

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Научно-исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева»

На правах рукописи

Бородина Лали Васильевна

**Антропоцентризм юмористического дискурса
(на материале русского и французского анекдота)**

10.02.19 – теория языка

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель –
доктор филологических наук, профессор
Трофимова Юлия Михайловна

Саранск 2015

ВВЕДЕНИЕ

Современная лингвистика, избравшая своим главным направлением антропоцентризм во всех его проявлениях, в качестве одного из приоритетов выделяет актуализируемые в коммуникации антропоцентрические свойства дискурса и текста. Юмористический дискурс, представляющий собой одно из характерных проявлений речевой коммуникации, совершенно по-особому актуализирует феномен человека. Установка на то, чтобы вызвать у реципиента реакцию в виде смеха на сообщаемую ему информацию, находит дифференцированное проявление в жанровых формах юмористического дискурса, который, в свою очередь, находит выражение в устоявшихся текстовых формах. Одной из таких форм является анекдот, главной (и практически единственной) темой которого является человек. Как и всякий текст, текст анекдота разворачивается в плоскости трех координат: пространственной, временной (а при рассмотрении их в единстве – в хронотопе) и антропоцентрической. Между тем, среди отдельных текстовых построений обнаруживаются анекдоты, в которых хронотоп практически полностью нивелирован, и единственной вербализованной координатой оказывается антропоцентрическая. Данное обстоятельство заставляет по-новому взглянуть на отраженный в тексте анекдота феномен человека, а также на своеобразие коммуникативной природы анекдота, обнаруживающей весьма специфические черты в оппозиции текст-дискурс.

Несомненна когнитивная основа этой оппозиции, поскольку концепт «человек», соединяющий, как будет показано далее, оба её элемента (текст и дискурс), всякий раз при коммуникативном акте сообщения анекдота реципиенту обнаруживает новые оттенки его (концепта) репрезентации, несущей индивидуальные вариации, вносимые исполнителем анекдота в трактовку какой-либо стороны человеческой природы вкупе с её индивидуальным вербальным выражением. Отмеченное обстоятельство

настраивает исследователя на выявление когнитивных стратегий, запрограммированных в самой лингвистической природе юмористического дискурса и особенно отчетливо проявляющихся в такой его жанровой форме, как анекдот.

Специфика текста анекдота указывает на необходимость выделения в концепте «человек» двух составляющих. Этот концепт репрезентируется в анекдоте, с одной стороны, как текстовый персонаж в определённой совокупности своих свойств и качеств, а, с другой стороны, как лингвопортрет автора, сочинителя, полностью идентичный тому, что традиционно квалифицируется как образ автора. Как известно, в любом тексте автор, прежде всего, изображает себя. Анекдот же существует в бесчисленных пересказах, и даже те печатные версии, которые были подвергнуты анализу, также были зафиксированы с чьих-то уст. Поэтому представляется целесообразным поименовать образ автора "человеком говорящим", соединяющим трудно установимого автора анекдота с его меняющимся исполнителем, и сосредоточиться на текстовой вербалике, позволяющей в той или иной мере реконструировать лингвопортрет автора. В свою очередь, говорящий человек говорит не о ком другом, как о человеке и отображает его в полном соответствии с юмористической тональностью данного текстового построения.

В работе, таким образом, постулируется дуализм дискурсивно-текстового антропоцентризма анекдота, учитывающий тот факт, что человек в языковой коммуникации может быть отображен только человеком (именуемым в работе «человеком говорящим» в противоположность «человеку изображенному» как образу человека, зафиксированному в текстовой ткани анекдота). В итоге концепт «человек» выявляется в тексте анекдота через свою двойственную вербальную репрезентацию, где два антропоцентра – человек говорящий и человек изображенный – сливаются в тексте анекдота в единый текстовый концепт «человек» и манифестируют антропоцентризм последнего.

Актуальность диссертации определяется тем, что, несмотря на многочисленные обращения к изучению феномена анекдота, характер его антропоцентричности как онтологически возобладавшей категории остается до конца не выявленным. Не были учтены эволюционные процессы в формировании дискурсивно-текстовых свойств анекдота, имеющих непосредственное отношение к своеобразию его антропоцентризма, не освещены те новые каналы языковой коммуникации (например, массовая печать, Интернет), которые налагают собственный отпечаток на отражение в анекдоте антропоцентрических моментов, не раскрыта специфика когнитивных стратегий в текстопостроении анекдота как вербально варьирующегося построения.

Актуальность исследования антропоцентризма анекдота в общетеоретическом аспекте объясняется также тем, что анекдот является одной из самых популярных форм бытовой коммуникации, где (хотя и в юмористическом ключе) осмысляются важные политические и бытовые проблемы и где человек получает вполне обоснованную оценку, выявить и осознать которую актуально для любого момента времени.

Объектом настоящего исследования является дискурсивно-текстовая природа антропоцентризма анекдота, рассмотренная сквозь призму её актуализации в русском и французском языках.

Предметом исследования является отраженный в тексте анекдота человек, рассмотренный в границах концепта с выделением в его границах двух составляющих «человек говорящий» и «человек изображенный».

Целью данной диссертационной работы является выявление антропоцентрической составляющей дискурсивно-текстовой природы анекдота, актуализирующейся в виде оппозиции концепта «человек говорящий» vs. «человек изображенный».

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач:**

1. Выявить, каким образом текст анекдота адаптирует феномен человека в его двойственной концептуализации.
2. Определить, каким образом юмористический потенциал текста анекдота зависит от адаптации им денотативных аспектов отображаемого и отображающего человека, соединяющихся в границах концепта «человек».
3. Выявить, как антропоцентричность анекдота проявляется в изменении его современного статуса и эволюции его жанровой формы.
4. Определить, каким образом реализуются различные текстовые актуализаторы, с помощью которых продуцируется юмористический эффект и какие новые информативные ресурсы способствуют расширению его семиотического диапазона.
5. Установить, по каким вербальным признакам выявляется лингвопортрет «человека изображенного» и «человека говорящего».
6. Выявить, каким образом антропоцентричность юмористического дискурса влияет на специфику построения текста анекдота, в частности, на его политематичность или диффузию тем.

Цели и задачи исследования обусловили применение целого ряда **методов:** *метода* контекстуального анализа, ориентирующий на выявление ситуативной и контекстуальной обусловленности словарных номинаций человека, *метод* концептуального анализа как анализа действительности с помощью концептов, *метод* лингвостилистического анализа, нацеливающий на обнаружение стилистической палитры текста анекдота, описательный *метод*, включающий наблюдение, описание, обобщение, лингвосемиотический *метод*, направленный на учет в текстопостроении тех или иных средств различных семиотических систем.

Теоретическую основу работы составили труды по проблемам *теории дискурса* (В.И. Карасик, В.Е. Чернявская, А.А. Кибрик, А.В. Олянич, Н.Д. Арутюнова, А.А. Ворожбитова, В.Г. Борботько, Ю.Н. Караулов, М.Л. Макаров, Е.С. Кубрякова); *юмористического дискурса* (К.Ф. Седов, А.Д. Шмелев, Е.Я. Шмелева, А. М. Морозова, О.В. Лутовинова, Е. Курганов);

лингвистики текста и лингвокультурологии (М.М. Бахтин, И.Р. Гальперин, В.А. Кухаренко, Ю.А. Левицкий, Е.С. Кубрякова, В.В. Красных, Н.Ф. Алефиренко, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, А.П. Седых, Г.Г. Слышкин и др.); *когнитивных стратегий и концептуального анализа* (Н.Н. Болдырев, Г.А. Золотова, Г.В. Колшанский, Н.А. Красавский, Г.Н. Манаенко, В.А. Сулимов А.И. Фефилов, М.А. Шелякин).

Научная новизна настоящего диссертационного исследования состоит в том, что в нем впервые рассматривается весь комплекс текстопостроительных стратегий, охватывающий широкую гамму антропоцентрических актуализаций в тексте анекдота, как с позиции «человека говорящего», так и с позиции «человека изображенного». Новым является также использование в обозначенной области методики концептуального анализа как анализа денотативной базы, определяющей двойственную актуализацию концепта «человек», который аккумулирует весь спектр антропоцентричности, проявляющейся в вербальном облике анекдота. Новизной отмечен и типологический (на базе русского и французского языков) подход к выявлению вербальных репрезентаций концепта «человек» в виде лексико-семантических полей и текстовых актуализаций последних.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что оно вносит соответствующий вклад в изучение текстового антропоцентризма и, в частности, антропоцентризма юмористического дискурса. Установление типических признаков антропоцентризма анекдота, включающих весь спектр отражения феномена человека в его текстовой ткани, имеет значение как для теории языка в целом, так и для самых разных областей языкознания, связанных с теоретическим осмыслением человеческого фактора в языке. Теоретически значимым представляется выявление самых современных методик конструирования антропоцентрически значимых блоков текста, которые все больше опираются на информативные приемы разных семиотических систем,

активно привлекаемых для текстопостроения. Раскрытие языковой организации текста анекдота в представлении им антропоцентрической информации, присущей ему как особой жанровой форме, является значимым для развития общей теории текста, направленной в настоящее время на установление характерных признаков текстов самых разных типов. Методика концептуального анализа, нацеленного на выявление природы текстовой денотации анекдота, вносит определенный вклад в разработку прикладных аспектов лингвокогнитивистики.

Практическая значимость диссертационной работы состоит в возможности использования ее результатов в практике преподавания французского языка, чтении лекционных курсов по лингвокультурологии, общему языкознанию и теории перевода.

Материалом исследования послужили 1900 французских и более 2000 русских анекдотов, извлеченных методом сплошной выборки из интернет-источников и разнообразных печатных сборников анекдотов.

Достоверность результатов исследования достигается анализом большого объема практического материала, в частности, русских и французских анекдотов, а также применением апробированных методов исследования.

Основная **гипотеза** предпринятого исследования заключается в том, что человек в тексте анекдота является основным стимулом, стержнем при построении юмористического эффекта. Без ориентации на «человека изображенного» «человек говорящий» не сможет включиться в дискурс и анекдот как жанр юмористического дискурса будет обречен на исчезновение: нет человека – нет анекдота. Вместе с тем, совокупность денотативных признаков «человека изображенного» и «человека говорящего» координируется концептом «человек», обретающим вербализацию в соответствии с особенностями лингвокультуры и жанровой природы анекдота.

Положения, выносимые на защиту:

1. Регулярные публикации анекдотов в разных типографских изданиях и сети Интернет свидетельствуют о вхождении анекдота в массмедийную сферу современной языковой коммуникации, а также об обретении им письменнопечатной формы и соответственно полноценного статуса текста, сохраняющего свои дискурсивно-речевые свойства, и позволяющего анализировать его с тех же позиций, что и любой другой текст.
2. Текст анекдота, следуя самым современным текстопостроительным моделям, сохраняет многочисленные черты дискурсивности. Ответственным за производство каждого текста анекдота в полном соответствии с требованиями его жанровой формы является «Человек говорящий». Юмористический потенциал текста анекдота зависит от его формы и особой информации, выраженной комбинацией лингвистических средств.
3. «Человек изображенный» растворен в текстовой ткани анекдотов и его совокупный образ складывается из небольших фрагментов текстовых зарисовок персонажей. «Человек изображенный» представляется также человеком, и его точка зрения на себя самого фиксируется языковой тканью текста.
4. Антропоцентризм юмористического дискурса влияет на эволюцию его жанровой формы, требует использование новых графических возможностей, освоение новых информативных ресурсов, расширение своего семиотического диапазона для передачи всей гаммы чувств, переживаний и настроений человека.
5. Когнитивной основой дискурсивно-текстового антропоцентризма анекдота является концепт «человек», заключающий в себе как в ментальной единице коллективного сознания те аспекты денотации, которые актуализируются в языковой ткани конкретных текстовых построений анекдотов. Текстовая раздвоенность концепта «человек» как «человека говорящего» и «человека изображенного» свидетельствует об особой структурной емкости и содержательной глубине текстового концепта как когнитивной единицы.

