

УДК 811.161.1

Г. М. Кулаева

Сигналы эстетической информации в текстах телеэфира юмористически ориентированных программ

В статье исследуется вопрос об использовании системно организованных сигналов эстетической информации в текстах юмористических телепередач: КВН, «Уральские пельмени», «Аншлаг». К сигналам эстетической информации могут быть отнесены социокультурный дискурс, языковые средства всех уровней, на которых основаны лингвистические приемы языковой игры. Анализ текстов созданных для телеэфира юмористически ориентированных передач позволил выявить языковые средства, используемые в качестве сигналов комического эффекта: многозначность слова, омонимы, фразеологизмы.

Ключевые слова: сигналы эстетической информации в медийном пространстве; лингвистические приемы создания языковой игры.

Эстетическая информация, отражая реальный или вымышленный мир с позиций эстетического идеала, вызывает эмоции, связанные с оппозицией прекрасного — безобразного, возвышенного — низменного, комического — трагического и т.д. Определение или обнаружение такой информации в тексте связываем с предложенным Н. С. Болотновой понятием эстетического кода, под которым понимаются системно организованные определенным образом сигналы эстетической информации в общей структуре текста, включая разные уровни [2, с. 331—332]. Именно сигналы эстетической информации дают ключи к пониманию смысла текста.

Спецификой современной речи является стремление к ее эстетизации в разных сферах коммуникации. В средствах массовой коммуникации встречается деэстетизация, призванная сформировать стратегию построения речи с нарушением нормы использования языковых средств или такого их сочетания, которые преднамеренно разрушают сложившиеся речемыслительные эстетические стереотипы. Это ведет к моделированию специфичной эстетической коммуникации в нехудожественной речи. Наиболее ярко эти процессы эстетизации и деэстетизации наблюдаются в медийном аудиовизуальном пространстве (телевидение, радио и др.) [1; 5; 7]. В этом ключе, на наш взгляд, представляет интерес изучение сигналов эстетической информации в экранной речи телевизионных юмористически ориентированных программ: «Клуб Веселых и Находчивых», «Золотой граммофон» (Первый канал), «Уральские пельмени» (СТС), «Кривое зеркало», «Аншлаг» (Канал «Россия») и др.

Сигналом эстетической информации может стать названный А. А. Щербиной особым образом организованный речевой контекст [10]. По мысли Е. В. Максименко, для понимания эстетически организованного контекста необходимы широкие фоновые знания, составляющие «вертикальный контекст» [8, с. 34], или, говоря современным языком, социокультурный, социопсихологический, политический, бытовой и т.д. дискурс. На наш взгляд, в такой контекст следует включить знание реалий, исторических фактов, прецедентных текстов, литературных произведений, рекламных текстов, политических пристрастий, взглядов и др. Следовательно, получателю речи необходим некий код информации, складывающийся из комплекса знаний — контекста самой фразы, контекста соседних предложений или всего текста и, наконец, контекста фоновых представлений. Отметим, что в последние годы в текстах юмористов сигналом эстетической информа-

© Кулаева Г. М., 2015

ции наряду с языковыми приемами выступает именно социокультурный контекст или дискурс.

Возможность участия фоновых знаний в создании эстетического эффекта можно проиллюстрировать следующими примерами:

— *Я медведя в окно видела. Вы не боитесь?*

— *Не, мы партийные. (КВН, 06.07.14)*

Сигнал эстетической информации — символ партии «Единая Россия» — медведь.

В следующем примере комический эффект создан при помощи использования девиза (слогана) зимней олимпиады в Сочи 2014 г. Сцена — на арктической станции полярники ждут еще одного сотрудника, им оказывается женщина.

— *Здесь холодно, Оксаночка. Держи. Я тебе дарю штаны. (Разворачивает.) Жаркие. Зимние. Твои. (КВН, 06.07.14)*

Еще один пример. Сигналом возникновения комического эффекта становится известный факт избрания папы кардиналами в Ватикане. Символом избрания для ожидающих католиков является дым из трубы. В примере обыгрывается ситуация ухода мэра по подобию избрания папы.

— *В Мурманске во время избрания мэра (пауза) из трубы, как в Ватикане, валит (пауза) старый мэр. (КВН, команда Мурманска, 22.06.14)*

Комический эффект создан заменой слова «дым» на «мэр» в сочетании с глаголом *валит* («двигаться (лететь) потоком, массой»), на фоне нового контекста значение слова *валит* приобретает стилистически сниженное значение — «жарг. Убегать, уходить» [4].

Безусловно, доминирующим средством создания эстетического эффекта остается языковая игра. С понятием языковой игры мы связываем установку на «экспрессивизацию речи» [9, с. 170]. Эффект деавтоматизации привычного употребления, сложившихся представлений и ожиданий возникает в результате намеренного нарушения эстетической нормы, в котором и заключается смысл языковой игры.

