, the bride*, восклицания молодой жены: «*Oh, mama, ...the honeymoon was wonderful! So romantic...*» свидетельствуют об атмосфере **радости и счастья**.

На СТАДИИ 2 эмоции дочери резко меняются на противоположные: *Suddenly she burst out crying*, что обуславливает конфликт, коллизию построения эмотивной сюжетной линии – основных предпосылок эмоциональной напряженности. На данной стадии в речи дочери мы встречаем «текстовые портреты» (термин О. Е. Филимоновой) сразу нескольких отрицательно окрашенных эмоциональных концептов. Концепт **несчастье** отражается в тексте через указание на пантомимический комплекс плача: *she burst out crying, sobbed the daughter, still sobbing*; прямую номинацию эмоции: *what has you so upset*; апосиопезис (прерывание высказывания): *Oh, mama...* Одно из наиболее интенсивных переживаний **страха – ужаса** девушки от происходящего – передается на лексическом уровне с помощью лексики, выражающей концепт «страх» и входящей в его семантическое поле: *the most horrible language, all these awful 4-letter words!, they are just so awful!*; на синтаксическом уровне использованием модальных конструкций, восклицаний, повторов: *You've got to come, get me and take me home. Please, mama!, Come and get me, please!* Эмоция **стыда** выражается через номинацию испытываемой эмоции: *I'm so embarrassed*. В тексте не встречается прямого указания на эмоции матери, однако адресат может угадать ее **волнение, тревогу** по следующим языковым маркерам: повторении имени дочери в попытке ее успокоить (*Sarah, Sarah*), исполь-

зовании аффективов (*Darling, baby*), восклицательных и неполных предложений.

Эмотивный микротекст, составляющий основную часть данного анекдота, несет в себе сильный эмоциональный заряд как следствие интенсивности чувств персонажей: почти все предложения, произнесенные персонажами, являются восклицательными, а присутствие многоточия в нескольких местах, указывающее на прием апосиопезиса, предстает индикатором «срыва» чувств – выражения эмоций, доведенных до крайней степени. Все перечисленное способствует нарастанию эмоциональной напряженности текста.

Эвфемизм грубых инвектив – слов, часто используемых в эмоциональной речи, – *4-letter words* – привносит дополнительный эмоциональный пафос в микротекст. Сюжет основной части строится вокруг попытки конкретизации этих слов, и по мере того как мать пытается их узнать, а дочь, все больше расстраиваясь, не смеет их вербализовать, эмоции обеих накаляются. Реакция дочери заставляет предположить, насколько действительно грубы и вульгарны данные слова.

Однако на СТАДИИ 3 предложение, в котором дочь наконец решается назвать эти ужасные *4-letter words*, является кульминацией анекдота. Выражение *4-letter words* актуализируется не в значении «грубые, вульгарные слова», а в своем прямом значении – «слова, состоящие из четырех букв», и, видимо, эти слова (*DUST, WASH, IRON, COOK*) действительно приводят молодую жену, только вернувшуюся после медового месяца, в ужас и вызывают у нее такую бурю эмоций. Капитализация подчеркивает их дополнительное эмоциональное значение для персонажа. Введение этих слов в текст снимает создавшуюся эмоциональную напряженность анекдота, которая передается по мере его прочтения и адресату, а актуализация элемента, не соответствующего ожиданиям реципиента, активирует в его сознании механизм восприятия ситуации как комической.

**ПРИМЕЧАНИЯ**

<sup>1</sup> *Петренко М. С.* Современный анекдот в текстовом, жанровом и дискурсивном аспектах: Автореф. дис. на соис. учен. степени канд. филол. наук. Таганрог, 2004.

<sup>2</sup> *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.

<sup>3</sup> *Лендваи Э.* Прагмалингвистические механизмы современного русского анекдота: Автореф. дис. на соис. учен. степени д-ра филол. наук. М., 2001.

<sup>4</sup> *Месропова О. М.* Структурные, прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка»: Автореф. дис. на соис. учен. степени канд. филол. наук, СПб., 1999.

<sup>5</sup> *Мишина О. В.* Смеховая реакция на юмористический видеовербальный текст (на материале английского комедийного сериала «Monty Python Flying Circus»). // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. М.: Индрик, 2007. С. 156.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> *Красных В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003.

<sup>8</sup> *Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: Учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 12, 15–16.

<sup>9</sup> *Красных В. В.* Указ. соч. С. 135.

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм «за» и «против». М.: Прогресс, 1975. С. 326.

<sup>12</sup> *Эко У.* Отсутствующая структура. СПб., 2004. С. 100.

<sup>13</sup> *Юдина Т. В.* Напряженность в лирическом стихотворении // Герценовские чтения. Иностранные языки: Материалы конференции (11–13 мая 2000 г.). СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2000. С. 91.

<sup>14</sup> *Юдина Т. В.* Категория напряженности текста как фактор воздействия на адресата // Герценовские чтения. Иностранные языки: Материалы конференции (15–17 мая 2003 г.). СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. С. 59–60.

<sup>15</sup> *Юдина Т. В.* Роль синтактико-стилистических средств в формировании плана выражения категории напряженности // Герценовские чтения. Иностранные языки: Материалы конференции (10–11 мая 2005 г.). СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. С. 55.

<sup>16</sup> Там же.