Апробация работы. Основные результаты диссертационного исследования были представлены на Международной заочной научно-практической конференции: Язык. Культура. Коммуникация. (Ульяновск, 2008 г), на VIII-ой Международной научной конференции: Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты (Ульяновск, 2008 г.), на Международной научно-методической конференции: Русскоязычие и би (поли)лингвизм в межкультурной коммуникации XXI века: когнитивно-концептуальные аспекты (Пятигорск, 2008 г), на Всероссийской научной конференции с международным участием: Актуальные проблемы общего и регионального языкознания (Уфа, 2008 г), на международной научно-практической конференции Иностранные языки в диалоге культур: политика, экономика, образование (Саранск, 2009) и на ежегодной научной конференции «Огаревские чтения» (Саранск, 2008, 2009г.).

Всего по теме диссертационного исследования опубликовано 10 статей, в том числе три в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК: Известия ВГПУ. Серия «Филологические науки» (Волгоград, 2010г.), Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика» (Москва, 2011г.), Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Научный журнал. Серия «Филология» (Санкт-Петербург, 2011г.).

Цели, задачи и методы исследования определили **структуру диссертации**, которая состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Во Введении обосновывается выбор темы исследования, ее актуальность и научная новизна, теоретическая и практическая значимость, определяются цели и задачи настоящей работы, формулируются основные положения, выносимые на защиту, выдвигается гипотеза исследования, указываются методы исследования. **Первая глава** «Анекдот как разновидность юмористического дискурса и его антропоцентрические параметры», посвящена рассмотрению теоретических вопросов соотношения текста и дискурса, осмыслению антропоцентризма как универсальной

филологической категории и как опоры для разработки инструментария для анализа юмористического дискурса, а также роли фоновых знаний в исследованиях, посвященных тексту вообще и юмористическому дискурсу, в частности. В главе также обосновывается когнитивно-концептуальный подход к исследованию текстового антропоцентризма с учетом его детерминированности бытующим в коллективном сознании концептом «человек», который определяет все процессы текстовой вербализации. **Во второй главе** «Текстопостроительные особенности юмористического дискурса. Антропоцентризм анекдота под углом зрения «человека говорящего»» анализируются тексты анекдотов с позиции их вербального облика, построенных по определенным текстопостроительным моделям. «Человек говорящий» понимается в данной главе как языковая личность, ответственная за производство того или иного текста анекдота в полном соответствии с требованиями его жанровой формы. Внимание обращается на самые современные текстопостроительные особенности анекдота в его письменной фиксации, характерной как для типографских изданий, так и для электронного формата сети Интернет. **В третьей главе** «Антропоцентризм текста анекдота, с позиции человека изображенного» раскрывается совокупный образ человека, отображенного в разнообразных текстах анекдотов, выявляются фрагменты текстовых зарисовок персонажей, которые складываются в единую мозаику, дающую представление о том, с каких точек зрения текстовая форма анекдота адаптирует феномен человека.

В Заключении подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются выводы.

Глава 1. Анекдот как разновидность юмористического дискурса и его антропоцентрические параметры

1.1 Анекдот в структуре юмористического дискурса.

Соотношение текста и дискурса

При исследовании какого-либо явления в русле дискурса целесообразно (в силу исключительной обширности имеющихся разработок и многоаспектности авторских мнений) ограничиться лишь наиболее существенными для данного явления дискурсивными характеристиками. Все нижеупомянутые дискурсивные характеристики анекдота, в той или иной мере комментируемые в современной лингвистической литературе, в своей совокупности составят достаточно объёмный перечень, освещаемый ниже в последовательности, соответствующей их значимости для предпринятого исследования.

Одним из самых важных моментов при изучении анекдота (а также одним из активно дискутируемых вопросов современной лингвистики) является вопрос о соотношении текста и дискурса. Обращение к теоретическим источникам показывает, что практически ни один аспект такого соотношения не остался без внимания. Тем не менее, представляется своевременным заметить, что рассмотрение этих двух понятий в плоскости их жанровой специфики (а анекдот квалифицируется как жанр юмористического дискурса) ещё не расставило всех акцентов с точки зрения их соотношения друг с другом.

Заметим сразу же, что характер языковой коммуникации (в отдельных случаях почти равнозначный понятию жанра) высвечивает свои собственные точки соприкосновения текста и дискурса. Если обратиться к юмористическому дискурсу, то его детерминированность коммуникативной сферой функционирования становится вполне очевидной. В этом смысле определение В.И.Карасика оказывается наиболее иллюстративным: дискурс

как явление промежуточного характера между речью и общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом с другой стороны» [Карасик, 2004: 231].

Забегая вперёд, заметим, что анекдот как одна из форм юмористического дискурса, специфичен именно соотношением своей текстовой и дискурсивной природы. Если принять точку зрения, что текст на стадии его производства представляет собой дискурс [Ворожбитова, 2005: 140], то можно выстроить такую цепочку вербальной актуализации анекдота: текст анекдота (устный и письменный) рождается из дискурса и вновь в него возвращается, обретая разные версии не только в устных репрезентациях, но и в письменных, ставших приметой нашего времени. Как уже отмечалось, публикации анекдотов в самых разных изданиях свидетельствуют об обретении анекдотом письменной формы и соответственно полноценного статуса текста, однако многочисленные редакторские вариации одного и того же анекдота в разных изданиях вновь выявляют его дискурсивно-речевые свойства.

При обсуждении дискурсивно-речевых свойств анекдота существенное значение имеют научные традиции, различные национальные научные школы дискурсивного анализа. Возможно, не следует упускать из виду, что в структуралистской американской и британской лингвистике, активно изучавшей устную «живую» речь, дискурс отождествлялся с диалогом. Если подходить к анекдоту с точки зрения его коммуникативно-прагматической значимости, то диалогические качества анекдота обнаруживаются одними из первых. При этом здесь предполагается не только ставший в дальнейшем характерным для британско-американской лингвистической традиции анализ связной речи в устной и письменной форме, сосредоточенный на интеракционном взаимодействии отправителя и получателя сообщения [Чернявская, 2003: 53]. Дело в том, что диалогическая среда – это самая естественная среда бытования анекдота, поскольку здесь кроме его автора (который как в любом виде народного творчества почти всегда неизвестен) и

реципиента-слушателя имеется еще и исполнитель-распространитель, который коммуникативно настроен на самую скорую передачу анекдота другому лицу. Передачу, сопряженную с вербальными вариациями базового текста, возвращающими анекдот в устную «живую» речь.

Как представляется, освещение дискурсивных свойств анекдота целесообразно вести именно с этой позиции, т.е. с точки зрения его принадлежности живому общению. Помимо указанного подхода для исследования анекдота примечательным является и семиотический подход. В частности, А.-Ж. Греймас и Ж. Курте интерпретируют дискурс как семиотический процесс, реализующийся в различных видах дискурсивных практик и расцениваемый как проявление некоторых специфических правил организации речевой деятельности и коммуникации. Помимо акцента на коммуникацию (общение) семиотический подход поможет сконцентрироваться на текстопостроении анекдота, высвечивая его новые современные текстопостроительные модели. Среди последних устойчиво выделяется намерение автора использовать разнообразные семиотические ходы в дополнение к лингвистической системе.

Избрав в качестве отправной точки дискурсивно-текстовые свойства анекдота, обратимся к обзору базовых положений современной теории текста и дискурса, имея в виду выделение в них самых существенных моментов, способных ориентировать на теоретически обоснованное исследование отмеченных свойств. В этом случае следует обратить внимание на определения текста, дискурса, на рассмотрение их взаимоотношений (что уже отмечалось в начале данного раздела), а также на типологию дискурса, его жанровые и коммуникативные формы.

Начнем с типологии дискурса. Здесь есть опасность смешения понятий типологии и классификации, что и обнаруживается в различных работах. Как известно, классификации строятся на базе какого-либо признака, и их при описании свойств одного и того же объекта можно создать множество; типология же нацеливается на объективно существующую упорядоченность

элементов внешней действительности. Несмотря на отмеченное различие, при теоретическом обзоре мы объединим эти понятия.

Современная лингвистика оперирует разветвленной системой различных разновидностей дискурса: юмористический, политический, экономический, религиозный, литературно-художественный, научный, юридический и т.д. С точки зрения разнообразия существующих форм дискурса речь уже может идти о его типологии. Были предложены основания для исчисления такого разнообразия, например, А.А. Кибрик считает, что для понимания разнообразной природы дискурса необходимо учитывать не менее четырех параметров – модус (бытование явления в устной и/или письменной форме), жанр, функциональный стиль и формальность [Кибрик, 2003]. По ходу изложения мы будем комментировать юмористический дискурс с точки зрения отмеченных параметров.

Следует предварительно заметить, что чаще разграничиваются национальные дискурсы (русский, английский и т.п.), и уже в контексте национальных дискурсов выделяются различные функциональные типы дискурса. Данный подход является вполне оправданным, так как наличие развитой системы дискурсов в том или ином языке сродни наличию в нем функциональных стилей. В этой особенности наличия в том или ином языке определенных типов дискурса заключен к тому же и немаловажный методологический ход. Если вести речь об общетеоретическом характере дискурса, основываясь на данных двух и более языков, необходимо принимать к сведению и развитость определенного типа дискурса в каждом из них. Что касается юмористического дискурса, то он, безусловно, свойствен всем лингвокультурам мира, но в каждой культуре он зависит от национального юмора. Вместе с тем, национальная специфика дискурса (и юмористического дискурса, в частности) не исключает наличия общенациональных черт дискурса. По этой причине изучение дискурса с точки зрения его общих типологических свойств также представляется важным. В данном случае основной акцент придется сделать не на

лингвокультуру, а собственно на культуру. Как замечает Н.Ф. Алефиренко, культура – это не только то, что отличает одну группу от другой, но и то, что сближает разные группы, потому что в ней выражаются родовые характеристики человека, общие для всех народов [Алефиренко, 2010: 61]. Родовые характеристики антропоцентризма, запечатленные в русском и французском анекдоте, должны стать ведущими при анализе практического материала.

Однако и при исследовании на общетеоретической основе типических свойств современного юмористического дискурса (в аспекте его актуализации на базе анекдота) невозможно проигнорировать фактор национального дискурса. Данное обстоятельство представляется тем более важным, что в современной лингвистике имеется немало исследований, направленных на выяснение природы того или иного национального дискурса. В частности, было отмечено, что английский дискурс может быть определен как вербализованная речемыслительная деятельность, являющаяся совокупностью процесса и результата и обладающая как лингвистическими, так и экстралингвистическими планами; данная деятельность осуществляется на английском языке представителями английского национально-лингвокультурного сообщества [Красных, 2003: 35]. Справедливости ради заметим, что первая часть этого высказывания (вербализованная речемыслительная деятельность) представляется достаточно общей и может относиться к любому национальному виду дискурса. Что же касается лингвистических и экстралингвистических планов, то здесь одной из первых может оказаться классификация по модусу [Кибрик, 2003]. Добавим к этому и ещё одну трактовку экстралингвистического фактора, которая подразумевает набор коммуникативных целей, признаваемых определенным дискурсивным сообществом [Swales, 1990]. В этом смысле просматривается более широкая перспектива для типологических и общетеоретических обобщений дискурса даже на базе различных национальных дискурсов.