Языковая игра применительно к разговорному диалогу, а именно он основа рождения комического эффекта, создается: 1) на основе использования созвучий, 2) на основе столкновений значений слова, 3) на смысле синтаксической конструкции [3, с. 71].

Спектр лингвистических приемов создания двусмысленности, актуальных в современных телевизионных юмористических передачах, был представлен в нашей статье «Каламбур и приемы его создания в современной русской речи (на материале телевизионных юмористических передач)» [5].

К наиболее продуктивному типу языковой игры следует отнести приемы, построенные на возможностях многозначного слова. Именно использование возможностей многозначности является индикатором эстетической информации в диалогах телепередач. Данный тип разнообразен и основан на следующих приемах:

1. Использование разных номинативных значений многозначного слова и его повтора в одном контексте:

Диалог у врача. Персонажи диалога — врач и пациент.

— *Каково ваше состояние?*

— *Доктор, если бы у меня было состояние, пришел бы я к вам справку просить. (Аншлаг, 21.06.14)*

В диалоге происходит совмещение значений слова *состояние* — «2. Физическое самочувствие, расположение духа, настроение. 5. Имущество, собственность» [4].

2. Использование узуального и окказионального значений слов:

— *Женись!*

— *А что делать с остальными женами?*

— *А перебьются, а... или перетопятся.* (КВН, 27.04.14)

Эстетический эффект возникает в наложении значения «С трудом прожить, обойтись некоторое время» и значения «Драться, сражаться», которое появляется под влиянием контекстного употребления слова перетопятся [4]. Отметим, что в словаре значения «драться и сражаться», «утопить многих» не отмечены у глаголов перебиться, перетопиться, что позволяет говорить об окказиональном употреблении значений слов.

3. Совмещение значений, употребляемых в различных функциональных стилях и сферах употребления:

— *Вот как ты выглядишь! (девушка в литовском наряде)*

— *Да, я кошу под литовку.*

— *Но литовки не косят.*

Сигналом эстетической информации становится повтор разных форм одного слова, в результате которого происходит столкновение номинативного значения слова «косить» («Срезать траву косой или косилкой») с употреблением экспрессивно-стилистического значения «жарг. Притворяться, быть кем-то» [4].

В следующем примере фрагмент сцены-диалога, в котором участвуют персонажи — губернатор, прокурор, генерал. Они дают взятку инспектору ГИБДД, затем часть денег они забирают у инспектора в том процентном соотношении, в котором берут сами.

— *Пошли, потом будем сидеть и смеяться.*

— *Сплюнь.* (Уральские пельмени, 12.07.14)

Реплика «Сплюнь» стимулирует актуализацию стилистически сниженного значения многозначного слова *сидеть* — «перен. Быть лишенным свободы, отбывать наказание в тюрьме (прост.)» [4].

Достаточно часто в текстах передач используются сигналы эстетической информации, основанные на игре звучаний и вытекающих из них значений. В этом случае возникает не только «мерцание значений», но и «мерцание звучания». Такими сигналами являются следующие приемы:

1. Наложение значений омонимов:

— *У Березуцкого даже на даче вышел неудачный навес.* (Уральские пельмени, 12.07.14)

Языковая игра возникает в наложении значений омонимов «навес» — «Крыша или завеса для защиты» и значения, используемого в спортивных текстах, — «навесная передача, пас по воздуху» [4].

2. Использование омоформов:

Передаю привет от басков. Басков нет в России, но есть Николай Басков. (Разыгрываемый пародистами дуэт Монсеррат Кабалье и Н. Баскова. Анилаг. 5.05.14)

Игра слов создается при помощи совпадающих в звучании разных слов: названия этнической группы баски и фамилии популярного певца Николая Баскова.

3. Использование паронимии:

— *Завтра чтоб был мейкап.*

— *Что такое мейкап?*

— *Это Майкоп — столица Адыгеи.*

— *Нет. Мейкап — это краситься. Вы должны быть подкрашены.* (КВН, 22.06.14)

Достаточно продуктивным в современной русской речи способом создания комического эффекта является употребление в одном контексте имен собственных и нарицательных. Сигналом возникновения языковой игры в этом случае выступают антропонимы, топонимы, названия предметов и др. Выделим приемы создания языковой игры, основанной на использовании имени собственного:

1. Использование неожиданных ассоциаций имен собственных с нарицательными, обеспечивающих двойственное восприятие имени собственного:

Сцена у врача.

— *Давайте я у вас возьму кровь. Вы натощак?*

— *Да, я Степан Петрович Натощак. (Анилаг, 21.06.14)*

2. Использование столкновения собственных имен — омоформов:

— *Хочешь, подарю «Волгу»?*

— *Всю — до Астрахани?*

— *Нет, от капота до буфера. (Е. Петросян и Е. Степаненко. Кривое зеркало. 05.04.13)*

В устном варианте происходит совмещение значений имени собственного — название автомобиля марки «Волга» и названия реки. Контекст уточняет значение употребления собственного наименования и снимает двойственность восприятия имени собственного.