Если обратиться к национальным дискурсам, привлекаемым к настоящему исследованию (а именно французский и русский), то в свете отмеченных выше признаков их экстралингвистический план можно признать во многих отношениях близким или тождественным. Национальный русский и французский юмористический дискурс (и анекдот в том числе) имеет устную и письменную форму актуализации, коммуникативные цели также схожи. Разными могут быть понятия смешного, а также апеллирования к ЯКМ французского и русского языков. Подобное апеллирование при построении любого высказывания неизбежно, но в юмористическом дискурсе часто обыгрываются разнообразные языковые тонкости и нюансы, на базе которых нередко и строится высказывание. Особо тонкими считаются юмористическими случаи, когда такие языковые нюансы удачно коррелируют с внеязыковой действительностью дискурсивного сообщества. Достаточно вспомнить реплику А. Райкина, отражавшую одну из особенностей советской действительности того времени: «надо ж дать» (где в определенную зависимость поставлены два действия «дать/ждать»). В целом следует заметить, что взаимозависимости экстралингвистических и лингвистических аспектов дискурса ещё далеко не освещены именно с точки зрения его языковых возможностей и ресурсов.

Разные типы дискурсов взаимопроникают друг в друга. Происходит своего рода диффузия дискурсов. Тем не менее, типологизация дискурсов в зависимости от типов потребностей вполне возможна. А.В. Олянич считает, что руководствуясь потребностями, человек для их реализации вынужден определенным образом использовать имеющиеся у него языковые возможности. Например, юмористический дискурс помогает снять индивидуальное и социальное психологическое напряжение [Олянич, 2007].

Если положить в основу типологии дискурса выдвигаемый Ю. Кристевой принцип «рассказывания» (что вполне соответствует природе анекдота), то в этом случае мы имеем такие его разновидности как:

монологический дискурс, включающий в себя 1) изобразительный способ описания и повествования (эпос); 2) исторический дискурс; 3) научный дискурс, и диалогический дискурс, то есть дискурс 1) карнавала; 2) мениппеи; 3) полифонического романа [Kristeva, 1967: 441-442]. Согласно такому делению, юмористический дискурс (и, в частности, анекдот), безусловно, являет собой диалогический дискурс. По мнению М.Фуко, для конституирования типологии дискурса не являются приемлемыми ни формальные, ни объективные критерии. За основу классификации М. Фуко берет отношение к автору (или отсутствие такого отношения), равно как и различные формы этого отношения, экспрессивную ценность дискурсов, открытость для трансформаций, способы отношения дискурсов и придания им ценности, способы атрибуции и присвоения, способы адаптации дискурсов к культуре и тому подобное [Фуко, 1996: 137]. Перечисленные признаки вполне релевантны для исследования отраженного в анекдоте антропоцентризма, включая также и вопрос авторства. Некоторые современные анекдоты сочиняются в подражательной манере, имитируя стиль какого-либо известного человека, который якобы и является их автором.

Вернемся к принципам классификации А.А. Кибрика. Представляется, что самое существенное противопоставление различных типов дискурса касается модуса, т.е. канала передачи информации. С этой точки зрения дискурс подразделяется на устный и письменный. Выше уже было сделано предварительное замечание о письменной и устной формах существования дискурса / текста анекдота. Следует только подчеркнуть, что настоящее исследование основывается на его письменных репрезентациях и, как следствие, больше склоняется к текстовой форме анекдота.

Однако, говоря об особой дискурсивно-текстовой природе анекдота, следует обратиться к имеющимся определениям дискурса с тем, чтобы выделить в них аспекты, наиболее существенные для данной жанровой формы юмористического дискурса. Как заметил в свое время З. Харрис,

дискурс представляет собой последовательность фраз [Harris, 1999: 1-30]. Фактор последовательности был главным и для Д. Лакоффа, предложившего определение дискурса как системы последовательных логических связей [Lakoff, 1980].

Определение дискурса у В.Е. Чернявской основывается на двух подходах: во-первых, дискурс – это «конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве», и, во-вторых, дискурс может рассматриваться как «совокупность тематически соотнесенных текстов» [Чернявская, 2003: 14-16]. Первая часть приведенного определения действительно универсальна, вторая в приложении к анекдоту с точки зрения совокупности текстов может быть понята как наличие в современном социуме серий анекдотов (о Вовочке, поручике Ржевском и т.д.). Дискурс, понимаемый традиционно как совокупность тематически или культурно взаимосвязанных текстов, как совокупность, допускающую развитие и дополнение другими текстами [Баранов, 1991: 179], в данном случае, видимо, тоже можно трактовать как существование серий анекдотов.

Весьма существенным для исследования представляется понимание дискурса как собственно лингвистической системы - речи, вписанной в коммуникативную ситуацию («Дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова, 1998: 137]). Коммуникативный аспект подчеркивается и в характеристике дискурса как вида речевой коммуникации, как единицы общения [Григорьева, 2007: 5]. С некоторыми дополнительными нюансами квалифицируется дискурс у В. ван Пэра, связывающего дискурс с сообщениями, которые протекают в ходе персонального обмена информацией. Дискурс при этом включает в себя и понятие текста, который характеризуется отнесенностью ко времени и пространству, а также и некоторыми специфическими признаками, именуемыми автором

текстуальностью (textuality) и семантической плотностью (semantic density) [W. van Peer, 1991].

Интересна концепция дискурса в работах французского лингвиста М. Фуко, который использует понятие дискурса при обозначении общественно-исторически сложившихся систем человеческого знания. Дискурс, по его мнению, выступает как часть «дискурсивной практики» - единого множества разнообразных форм человеческого познания и представляет собой совокупность анонимных, исторических, всегда детерминированных временем и пространством правил, которые в данной эпохе и для данного социального, экономического, географического и языкового окружения определили условия воздействия высказывания [Фуко, 1996: 76]. В плане приведенного высказывания представляется любопытным проанализировать анекдот с точки зрения заложенного в нем знания. В настоящем исследовании это знание выявлялось как знание о человеке, изображенном в анекдоте, а также и как знание об авторе, обретающее в тексте вид лингвопортрета автора.

Для немецкой школы дискурса характерен акцент на соотношение текста и общественной практики. В частности, У. Маас полагает, что любой текст является частью и выражением общественной практики, которая в свою очередь детерминирует появление других возможных текстов [Maas, 1984: 18]. В итоге дискурсивный анализ нацеливается на раскрытие исторической, идеологической, а также психологической специфики времени. Что касается своеобразия времени, то анекдот отражает его не хуже других видов дискурса, и в этом смысле небезынтересно учесть точку зрения ван Дейка, отметившего, что дискурс это речевой поток, язык в его постоянном движении, вбирающий все многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение. В дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная [ван Дейк, 1994: 67]. Анекдоты живут сегодняшней

жизнью, так как отражают злободневные проблемы времени, но существуют лишь то короткое время, которое отведено им обществом. Они возникают, чтобы высмеять очередной социальный феномен и исчезают, когда люди устают об этом говорить. Поэтому мнение Н.Д. Арутюновой о том, что термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применим к древним и прочим текстам, связь которых с жизнью не восстанавливается непосредственно [Арутюнова, 1999], особо высвечивает специфику юмористического дискурса, где происходит непосредственное отражение действительности, наблюдается реальная связь с реальным временем.

Выведение дискурса в коммуникацию с ориентацией на раскрытие духа времени находим у Ю.Н. Караулова, который определяет дискурс как сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста» [Караулов, 1989: 8]. Сюда же можно причислить и определение дискурса у Н.Д. Арутюновой, квалифицирующей дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими и другими факторами, как текст, взятый в событийном аспекте, и речи, рассматриваемой как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей, и как механизм их сознания [Арутюнова, 1990: 136-137].

Как уже отмечалось выше, для анекдота самой естественной средой бытования является постоянное коммуникативное окружение, когда человек, только что услышавший тот или иной анекдот, стремится тут же сообщить его другому лицу (и сообщить соответственно в несколько иной вербальной версии, приближая тем самым исходный текст к его дискурсивному состоянию). Перечисленные моменты указывают на необходимость учета в изучении дискурса некоторых явлений, характерных для социолингвистики и социальной психологии. У В.П. Конецкой, рассматривающей дискурс в разрезе социальной коммуникации, находим, что дискурс представляет

интерес как речевое произведение, в рамках которого осуществляется передача, восприятие и обмен информацией, а также реализуется коммуникативное взаимодействие индивидов как членов определенного социума [Конецкая, 1997].

Ценным представляется одно коммуникативное уточнение в трудах представителей социолингвистического направления, касающееся того, что дискурс – это общение людей, рассматриваемое с позиции их принадлежности к той или иной социальной группе или применительно к той или иной типичной речеповеденческой ситуации (Белл, 1980; Сёрль, 1986). Как известно, некоторые социальные группы имеют особенную склонность к рассказыванию анекдотов, в то время как другие группы полностью игнорируют подобное общение. Особенности коммуникации с использованием анекдотов соотносятся у некоторых исследователей с познанием, осмыслением и презентацией мира говорящим и осмыслением языковой картины мира говорящего адресатом [Милевская, 2002: 190]. У некоторых ученых коммуникативный аспект в изучении дискурса сочетается с когнитивным. В частности, В.Е. Чернявская, рассматривает дискурс как конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве [Чернявская, 2001: 11]. Е.С. Кубряковой был сделан акцент на соотношении в сознании человека языковых и неязыковых знаний, необходимых для успешной коммуникации, что послужило основанием для утверждения о когнитивной природе дискурса, поскольку тот имеет дело с передачей знаний, с оперированием знаниями особого рода и, главное, с созданием новых знаний [Кубрякова, 2000: 23]. Применительно к анекдоту трудно говорить о создании или передаче знаний (даже знаний особого рода), но роль знаний (особенно фоновых знаний) в текстопорождении анекдота отрицать невозможно. Невозможно также не признать, что при порождении анекдота проявляются и некоторые его дискурсивные свойства когнитивного плана. В этом случае

дискурс трактуется как речемыслительный процесс, объективированный в некотором множестве текстов, связанных друг с другом общими когнитивными стратегиями порождения и понимания, имеющими согласующуюся с этими стратегиями внутреннюю организацию и служащими для передачи и генерирования смысла, а также для декодирования других текстов [Олизько, 2002: 14-15].

Нельзя не отметить особенностей изучения дискурса с позиции культурологического подхода. Продолжая мысль ван Дейка, Н.Н. Миронова характеризует дискурс как речевой поток, язык в его постоянном движении, вбирающий в себя все многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение [Миронова, 1997: 9]. С этой точки зрения следует подчеркнуть характерный для анекдота непосредственный отклик на события жизни, детерминированный как менталитетом нации, так и её культурным наследием. Однако индивидуальная, частная культура, если и присутствует в каждом отдельном тексте, то выявляется с большим трудом, поскольку авторство анекдота не является установленным фактом.

Для культурологических выводов об анекдоте следует принять к сведению и следующий факт. Есть основание полагать, что единство языковых сознаний обеспечивается общностью инвариантного когнитивного пространства — основы любого культурно-языкового сообщества — общностью особым образом организованного фонда знаний и представлений, т. е. той когнитивной базой, которая определяет единство алгоритма восприятия окружающего мира, систему норм, оценок и отношений. За каждым дискурсивным знаком стоит отраженный в сознании социокультурный феномен, являющийся инвариантным компонентом этноязыкового сознания. Являясь в силу своей инвариантности прецедентным элементом дискурса, дискурсивные знаки служат ценностными ориентирами, открывающими путь к познанию соответствующей лингвокультуры. Как прецедентные феномены речевые

знаки своей экспрессивно-образной семантикой отражают ядро тех знаний и представлений, которые представляют национально - культурную доминанту этноязыкового сознания [Алефиренко, 2010: 24].

Особым направлением в исследовании дискурса следует считать французскую школу дискурсивного анализа, которая базируется на интегративном учении, соединяющем историю, философию, психологию и лингвистику. Основной составляющей анализа дискурса у французских ученых стала наука об идеологии. При этом «идеология обозначает любой языковой и еще шире – любой семиотический факт, который интерпретируется в свете социальных интересов и в котором узакониваются социальные значимости в их исторической обусловленности...» [Серио, 1999: 20-21]. Согласно данной концепции, рассматриваемые тексты / высказывания не нейтральны, а культурно, социально и идеологически обусловлены. Французскую школу понимания дискурса отличает акцент не на лингвистическую сторону, а на фоновые данные, присущие определённой социально-политической группе или эпохе. В этом смысле французскую модель исследования дискурса можно рассматривать в контексте упоминавшегося культурологического подхода.

Некоторые ученые, отталкиваясь от теории Ф. Соссюра, рассматривают язык как систему виртуальных значений, противопоставленных дискурсу в использовании языка в определенном контексте, фильтрующем эти значения и способствующем возникновению новых. Этот тезис все больше приближает нас к противопоставлению язык / речь, предложенному Ф. Соссюром. Однако А. Гардине считает, что различие между речью (или дискурсом) и языком, впервые подмеченное Соссюром, требует некоторого уточнения [Gardiner, 1984: 285]. Его позиция по отношению к дискурсу вполне применима к юмористическому дискурсу, так как юмористический дискурс имеет в большей мере социальное направление, нежели ментальное. Он трактует дискурс как «как использование людьми звуков для выражения их желаний и мнений о вещах» [Gardiner, 1984: 24]. В то же время Г. Гийом

больше ориентируется на второе качество дискурса, то есть ментальное, и полагает, что речь на уровне дискурса воплотилась и стала существовать физически [Guillaume, 1984: 71].

Разные подходы к анализу дискурса прослеживаются в трудах Л. Геспена, Г. Виньо и некоторых других французских лингвистов. Геспен считает, что взгляд, брошенный на текст с точки зрения его структурирования в языке, делает из него высказывание, а лингвистический анализ условий продуцирования этого текста делает из него дискурс [Guespin, 1971: 10]. Однако у некоторых авторов такие понятия как «текст» и «высказывание» понимаются как синонимы [Adam, 1992]. С другой стороны, Ф. Растье говорит, что французская школа дискурса вышла за пределы макросинтаксической концепции и вводит явное противопоставление между текстом и дискурсом [Rastier, 2011].

Если вернуться к анекдоту, то ссылаясь на Виньо, его можно определить как объект межличностной коммуникации, материально зафиксированный на письме, имеющий связный, глобальный смысл, некоторую целостность, но сохраняющий также и некоторую сегментированность [Vignaux, 1976: 53]. Интересным кажется и то, как Шародо формулирует разницу между текстом и дискурсом. По его мнению, текст является материальным воплощением другого языка, результатом одиночного процесса зависящего от говорящего и от особых обстоятельств. Каждый текст, таким образом, оказывается в центре пересечений разного вида дискурсов привязанных к различным жанрам или ситуациям. Например, политика может быть представлена не только политическим дискурсом, но и юмористическим. Всё зависит от того, кто порождает высказывание и при каких обстоятельствах [Charaudeau, 1988: 69]. Текст понимается также как высказывание, актуализируемое в дискурсе [Greimas et Courtés, 1979: 389].

Характеризуя в целом французскую школу дискурса на современном этапе, отметим такие её направления, как переход от простого дискурса к

аргументативному Барбье [Barbier, 2008: 403-413], а также от дискурса к аргументации; социолингвистическое, экологическое преломление дискурса [Baylon, 2003: 300; Dreyfus, 1993: 23-27; Dubois, 1973: 116-120].

Завершая обзор приведенных определений дискурса, особо отметим его языковые свойства и лингвистические характеристики. Интересным представляется мнение Д. Шифрин, у которой с точки зрения правил речевой организации (а именно в плане взаимодействия формы и функции) характеристика дискурса выглядит как совокупность функционально организованных, контекстуализованных единиц употребления языка [Schiffrin, 1994: 33]. Следует также прокомментировать понятие линейности дискурса, которое неразрывно связано с понятием имплицитности. Начало дискурса вводит нас в определенный возможный мир, связанные с ним культурные смыслы, знания, верования, общий пресуппозиционный фонд. Дискурс задает и социокультурную тональность, стиль общения. Однако дискурс линейен только в сознании непосредственных участников дискурса, так как они развертывают лишь один из множества потенциальных смыслов в определенный момент. Концептуальное взаимодействие линейности и имплицитности, раскрытое Г.Г. Инфантовой, помогает понять важный парадокс: дискурс по природе своей не линейен; линейна лишь одна из его характеристик – процессность [Факторович, 2010: 11].

Языковые свойства с трудом отделяются от жанровых. Что касается жанровой природы дискурса, то внутри юмористического дискурса анекдот вполне может квалифицироваться как один из его жанров, как он, в сущности, в лингвистике и рассматривается (см., например, А.М. Морозова, 2009). Вызывает интерес подробное описание жанровой структуры анекдота у А.М. Морозовой. Как она отмечает, вслед за зачином в анекдоте выделяется развитие темы, которое выражается либо как повествование в настоящем историческом времени, либо как описание (часто классификационное), либо как дефиниция. Затем наступает момент кульминации анекдота, т.е. центральный пункт смешного события или

явления; этот момент должен быть в какой-то мере неожиданным и парадоксальным. Кульминация в анекдоте – это его содержательный финал, но не финал коммуникативный, поскольку предполагается реакция на анекдот [Морозова, 2009].

В этом случае, однако, можно наблюдать акцент на текстовые свойства анекдота. Как известно, в общей теории жанров ученые разграничивают понятия *жанр* и *текст*. Текстовый подход предполагает исследование жанра в аспекте его внутреннего строения, с учетом тех языковых единиц, которые выполняют композиционную функцию, что, в сущности, и следует из выводов А.М. Морозовой. Однако, текст, исполняемый устно, неизбежно обнаруживает свои речевые и дискурсивные свойства. По мнению К.Ф. Седова анекдот совмещает в себе признаки фольклора и разговорной речи [Седов, 2007]. А. Д. Шмелев и Е. Я. Шмелева считают, что «рассказывание анекдота - это не повествование, а представление, производимое единственным актером» [Шмелев, Шмелева, 1999: 133].

Как уже отмечалось, в современных условиях анекдот стал письменным (а также публикуемым) и обрел в связи с этим полноценную текстовую фиксацию. Представляется необходимым учесть разницу между письменной и печатной (публикуемой) формой его нынешнего существования. Письменная фиксация анекдота обнаружена уже на шумерской глиняной фреске 1900—1600 гг. до нашей эры [Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.arhitekton.ru/articles-anekdot-04.html>]. В наши дни анекдоты публикуются самыми разными печатными изданиями, начиная от периодических и заканчивая специальными тематическими сборниками анекдотов. Говоря о новой форме существования анекдота, следует отнести её на счет коммуникативных свойств юмористического дискурса и, в частности, анекдота. Соглашаясь с А.В. Олянич, отметим, что особым состоянием сегодняшней коммуникации является ее массовость [Олянич, 2007]. Анекдот вполне вписывается в массовую коммуникацию, имеющую конкретную нишу в структуре современного социума. Именно

этим и объясняется развитие письменной формы анекдота, тиражируемой средствами полиграфии.

С другой стороны, имеет место и рассказывание анекдотов в формате сетевого общения, которое сейчас уже практически заменено их чтением на специализированных сайтах или в специальных разделах форумов. Однако с возможностью визуального восприятия анекдота тот не только теряет некоторые формы устного бытования, но и приобретает новые, существование которых без графического исполнения является невозможным, появляется вид анекдота, который можно назвать графическим, или визуальным, такой анекдот, который нужно именно читать, а рассказывание не дает того эффекта, которое дает прочтение [Лутовинова, 2008: 134].

Приведенное выше мнение А.М. Морозовой касается, в сущности, текстопостроительного фактора анекдота. Но можно назвать и фактор, представляющий собой текстовую номинации, а именно вербализацию какой-либо ситуации. Как замечает Т.В. Тарасенко, анекдот в особой языковой форме отражает типичные ситуации жизни человека: семья, школа, армия, работа, политика, больница, магазин и т. д. [Тарасенко, 2005: 115]. Связь с реальным фактом, т.е. с действительностью в этом случае несомненна. Даже если основные события его сюжета вымышлены, они проверяются действительностью: так могло бы быть [Седов, 1998: 3].

Более частные различия (помимо различия письменной и устной форм) между разновидностями дискурса выявляются на базе понятия жанра. Понятие жанра разработано преимущественно в литературоведении, однако лингвисты также охотно им пользуются, особенно, ссылаясь на М.М. Бахтина, отметившего, что «мы говорим разнообразными жанрами, не подозревая об их существовании» [Бахтин, 1979]. В настоящее время понятие жанра широко используется и в дискурсивном анализе. Примечательно, что в выделении жанров отсутствует какое-либо единообразие, и жанры называются совершенно произвольно, например, бытовой диалог (беседа),

рассказ (нарратив), инструкция по использованию прибора, интервью, репортаж, доклад, политическое выступление, проповедь, стихотворение, роман. Более детальное выделение жанров находим у В.Е. Хализева, выделившего отдельно литературно-художественный дискурс, а в его пределах уже «жанровые дискурсы» [Хализев, 2002: 268].

В настоящее время жанровый подход становится определяющим и к рассмотрению словесного юмора. Юмористический дискурс в плане его словесных характеристик рассмотрен с точки зрения эффекта, производимого всем речевым высказыванием. В частности, основная идея теории Виктора Раскина заключается в том, что основание юмористического эффекта лежит в столкновении или противоречии контекстов, а не просто семантического значения [Raskin, “General Theory of Verbal Humor” 1991]. С другой стороны, А.А. Проскурина считает, что для полного понимания юмора необходимы три основных фактора: ситуация общения, отправитель и получатель сообщения [Проскурина, 2004: 8].

Для настоящего исследования существенным является и обращение к понятиям «текст», «высказывание», «речь», а также их рассмотрение в соотношении с дискурсом. Как известно, в лингвистику понятие «дискурс» ввел Э. Бенвенист, который определил его как «речь, присваиваемую говорящим, в противоположность повествованию, которое разворачивается без эксплицитного вмешательства субъекта высказывания» [Бенвенист, 1974: 129]. Ряд ученых придерживаются его точки зрения и сближают дискурс и высказывание (Benveniste, 1974; Foucault, 1969; Charaudeau, 1973; Maingueneau, 1976). Таким образом, в исследовании дискурса изначально наметились пути дифференциации дискурса и прочих речевых форм. В.Г. Борботько считает, что дискурс – тот же текст, но такой, который состоит из коммуникативных единиц языка – предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной внутренней смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование. Таким образом, текст

– более общее понятие, чем дискурс. Дискурс всегда является текстом, но обратное неверно. Не всякий текст является дискурсом [Борботько, 1981].

Рассмотрим подробнее проблему соотношения текста и дискурса – ключевую для исследования анекдота в силу отмеченных выше особенностей, а именно, его бытования, как в устной, так и в письменной форме.

Интересна трактовка отмеченного соотношения с когнитивной точки зрения. Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова под дискурсом имеют в виду когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, текст же в этом случае является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную (зафиксированную) форму. Такое противопоставление реального говорения его результату помогает понять и то, в каком смысле текст может трактоваться как дискурс. Это может иметь место только тогда, когда он реально воспринимается и попадает в текущее сознание воспринимающего его человека [Кубрякова, Александрова, 1997: 19]. По мнению В.А. Миловидова, дискурс, с одной стороны, есть практика текстопостроения, процесс создания, развертывания текста во времени и в пространстве; с другой стороны, дискурс – это и процедура осмысливания текста в акте коммуникации (т.е. собственно интерпретация), когда текст становится объектом чтения [Миловидов, 2000: 23].