Наряду с выделенными лексическими явлениями, организованными как индикаторы языковой игры, отмечается использование фразеологизмов. В каламбуре, образованном на материале фразеологизмов, как и в каламбуре, основанном на материале отдельного слова, благодаря специальному контексту происходит «мерцание значений»: одно и то же выражение воспринимается и как семантически целостное, единое, и как свободное. Выделяются следующие приемы:

1. Употребление в контексте фразеологической единицы и слова со свободным значением, которое входит в данную фразеологическую единицу.

Каламбур возникает в результате столкновения значения фразеологизма *горячая точка* и свободного сочетания *горячая точка* — жаркое знойное место, которое формируется визуальным контекстом — элементами одежды персонажа.

Персонажи сцены — военный и его жена.

— *Катя, меня отправляют, собирай вещи.*

— *Отправляют куда?*

— *В горячую точку!*

— *Как, девятый раз за год!*

— *Да, Катя. Надо собираться. Положи мне футболку, сланцы, плавки.*

— *Зачем плавки?*

— *А вдруг болото. Да, еще коньяк положи, согреться надо. (13.10.13, КВН)*

2. Использование фразеологической единицы и однокоренного слова, входящего в состав фразеологической единицы:

Дрожжи как на дрожжах растут. (20.04.13, КВН)

Использование определенных синтаксических конструкций и вытекающих из них значений в последнее время используется реже в качестве организующего элемента языковой игры.

— *На уроке географии он нашел Гондурас и кличку на всю жизнь. (КВН, 06.07.14)*

Комический эффект в данном контексте создается нарушением синтаксической сочетаемости.

В результате анализа текстов участников эстетической коммуникации в медиaprостранстве можно сказать, что языковая игра в основном базируется на многозначности слова и его семантико-стилистических возможностях. Поэтому ожидаемыми сигналами возникновения комического эффекта остаются приемы, основанные на столкновении или совмещении значений слов, использовании повторов одного и того же слова с разным содержанием. Доминирование этих приемов определяется спецификой телеви-

зионной речи — преобладание устной формы речи, акустически воспринимаемой массовым зрителем, который является участником телекоммуникации. Достаточно широкое распространение в создании эстетического эффекта в телетекстах юмористических программ принимает использование, к примеру, реалий современной жизни, прецедентных текстов, социокультурных артефактов и творческое сочетание приемов языковой игры.

Список использованной литературы

1. Бирюкова Е. О. Особенности языковой игры в телевизионном дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. 2011. № 2. С. 164—168.
2. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста. Словарь-тезаурус. Томск, 2008.
3. Гордиевская М. Л. Каламбур в живом диалоге // Русский язык в школе. 1994. № 3. С. 71—73.
4. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. М.: Русский язык, 2000 // Толковый словарь Ефремовой [Электронный ресурс]. URL: <http://www.efremova.info/>
5. Кулаева Г. М. Каламбур и приемы его создания в современной русской речи (на материале телевизионных юмористических передач) // Вестник Оренбургского государственного педагогического университета. 2003. № 2. С. 76—92.
6. Куманицина Е. И. Феномен языковой игры в СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. 2005. № 4. С. 165—168.
7. Куранова Т. П. Языковая игра в речи теле- и радиоведущих : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Ярославль, 2008.
8. Максименко Е. В. Языковые средства создания комического в современной французской художественной прозе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Киев, 1983.
9. Цикушева И. В. Феномен языковой игры как объект лингвистических исследований // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 90. С. 169—173.
10. Щербина А. А. О двуплановости и противопоставлении смысла в иронии // Филологические науки. 1976. № 2. С. 55.

Поступила в редакцию 05.02.2015 г.

Кулаева Галина Михайловна, доктор педагогических наук, доцент
Оренбургский государственный педагогический университет
460014, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Советская, 19
E-mail: galina-kulaeva@yandex.ru

UDC 811.161.1

G. M. Kulaeva

Signals of aesthetic information in the texts of TV humorous programs

The article explores the question of using the systematically arranged signals of aesthetic information in the texts of TV humorous programs: KVN, “Uralskiye pelmeni”, “Anshlag”. Signals of aesthetic information may include socio-cultural discourse, linguistic means of all levels, laying the foundation for the language game. The analysis of the texts created for TV humorous programs helped to identify the linguistic means that are used as signals of comic effect: polysemy, homonyms, idioms.

Key words: signals of aesthetic information in the media space; linguistic techniques of creating language game.

Kulaeva Galina Mikhailovna, Doctor of Pedagogic sciences, Associate Professor
Orenburg State Pedagogical University
460014, Russian Federation, Orenburg, ul. Sovetskaya, 19
E-mail: galina-kulaeva@yandex.ru