Таким образом, в соответствии с положениями современной лингвистики текст следует воспринимать как единицу дискурса с неизменным учетом целого ряда экстралингвистических моментов. К числу последних при изучении анекдота следует отнести, в первую очередь, знания о мире, актуализируемые в тексте как фоновые знания.

Интерес вызовет также анализ различных определений текста и их приложение к тексту анекдота. Разумеется, не все определения текста приложимы к анекдоту, однако следует процитировать некоторые из них. Так например, А.А. Леонтьев полагает, что текст есть функционально

завершенное речевое целое [Леонтьев, 2007]. В определении К. Кожевниковой существенно выделить признак связности, проявляющейся каждый раз в других параметрах, на разных уровнях текста и в разной совокупности частных связей [Кожевникова, 1979]. Частично определение текста, данное И.Р. Гальпериным, можно применить к анализу юмористического текста, так как анекдот можно считать «произведением речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и объединенное разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую направленность» [Гальперин, 2005]. Следует подчеркнуть, что заголовок в анекдоте – особая примета его современной письменной (и особенно – публикуемой) формы.

Итак, можно квалифицировать анекдот как совершенно особый вид текста. Для него в высшей степени характерно то состояние, которое побуждает нас к творческому процессу его понимания, восприятия, интерпретации, додумывания [Кубрякова, 2001]. Процесс «додумывания» особенно четко передает суть современного анекдота. Часто чтобы понять анекдот, реципиенту недостаточно услышать или прочесть анекдот, ему также необходимо обладать определенной фоновой информацией или хорошо разбираться в определенных сферах человеческой деятельности.

Суммируя сказанное, отметим, что наиболее принятым в лингвистике является рассмотрение дискурса как сложного коммуникативного события и понимание текста как части дискурса, его знакового продукта.

Вернемся к А.А. Кибрику и после всех рассуждений о модусе и жанре скажем несколько слов о функциональном стиле, который, по его мнению, входит в число четырех параметров, необходимых для понимания разнообразной природы дискурса. Функциональные стили определяются на основе сфер человеческой деятельности. Одна из наиболее популярных классификаций на сегодняшний день была предложена Г.Я Солганик.

[Солганик, 2003]. Исследователь выделяет бытовой, научный, официальный, публицистический и художественный стили. Кибрик предлагает от себя: юридический, политический, коммерческий, криминальный, религиозный. Представляется, что типовые функциональные стили являются вполне реальными и допускают выделение некоего прототипа дискурсов разного характера. Функциональные стили часто смешивают с жанрами, но это совершенно разные явления, так как один и тот же жанр может быть представлен в разных функциональных стилях и наоборот, один и тот же функциональный стиль может быть представлен в разных жанрах, например, научный функциональный стиль характерен для статьи, доклада, хроники, конференции и т.д. Кроме того, функциональные стили в отличие от жанров, не обладают жесткими схемами, они легче поддаются смешению, например, распространенное внедрение элементов криминального стиля в бытовой, публицистический и даже в официальный («мочить в сортире») дискурс [Кибрик, 2009: 3-21].

Четвертым параметром дискурса по А. А. Кибрику является категория формальности, которая основывается на характере социальных отношений между говорящим и адресатом [Там же: 3-21]. Категория формальности, выделенная Кибриком, коррелирует с противопоставлением личностно-ориентированного и статусно-ориентированного дискурса в исследованиях В.И. Карасика. Личностный дискурс представлен общением близко знакомых людей, раскрывающих друг другу свой внутренний мир. Он может осуществляться в двух разновидностях: бытовой (обиходный) дискурс, спецификой которого является использование «сокращенного кода общения, при котором люди способны понимать друг друга с полуслова», и бытийный дискурс, предназначением которого является «нахождение и переживание существенных смыслов, художественное и философское постижение мира». Статусно-ориентированный дискурс представляет собой «речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в

рамках сложившихся общественных институтов, число которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития» [Карасик, 2002: 193].

Как представляется, анекдот по признаку формальности принадлежит бытийному дискурсу, актуализирующему перечисленные моменты в весьма специфическом проявлении. «Нахождение и переживание существенных смыслов» в анекдоте присутствует несомненно, что же касается «художественного и философского постижения мира», то оно осуществляется в исключительно своеобразном ключе.

1.2 Принцип антропоцентризма с позиции когнитивно-концептуального подхода

Антропоцентрическая парадигма, как известно, является основной парадигмой современной лингвистики, и в этом смысле весьма примечательным является рассмотрение языкового антропоцентризма в контексте когнитивной лингвистики. В частности, Ю.В. Дорофеев самым непосредственным образом ставит их во взаимосвязь даже в заголовке своей статьи (АНТРОПОЦЕНТРИЗМ В ЛИНГВИСТИКЕ И ПРЕДМЕТ КОГНИТИВНОЙ ГРАММАТИКИ) [Дорофеев, 2008]. Мнения разных ученых, касающихся данного взаимодействия (антропоцентризма и когнитивизма) концентрируются на важных моментах взаимодействия антропоцентрических и лингвокогнитивных явлений, например: соотношение человека как субъекта с 1) окружающим природным миром, 2) окружающим социальным миром, 3) каждым индивидуумом и, наконец, 4) самим собой (самопознание)» [Колшанский, 2006: 86-87].

При изучении юмористического дискурса соотношение четырех отмеченных пунктов должно быть учтено в первую очередь. Это соотношение должно фиксировать распределение внимания человека к указанным сферам и соответственно к тематике анекдота при его порождении. Забегая вперед, отметим, что третий пункт в когнитивном

пространстве современного анекдота оказывается доминирующим. Как следствие, третий пункт находит отражение в специфическом функционировании языковой системы при актуализации концепта «человек» как «человека говорящего», так и «человека изображенного». Лексико-семантические поля (или, в другой трактовке, ассоциативно-смысловые поля), преломляющиеся в своей текстовой актуализации обнаруживают тональность именно этого пункта.

По сути дела, здесь находит выражение известная проблема «язык и человек» в самых разных формах ее проявления. По мнению современных исследователей, суть проблемы заключается в истолковании мотивированности языка, а именно в том, что языковая система находится в прямой зависимости от человеческих потребностей, социального и индивидуального опыта. Язык при этом осуществляет членение, упорядочение окружающей действительности, производит выделение, обобщение, классификацию наблюдаемых явлений и тем самым оказывается средством познания мира [Зубкова, 2003: 449].

Можно таким образом утверждать, что анекдот также является своеобразным средством познания, и если не всего мира, то человека в нем, безусловно. И в этом случае также имеет место «членение, упорядочение окружающей действительности ... выделение, обобщение, классификация наблюдаемых явлений». Задача лингвиста в том, чтобы выявить вербальные процессы во всех отмеченных процедурах, сосредоточиться на функционировании языкового материала. Самым эффективным подходом в этом случае видится когнитивно-концептуальный подход.

Приложение когнитивно-концептуального подхода к исследованию лингвистической природы анекдота в первую очередь диктуется обусловленностью (мотивированностью) языковых единиц и их употреблением в речи потребностями носителя языка, то есть ценностным (субъективным) отношением к языковым единицам [Рудяков, 1998: 84-93]. Именно осознание того факта, что выбор языковых средств для построения

текста диктуется не только нормами языка, но зависит в большой мере и от особенностей мировоззрения отдельного носителя языка, привело современное языкознание к обсуждению проблемы зависимости строения и организации языка от общих принципов восприятия мира человеком. Структура языка как системы также обусловлена спецификой человека: «семантическое устройство языка предопределено устройством субъективной реальности, формами и процессами мышления и отражает ориентацию человека в мире» [Шелякин, 2005: 132]. Другими словами, это факт означает то, что язык отражает свойства и предметы объективной действительности только с точки зрения говорящего и по отношению к говорящему как субъекту сознания [Там же]. В этом смысле расслоение базового концепта «человек» на две его текстовые разновидности («человек говорящий» и «человек изображенный») представляется полностью оправданным.

Как было отмечено, человеческая коммуникация представляет собой процесс взаимодействия и взаимосвязи людей, при котором они взаимно адаптируются друг к другу в своем поведении путем передачи и понимания информации о той или иной реальности [Шелякин, 2005: 40]. Данный факт означает, что языковая система существует не сама по себе, а функционирует только как средство взаимодействия людей: «говорящий, мыслящий, чувствующий человек – главное действующее лицо в мире и в языке. Его осмысление мира, его отношение к другим людям выражается в избираемых им языковых и речевых средствах» [Золотова, 2001: 108]. В этой же связи было констатировано, что речевая деятельность человека определяется большим количеством пресуппозиций: психических, общественно-исторических, физико-физиологических и прочих [Лещак, 2003: 6]. Такие пресуппозиции целесообразнее именовать фоновой информацией, которая в порождении текста анекдота и в восприятии его реципиентом подчас играет решающую роль.

Продолжить рассуждения необходимо в границах когнитивных стратегий, а также текстового концепта, который в последнее время активно изучается в лингвистике. Понятие «текстовый концепт» в первую очередь прилагается к исследованию художественного текста, который отражает фрагменты картины мира, представленные в рамках некоторого текста как замкнутой системы [Иеронова, Трофимова, 2012: 39]. В этом смысле вполне обоснованной выглядит и их квалификация как индивидуально-авторских концептов [Красавский, 2014: 115-118].

Как было сказано выше, анекдот, получивший в наши дни письменную, а также электронную фиксацию, в полном объеме может быть исследован, как и любой другой текст. С другой стороны, как письменная, так и устная форма анекдота детеминирована дискурсивно-текстовой средой его бытования, продуцирующей разнообразные вариации при его воспроизведении и в устной, и в письменно-печатной коммуникации. Процессы воспроизведения анекдота (а особенно восприятия) всякий раз оказываются зависимыми от когнитивных стратегий как продуцента, так и реципиента.

Под когнитивными стратегиями в целом понимается способ выстраивания смысловой перспективы текста, которая основывается на качестве обнаруживаемой при интерпретации информации [Сулимов, 2007: 75]. Более оперативной концепцией когнитивных стратегий следует признать концепцию стратегии выбора способов концептуализации и категоризации освещаемых событий с учетом соответствующих прагматических установок. Эти способы и определяют выбор необходимых языковых средств [Болдырев, 2001]. Исходя из приведенной трактовки когнитивных стратегий, акцент при когнитивно-концептуальных исследованиях следует сделать не только на процесс восприятия анекдота реципиентом, но и на его текстопостроение, на вербальное воплощение содержания.

Что касается текстового концепта, то, по мнению Н.С. Болотновой, его выделение возможно на основе текстовых ассоциативно-смысловых полей,

организованных концептуально и стимулированных лексическими структурами разных типов [Болотнова, 2009:10-12]. Если принять данный ориентир в выделении текстового концепта, то окажется, что он очень тесно соприкасается с вышеприведенной трактовкой когнитивных стратегий. И в том, и в другом случае акцент при лингвистическом анализе текста анекдота должен быть сделан на его вербальную репрезентацию.

Надо заметить, однако, что объём анекдота, несравнимый с объёмом полноценного художественного текста, позволит выявить гораздо более камерные ассоциативно-смысловые поля лексики, но рассмотрение последних в общетеоретическом плане с типологическим уклоном (что гарантируется материалом двух языков) в состоянии обнаружить их когнитивно-концептуальную основу. Следует заметить также, что впервые рассмотрение взаимосвязи лексико-семантических полей в языке и тематической сетки текста было осуществлено И.В. Арнольд ещё в 1984 году [Арнольд, 1984: 3-11]. В настоящее время данная идея, соединенная когнитивно-концептуальным подходом, обещает быть особенно продуктивной.

Немаловажным кажется при исследовании текста анекдота и тот факт, что «текстовый концепт», может репрезентироваться в определенном тексте или группе текстов одного жанра одного автора, или разных авторов [Рожков, 2007]. Такой подход дает возможность проанализировать анекдоты разных авторов в разных языках и проследить за тем, какие лингвистические средства используются для выражения ядерного концепта «человек».

В русле обсуждаемого вопроса интересно также учесть и мнение О.В. Орловой, которая рассматривает текст с позиции когнитивно-стилистического подхода и считает главным инструментом такого анализа не только ассоциативно-смысловое поле, но также и вектор ассоциативно-смыслового развертывания концепта. Под полем концепта также подразумевается совокупность его вербальных репрезентаций, а под вектором развертывания концепта - ключевые направления, стимулируемые

текстовыми структурами, представляющими концепт и формирующие «несущие оси» его миромоделирующего потенциала [Орлова, 2009]

В ходе когнитивно-концептуального анализа текста анекдота необходимо учитывать, что наряду с эксплицитной информацией текст анекдота содержит также и имплицитную информацию, которая предполагает существование некоторой заключенной в подтекст информации, авторской точки зрения, субъективной экспрессивности и эмоциональности. Такие разновидности концептуальной информации обычно локализуются в сфере скрытых смыслов текста, включающих как неязыковые по своей природе, так и несобственно языковые и собственно языковые скрытые смыслы, которые предполагают сотворчество читателя (слушателя) [Исаева, 1996: 11].

Фактор, отмечаемый Г.Н. Манаенко, также весьма существен при когнитивно-концептуальном анализе текста анекдота. В данном случае акцент сделан на том, что человек, являясь существом социальным, имеет определенные социальные приоритеты, в силу чего и стал возможным феномен массовой информации. Последняя же требует от говорящего в его речевой деятельности ориентации на идеальную модель слушающего как представителя определенной социальной группы, прослойки, класса и некоего социума в целом, учета «ожиданий» моделируемого собеседника, его вероположений, мнений, знаний и пристрастий [Манаенко, 1996: 11]. По сути, принятие к сведению данного положения будет означать включение в орбиту когнитивно-концептуальных исследований социального компонента.

Завершая настоящий параграф, отметим одно интересное заключение относительно горизонтов лингвистических исследований. Как было заявлено, синтез языка и сознания, речи и мысли настолько очевиден, что трудно определить даже, что является собственным объектом анализа лингвистической науки, поскольку мы имеем дело с лиминальными (пограничными) категориями, равным образом относящимися как к лингвистике, так и к философии и другим наукам. Язык как объект

исследования уже не является прерогативой лингвистики. Говоря иначе, он не только лингвистичен, но и психичен и философичен. Как объект исследования язык является многогранным и комплексным [Фефилов, 2011].

Многогранность и комплексность языка, как представляется, ничем не ограничена и будет раскрываться для исследователей постепенно. Если же иметь в виду когнитивные исследования на базе текста, то и некоторые аспекты литературного анализа не окажутся в этом случае излишними.

1.3 Принцип антропоцентризма и его реализация в лингвистических исследованиях

Антропоцентризм в своей первооснове (от греч. ἄνθρωπος — человек и лат. centrum — центр) представляет собой, как известно, *философское* (*подчеркнём это*) учение, согласно которому человек есть центр Вселенной и цель всех совершающихся в мире событий. При конкретизации этого «центра», человек объявлялся даже движущей силой прогресса, при этом без тени сомнения утверждалось, что материальный мир создан для человека (в то время, как сам человек создан для Бога) [Teilhard de Chardin, 1955: 154].

В настоящее время антропоцентризм как философское в основе учение определил главную парадигму языкознания, именуемую антропоцентрической. В этом смысле языкознание разделило участь всего научного знания, испытавшего сильное влияние гуманизации, что закономерно поставило перед ним вопрос о роли человеческого фактора в языковой коммуникации. Исключительно ценной установкой в исследовании языкового (и конкретно текстового) антропоцентризма является вывод о том, что антропоцентричность языка является его необъемлемым, универсальным свойством, не зависящим от национальных и культурных различий

[Болдырев, 2001: 4], что позволяет исследователю нацелиться на раскрытие самых глубинных основ человеческого фактора в языковой коммуникации.

Антропоцентризм как особый принцип лингвистического исследования весьма многолик, хотя исследователи чаще всего ссылаются на высказывание Е.С. Кубряковой о том, что он знаменует собой стремление исследователей поставить человека во главу угла [Кубрякова, 1995: 212]. Гораздо иллюстративнее другое её высказывание о том, что антропоцентризм выдвигает требование изучать языковую способность идеального говорящего/слушающего, его языковые знания, его компетенцию [Кубрякова, 1994 б]. Ориентиры этого высказывания исключительно полезны для исследователя, работающего в русле лингвистики текста, поскольку *языковые способности говорящего* выводят непосредственно на вопросы текстопорождения, на своеобразие жанровых и идиостилистических аспектов различных текстовых построений. Сюда также очень хорошо вписывается популярное в настоящее время понятие языковой личности, предполагающее раскрытие личностного начала в языке и тексте. В перспективе исследование в этом направлении должно привести, по замечанию А.Н. Караулова, к «созданию теории взаимоотношений человека со своим родным языком», что может расцениваться как фундаментальная задача науки [Караулов, 1991: 10].

Как известно несколько тысячелетий назад письменная форма языка возникла как способ преодолеть расстояние между говорящим и адресатом – расстояние как пространственное, так и временное. По мнению А.А. Кибрика такое преодоление стало возможно лишь при помощи особого технологического изобретения – создания физического носителя информации: глиняной дощечки, папируса, бересты и т.д. Дальнейшее развитие технологии привело к появлению более сложного репертуара форм языка и дискурса – таких, как печатный дискурс, телефонный разговор, радиопередача, общение при помощи пейджера и автоответчика, переписка по электронной почте. Все эти разновидности дискурса выделяются на

основе типа носителя информации и имеют свои особенности. Общение по электронной почте представляет особый интерес как феномен, возникший 10–15 лет назад, получивший за это время огромное распространение и представляющий собой нечто среднее между устным и письменным дискурсом. Подобно письменному дискурсу, электронный дискурс использует графический способ фиксации информации, но подобно устному дискурсу он отличается мимолетностью и неформальностью [Кибрик, 2009: 7].

Как было отмечено, принцип антропоцентризма нельзя понимать однозначно, в связи с чем в лингвистической науке выделяют разные подходы его реализации в зависимости от основополагающей гипотезы.

Первый подход предполагает включение «языковой личности» в объект науки о языке (от содержания науки к ее истории) [Караулов, 1986: 43], второй отражен в современной лингвистической философии, а также связан с признанием языка как части человека; третий рассматривает человека (пользователя языка) как предмет языкознания; и, наконец, четвертый основан на признании языка как той составляющей, которая делает человека человеком. Последний подход к реализации антропологического принципа был разработан еще В. Гумбольдтом. Он считал, что изучение языка подчинено «цели познания человеком самого себя и своего отношения ко всему видимому и скрытому вокруг себя» [Гумбольдт, 1985: 383]. «Антропологический принцип» Гумбольдта приобрел, начиная с конца 90 годов XX века, особую актуальность в сфере наук о языке и человеке: лингвосоциологии, лингвогносеологии, лингвоэтнологии, лингвопалеонтологии и, наконец, в лингвокультурологии и философии языка» [Багаутдинова, 2007: 4].

Идея антропологизации языка, выдвинутая В. Гумбольдтом, послужила стимулом для возникновения науки о языке на антропологических началах, а именно антропологической лингвистики. По мнению В. Гумбольдта, понять природу языка и объяснить ее можно лишь

исходя из сущности человека и его взаимоотношений с окружающим миром. Своё понимание этих отношений он выразил в такой формулировке: «постигая предметы, человек сближается с внешней природой, и самостоятельно разворачивает свои внутренние ощущения в той мере, в какой его духовные силы дифференцируются, вступая между собой в разнообразные соотношения; это запечатлевается в словотворчестве...» [Гумбольдт, 1984: 104].

В его высказывании нельзя не отметить слово *постигая*, которое по-настоящему будет воспринято и развито лишь современной лингвокогнитивистикой, раскрывшей глубинные основы развития разнообразных языковых процессов. Продолжая комментировать в свете отмеченного факта высказанное В. Гумбольдтом положение, отметим те его особенности, которые лично он связывал с постижением окружающего мира человеком. Ученый полагал, что влияние языка на человека настолько сильно, что оно определяет его мышление и познавательную деятельность. Он первым пришел к выводу, что ничто не способно разгадать тайну человека и национальной самобытности народов в такой мере, как язык. По его мнению, язык - это «расцвет всего организма нации», ее «духовное воплощение» [Гумбольдт, 1984: 72]. Язык участвует в познании мира человеком, и в то же время это познание зависимо от языка, поскольку каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, откуда человеку дано выйти лишь постольку, поскольку он тут же вступает в круг другого языка [Гумбольдт, 1995: 341].

Развитие антропоцентризма в лингвистике шло рука об руку со становлением когнитивно-дискурсивной парадигмы, нацеленной, прежде всего, на решение вопросов, связанных с получением, кодировкой, хранением, передачей информации разными средствами, в том числе и лингвистическими. В приведенном выше фрагменте фактически отражена устойчивая детерминированность антропологического фактора в языке вопросами познавательной деятельности человека, что, в свою очередь,

неизбежно предполагает лингвокогнитивный уровень языковой личности. Представляется, что лингвистика текста, всегда охотно ассимилировавшая данные других наук [Тураева, 1986: 7], найдет хорошего союзника и в когнитивной лингвистике, что также прольёт свет на интересующие её вопросы текстопостроения. В этом смысле особый интерес при изучении антропоцентризма анекдота вызовет понятие фрейма-ситуации, весьма характерного для данного типа текстового построения. Его малый объем самым активным образом актуализирует фрейм-ситуацию, поскольку фрейм-ситуация выступает в тексте в роли ментальной структуры, скрываясь, в том числе, за отдельным словом [Караулов, 1992: 136].

Однако в течение долгого времени изучение языка развивалось в целом под лозунгом Фердинанда де Соссюра «язык, рассматриваемый в самом себе и для себя» [Соссюр, 1977: 268]. В лингвистических исследованиях проблема человека не рассматривалась должным образом, поскольку приоритетом являлся сам язык. Тем не менее, в конце XX в. возрастает интерес к теме человеческого фактора в языке. Многие исследователи проявили интерес к языку как науке «очеловеченной», хотя и внесли разнообразные коррективы в свое понимание «очеловеченной» науки. Самым важным в этом плане было предостережение против одностороннего сведения языка либо к природным, либо к социальным свойствам, что одинаково неудовлетворительно, поскольку в итоге игнорируется двоякая сущность человека и его языка – природная и социальная одновременно [Зубкова, 1998: 33 - 38].

В то же время, путь к осознанию того, что антропоцентризм языка требует антропоцентрически ориентированной лингвистики, был достаточно долгим и сложным. Одним из первых, кто в системоцентричное описание языка (в котором все объяснялось особенностями самой языковой системы) ввел автора и адресата в качестве необходимых компонентов, был французский ученый Э. Бенвенист. Он говорил о невозможности отделения языка от человека, изобретающего себе язык, поскольку в мире существует только человек с языком, человек, говорящий с другим человеком, и язык,

таким образом, принадлежит самому определению человека [Benveniste, 1974: 293]. Его концепция субъективности в языке до сих пор остается одной из главных идей современной лингвистики. В этой связи нельзя не отметить, что любое исследование в области языка антропоцентрично, так как опорой лингвистического анализа служит носитель языка, хотя носитель языка и исследователь не обязательно одно и то же лицо (Алпатов, 1993; Lyons, 1997).

Сосюрровский лозунг «язык, рассматриваемый в самом себе и для себя», который ориентировал исследователей на изучение системы и структуры языка, не кажется более удовлетворительным по той причине, что из языка устраняется его непосредственный пользователь – человек. Ориентация же на человека закономерно предполагает изучение языковой способности идеального говорящего/слушающего, его языковые знания, его компетенцию. Методологическим ориентиром выступает теория языковой личности, стимулом к формированию которой стало осознание приоритетности личностного начала в языке [Ворожбитова, 2005: 13].

Вполне вероятно, что теория языковой личности и представляет собой высшую точку лингвистического антропоцентризма. Примечательно, однако, что эта теория своеобразно отразившись в разных ответвлениях лингвистики, в какой-то мере утратила свою целостность. В развитии разных научно-лингвистических направлений человек, представленный как языковая личность, наделяется различными исходными характеристиками. В частности, в *психолингвистике* это механизмы и модели порождения и восприятия речи. В *прагматингвистике* представлен человек, располагающий установкой, целями, правилами и тактикой коммуникации, равно как и пресуппозициями – оценками и знаниями относительно собеседника и того, что он сообщает. В рамках *новой риторики и филологической герменевтики* осуществляется структурное изучение языковой личности, характеризуемой как набор человеческих родовых способностей и готовности в области речевой деятельности, поддающихся проецированию на индивида [Ворожбитова, 2005: 15].

Если рассматривать языковую личность в её текстовой реализации, то закономерно будет принять к сведению её языковую и речевую способность, проявляющуюся в умении произвольно оперировать знаковой системой на текстовом уровне [Ворожбитова, 2005: 140]. Приняв к сведению замечание Ю.Н. Караулова о том, что текст на стадии его производства представляет собой дискурс, логично согласиться и с тем, что языковая личность в процессе порождения речи оперирует фрагментами ситуативно обусловленного дискурса» [Карулов, 1995: 9].

Именно дискурсивная составляющая языковой личности так важна при рассмотрении анекдота как феномена юмористического дискурса. Хорошо известно, что законченная текстовая форма жанра анекдота стала действительностью совсем недавно в связи с обретением им письменно-печатной формы. Многочисленные публикации анекдотов в самых разнообразных изданиях под рубрикой «Анекдоты» позволяет хотя бы в самой минимальной степени исследовать текстовые свойства анекдота, если, разумеется, принять точку зрения тех лингвистов, которые полагают, что текстом может считаться только письменный текст. Однако и в этом случае редакторские варианты одного и того же текста анекдота, появляющиеся в разных публикациях, заметно снижают его текстовый статус, заставляя всякий раз вспомнить о «тексте на стадии его производства».

Справедливости ради заметим, что письменная и даже печатная форма анекдота исторически датируется началом XVIII века, давшим анекдоту начало как литературному жанру. Кульминация рассвета анекдота приходится на Пушкинскую эпоху [Курганов, 1990].

Следует отметить тот факт, что анекдот пушкинской эпохи значительно отличается от современного анекдота. Рассматривая его антропоцентрическую сторону, с позиции «человека говорящего» и «человека изображенного», следует отметить, в первую очередь влияние эпохи на «человека говорящего». Речь идет о круге тем, отображенном в анекдоте (семилетняя война), на манере говорить, излагать свои мысли,

характерных для данной эпохи с соответствующей лексикой, например, государыня, князя, фельдмаршалы), о структуре предложения и т.д. Что касается человека изображенного, то анекдот пушкинской эпохи перекликается с современным анекдотом, в манере изображать человека, показывать его достоинства, недостатки, увечья и т.д.

В качестве примера приведем следующий анекдот начала IX века.

Князь Никита (Трубецкой) был с грехом пополам. Лопухиным, мужу и жене, урезали языки и в Сибирь сослали их по его милости; а когда воротили их из ссылки, то он из первых прибежал к немым с поздравлением о возвращении. По его же милости и Апраксина, фельдмаршала, паралич разбил. В Семилетнюю войну и он был главнокомандующим. Оттуда (за что, то их дело) перевезли его в подзорный дворец, что у Трех Рук, и там был над ним кригсрат, а презусом в нем князь Никита. Содержался он под присмотром капрала. Елисавета Петровна (такая добрая, что однажды, завидев гурт быков и на спрос, куда гнали, услышав, что гнали на бойню, велела воротить его на царскосельские свои луга, а деньги за весь гурт выдала из Кабинета), едучи в Петербург, заметила как-то Апраксина на крыльце подзорного и приказала немедля кончить его дело и если не окажется ничего нового, то объявить ему тотчас и без доклада ей монаршую милость. Презус надоумил ассессоров, что когда на допросе он скажет им "приступить к последнему", то это и будет значить объявить монаршую милость. "Что ж, господа, приступить бы к последнему?" Старик от этого слова затрясся, подумал, что станут пытаться его, и скоро умер. [Курганов, 1990: 57–59.]

Факторами, отличающими его от современного анекдота, следует признать насыщенность второстепенной информацией, отступление от фабулы, ни в коей мере не вписывающейся в сюжет черного юмора, но имеющей странное для современного реципиента юмористическое разрешение анекдота которое сводится к смерти человека вследствие недоразумения. Тем не менее, следует отметить, что анекдот пушкинской эпохи обладает всеми необходимыми элементами данного жанра: фабулой,

небольшим сюжетом, повествованием, главным героем, второстепенными героями, отступлением и концовкой, в которой еле улавливается намек на неожиданную развязку со слабо выраженным юмористическим эффектом.

Если вспомнить о структуре языковой личности в интерпретации И.Я. Чернухиной, то будет небезынтересно прокомментировать постулируемые ею «большую» и «малую» многомерности языковой личности в приложении к юмористическому дискурсу и, в частности, к его актуализации в жанре анекдота. Параметрами «большой» многомерности являются: интеллект (типы речевого мышления, менталитет); интуиция, пресуппозиция (знания о мире и человеке, которыми располагает данная личность, ее жизненный опыт – как вербализованный, так и невербализованный; осознаваемая и неосознаваемая память); бытие в ауре добра; открытость природе, космосу; открытость ноосфере, культурной среде (национальной и инациональной) и другие параметры. «Малую» многомерность языковой личности составляют: чувственные и интеллектуальные эмоции, которые она способна переживать; речевой темперамент, проявляющийся доминирующих типах экспрессии: спокойной, напряженной и форсированной. Все эти параметры, по мнению И.Я. Чернухиной, могут эксплицитно или имплицитно отражаться в устных или письменных высказываниях [Чернухина, 1995: 216].

Знания о мире, как представляется, займут своё ведущее место в «большой» многомерности языковой личности анекдота, что же касается «малой» многомерности, то в этом случае чувственные и менее выраженные интеллектуальные эмоции займут лидирующее положение. Забегая, однако, вперед, заметим, что сенсорика анекдота значительно снижена по сравнению с другими типами текста.

Как известно, большое влияние на развитие антропоцентрического языкознания и лингводидактики оказали работы Ю.Н. Караулова. По определению ученого, языковая личность – «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью

структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью [Караулов, 1989: 3]. Как считает Ю.Н. Караулов, в данном им определении соединены способности человека с особенностями порождаемых им текстов [Там же, 1989: 3]. Другими словами, каждый человек может породить текст только соразмерно своим способностям.

Последнее высказывание кажется весьма полезным при обращении к языковой личности текстов, авторство которых неустановимо, как это, в частности, имеет место в случае с анекдотом. Опираясь на высказанные положения, тем не менее, допустимо исчислить своего рода совокупный образ автора, отраженный в самых разных (но, в то же время, единообразных в силу принадлежности одному жанру) текстовых построениях анекдота. Данный образ можно поименовать и как «человека говорящего» в том смысле, что текст является речевым произведением. «Человек говорящий» как один из антропоцентрических стержней текста анекдота проявляет себя и в степени структурно-языковой сложности анекдота (как будет показано ниже, весьма чувствительного к новым веяниям времени в текстопостроении), и весьма специфической глубине и точности отражения действительности, а также в несомненной целевой направленности.

Продолжая двигаться в том же направлении, а именно в отыскании эффективных способов раскрытия «образа автора» (он же – в нашем случае – «человек говорящий», «языковая личность» анекдота на стадии порождения того из дискурса), примем к сведению замечания Ю.Н. Караулова относительно последовательного и полного воссоздания структуры языковой личности. В этом случае взаимодействуют все четыре парадигмальные составляющие языка: историческая (равная национальной специфике и выступающая как основа), системно-структурная, социальная и психическая [Караулов, 1987: 42]. Отмеченные характеристики являются базовыми, фундаментальными составляющими языковой личности. При её достраивании до конкретно-индивидуальной реализации (как можно

заклучить – в каком-либо конкретном текстовом построении) также учитываются статистически вариативные компоненты, соответствующие трем уровням языковой личности, а именно системно-структурные данные о состоянии языка в соответствующий период; социальные и социолингвистические характеристики языковой общности; сведения психологического плана, обусловленные принадлежностью изучаемой личности к более узкой референтной группе как частному речевому коллективу и определяющие те ценностно-установочные критерии, которые и создают колорит ее дискурса [Там же, 1987: 42].

Прокомментируем перечисленные свойства языковой личности применительно к её актуализации в тексте анекдота. *Историческая* (равная национальной специфике и выступающая как основа) составляющая ЯЛ, несомненно, весьма показательна с точки зрения как текущего момента, так и её диахронической изменчивости, *национальная специфика* проявит себя в силу различия менталитетов и характерных признаков того или иного социума (не затмевая, однако, жанрово единообразных свойств ЯЛ анекдота), *системно-структурная* составляющая выразится в особенностях вербальной актуализации языковой личности, а *социальная и психическая* составляющие выявят известное пересечение с национальной спецификой языковой личности, предполагая лишь их углубленное рассмотрение в контексте различных социально-общественных и сенсорно-ментальных проявлений. Что касается конкретно-индивидуальной реализации ЯЛ в каком-либо конкретном текстовом построении анекдота, то *системно-структурные данные о состоянии языка в соответствующий период* также показательны с точки зрения текстопостроения анекдота, а *социальные и социолингвистические характеристики языковой общности*, равно как и *сведения психологического плана, обусловленные принадлежностью изучаемой личности к более узкой референтной группе как частному речевому коллективу и определяющие ценностно-установочные критерии*,

создающие колорит дискурса анекдота, представляются весьма значительными для раскрытия его антропоцентризма.

В настоящее время выделяют две сферы проявления феномена человека в языке. Первая касается того, какое воздействие оказывает сложившийся естественный язык на поведение и мышление человека, вторая формулируется как круг вопросов о воздействии человека на используемый им язык и, в особенности, о степени и характере его возможного влияния на язык (Кубрякова, 1995: 214 - 215; Langacker, 1991; Goldstone, 1994). Так, по словам В. З. Демьянкова, человек есть активный носитель познавательного процесса; оценивая окружающую действительность, он приходит к самому себе и во всем, что он видит, рассматривает самого себя [Демьянкова, 1994: 26 - 27]. Таким образом, вся языковая деятельность ориентирована на человека, «язык... предназначен для человека» [Падучева, 1997: 21].

В этой связи нельзя не согласиться с мнением А. Вежбицкой о двух аспектах языковой антропоцентричности. Во-первых, язык антропоцентричен потому, что предназначен для человека, и вся языковая категоризация объектов и предметов внешнего мира ориентирована на человека; это общая черта всех языков; во-вторых, каждый язык национально специфичен и отражает не только особенности природных условий или культуры, но и своеобразие национального характера его носителей [Вежбицкая, 1997: 21]. По словам М. А. Кормилицыной, проблема антропоцентричности лингвистики заключается в изучении влияния и отражения человека в языковых единицах [Кормилицына, 1999: 71]. Следовательно, суть антропоцентрического феномена в языке естественно определяет цель изучения языковых явлений «в диаде «язык и человек» [Кубрякова, 1995: 213].

В настоящее время текст стал ключевым понятием для антропологической парадигмы изучения языка, поскольку «человек в его человеческой специфике всегда выражает себя (говорит), то есть создает текст (хотя бы потенциальный)» [Бахтин, 1986: 301]. Возвращаясь на этой

основе к лингвистике текста и её союзу с лингвокогнитивистикой, о чем было упомянуто выше, прокомментируем в свете всех упомянутых фактов теоретические основы изучения антропоцентризма анекдота как одного из представителей юмористического дискурса. На стадии производства из дискурса текст анекдота (*текст* как ключевое понятия антропологической парадигмы) аккумулирует в себе языковую способность говорящего/слушающего, его языковые знания, его компетенцию. Языковые знания обеспечивают вербализацию внеязыкового знания, характеризующего во многих отношениях обладание им говорящим субъектом, т.е. говорящей личностью (она же языковая личность) на стадии текстопорождения.

По этой причине анекдот рассматривается в настоящем исследовании исходя из его текстовой формы, получившей в настоящее время письменную фиксацию, которая, тем не менее, в силу её вариативности в разных изданиях может рассматриваться как приближенная к дискурсу в большей степени, нежели какой-либо другой тип текста. Самые разные аспекты текстопорождения и текстопостроения анекдота считаются проявлением говорящей (языковой) личности, познающей объективный мир и отражающей его соответствующим образом в конкретном речевом произведении – в том или ином анекдоте. Панорама объективного мира в юмористическом преломлении весьма обширна, однако главным стержнем здесь вновь оказывается человек, но уже как человек изображенный. Именно на него в рамках настоящей диссертации и направляется внимание при изучении когнитивной компетенции языковой личности. Таким образом, антропоцентрическая составляющая дискурса и текста анекдота актуализируется в виде оппозиции «человек говорящий» vs. «человек изображенный».

При рассмотрении когнитивной компетенции ЯЛ имеет смысл вновь вспомнить о широком философском контексте антропоцентризма. Этот контекст должен будет составить фон и контраст юмористическому контексту антропоцентризма в дискурсе и тексте анекдота.

Слово «антропоцентризм» встречается сегодня в разных значениях — от антропоцентрического принципа в лингвистике до антропоцентризма в экологии. Как считается, экологическое значение понятно всем, даже тем, кто профессионально экологией не занимается. Здесь фактически преломилась экологическая философия (или даже экологическая психология), как философия и психология человеческого бытия, когда человек на уровне подсознания воспринимает себя хозяином природы, делая из этого вывод, что он имеет право получать от окружающего мира нужные ему ресурсы, при этом даже за счёт других биологических видов.

Как следствие, философия антропоцентризма предписывает ставить феномен человека во главу всей земной жизни. Подведение этой первоосновы под явление дискурса в любом случае представляется вполне правомерным, оно ещё более оправдано, если объектом исследования оказывается актуализированный в дискурсе антропоцентризм. Специфика того или иного дискурса также имеет значение, и в этом свете отражение философии и психологии антропоцентризма в юмористическом дискурсе выявит все те актуализации языкового менталитета, которые либо уже составили фонд языковых констант, либо продолжают их пополнять в некоторых заданных направлениях. Одно такое направление, заключенное во втором предложении настоящего абзаца, и в более обобщенном виде формулируемое как «человек говорящий» vs. «человек изображенный» вполне может стать программным для изучения проблемы антропоцентризма в юмористическом дискурсе. Другим таким направлением может стать референциальное, когда и сам человек, и окружающий его мир, находят актуализацию в языковых конструктах юмористического дискурса.

Как уже отмечалось, история понятия «антропоцентризм» исключительно древняя. Как правило, все работы по антропоцентризму начинаются со ссылки на выражение Протагора «Человек есть мера всех вещей», которое называют ключевой фразой антропоцентризма греческой философии. В Средние века был распространен антропоцентризм христианского толка, под

которым подразумевалось, что человек есть вершина божественного творения, его венец. Современное наполнение термина — светское (такой антропоцентризм называют также секуляризованным антропоцентризмом), однако, не стоит забывать о том, что в языке всегда можно в достаточной мере обнаружить множество проявлений, унаследованных с более ранних стадий его развития [Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.syntone-kazan.ru/library/psychology_dict/antropocjentrizm.php].

Если взять за основу референциальное направление актуализации антропоцентризма в юмористическом дискурсе, то стоит принять к сведению некоторые его трактовки в имеющихся работах как философского, так и лингвистического характера. Отмечается, в частности, что антропоцентризм — неотъемлемая человеческая черта, и она проявляет себя во всем, чем бы человек не занимался [Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.asocial.narod.ru/material/dac/antcenter.htm>].

Как представляется, апеллирование к философии совсем не бесполезно при лингвистических исследованиях, поскольку философские идеи — часть культуры, а отсюда — только шаг к лингвокультуре дискурса. Самый же главный нюанс антропоцентризма, выявляемый философией — это *самолюбование человека* [Электронный ресурс. Режим доступа: www.erudition.ru/referat/ref/id.53835_1.html]. Если оттолкнуться от тезиса самолюбования человека, то можно осуществить некоторый (хотя и весьма весьма поверхностный) обзор антропоцентризма в различных дискурсах. Если в художественной литературе мы вполне уверенно найдем факты такого любования, проявляющиеся порой в буквальном гимне человеку (ср., хотя бы *человек — это звучит гордо*), то в юмористическом дискурсе, вполне естественно, ничего подобного найти не удастся. Юмористический дискурс совсем не считает человека венцом творения, там сосредоточен лишь человеческий негатив, который, по правде говоря, есть и в художественном дискурсе и даже в более концентрированном выражении. Юмористический дискурс, однако, не приемля воспевания человека, не опускается и до его

уничужения, поскольку смех (а смех в обязательной форме предусматривается юмором анекдота) может сопровождать далеко не все пороки человечества. Таким образом, взирая в анекдоте на «человека изображенного» даже с теоретических позиций, реально обозреть в самом приблизительном виде тот диапазон антропоцентризма, который свойствен юмористическому дискурсу.

Возвращаясь вновь к философской трактовке антропоцентризма, обратим внимание на следующий момент. Общее во всех философских взглядах на человека то, что существование людей более ценно, чем существование животных и растений. Мир теряет нечто более важное, более ценное, когда умирает человек, нежели медведь или береза [Taylor, 1984]. Идея этого так глубоко укоренилась в нашей культуре, что трудно думать о ней ясно и критически.

Как представляется, в этой общечеловеческой культурологической аксиоме заключен самый главный нерв антропоцентризма как принципа, которым люди руководствуются в своей каждодневной жизни, и который имеет все основания отразиться в любой лингвокультуре. Современная наука и техника усугубляют антропоцентрическую проблему, поскольку налицо все увеличивающаяся власть над природным миром. С властью создавать и уничтожать жизнь по своей прихоти, происходит психологическое и моральное отдаление человека от этой самой жизни. Чем больше мы способны контролировать живой мир, тем меньше мы его уважаем [Электронный ресурс. Режим доступа: www.erudition.ru/referat/ref/id.53835_1.html]. Конфликт с природой постепенно переходит во внутренний конфликт. Впавший в распри с собой и с миром, человек не может овладеть ни тем, ни другим [Борейко, 1999: 9].

Одни считают, что выхода из такого замкнутого круга нет, а другие предлагают создать другую религию, религию природы, сакрализацию природы, протестуя против антропоцентрических традиций с одной стороны и современного мира с другой [Dreyfus, 1993: 23].

Процитированный фрагмент настраивает на особо пристальное рассмотрение феномена антропоцентризма в дискурсе анекдота в аспекте взаимодействия человека с внешним миром. В этом смысле отправной точкой может послужить вышеприведенный тезис: *чем больше мы способны контролировать живой мир, тем меньше мы его уважаем*. Итак, в этой связи исследовательский вопрос может быть сформулирован в следующем виде: как представлен внешний мир (а, в особенности, живой внешний мир) в дискурсе анекдота и сквозь призму какого отношения к нему человека?

Вопрос об отношении человека к чему либо стороннему по отношению к нему неизбежно обретает ценностные ориентиры. Юджин Харгроув считает, что развитию антропоцентризма немало способствовал триумф факта над ценностью. Чувствуя, что ценностные соображения негативно влияют на научную объективность, ученые стали избегать гуманитариев, ориентированных на ценности и приняли доктрину морального нейтралитета.

К середине XX века наука и гуманитарные дисциплины считались настолько различными, что они могли быть охарактеризованы как две различные культуры. В связи со сказанным выше становится более понятным определение антропоцентризма как философского течения, утверждающего, что этические принципы свойственны только человеку, потребности и интересы которого имеют очень большое, или даже исключительное значение и важность [Электронный ресурс. Режим доступа: www.erudition.ru/.../printref/id.53835_1.html]. Таким образом, реальность, которая не относится к человеку, ограничивается сущностью тех вещей, которые представляют некую важность для человека. Эта моральная, а по сути, культурная установка при различных вербализациях реализуется уже как лингвокультурная и фактически детерминирует самые различные аспекты текстопостроения, начиная от текстовой номинации и текстовой референции и заканчивая текстовыми категориями и текстовыми концептами.

Несколько слов следует сказать и в связи с упоминавшимся понятием этики. Этика антропоцентризма долгое время представляла собой видовую идеологию белого мужского пола среднего класса [Электронный ресурс. Режим доступа: www.student.km.ru/ref_show_frame.asp?]. В современном западном обществе антропоцентризм часто рассматривается как «отсутствие этики». Некоторые философы, например, американец Брайн Нортон, полагают, что существует две разновидности антропоцентризма. Первый - это «сильный антропоцентризм», согласно которому нечеловеческие виды и объекты имеют ценность лишь как средства для удовлетворения «чувственных предпочтений» человека. «Чувственное предпочтение» – это любое человеческое желание, которое можно удовлетворить, вне зависимости от того, обоснованно оно логически или нет. «Слабый антропоцентризм» утверждает, что явления и объекты вне человека могут удовлетворять как его «разумное предпочтение», так и «чувственные предпочтения». "Разумное предпочтение" – это любое человеческое желание или потребность, которое базируется на тщательном размышлении и согласуется с рациональным мировоззрением, включая здоровую метафизику, научные теории, эстетические ценности и моральные идеалы. Таким образом, «слабый антропоцентризм» придает нечеловеческим сущностям намного больше значения: он ценит их за обогащающий человеческий опыт фактор. Антропоцентризм очень сильно ограничивает доступ человека к морали, так как последний рассматривается как высшее в сравнении с другими видами существо. Тут возникает вопрос, который заслуживает тщательного анализа: «Приведет ли антропоцентризм в конце концов человеческий род к самоуничтожению или уничтожению других видов?» [Электронный ресурс. Режим доступа: www.erudition.ru/.../printref/id.53835_1.html].

Сложность определения этичности анекдота заключается в том, что разные индивидуумы придерживаются разных стандартов и обладают своим собственным восприятием того, что такое «хорошо» и что такое «плохо».

Анекдот связан с этикой больше, чем любой другой тип текста, поскольку не предполагает освещение каких-либо положительных свойств человека.

По оценке Ю. Кристевой, в настоящее время «в этике неожиданно возникает вопрос, какие коды (нравы, социальные соглашения) должны быть разрушены, чтобы, пусть на время и с ясным осознанием того, что сюда привлекается, дать простор свободной игре отрицательности» [Kristeva, 1981]. Можно предположить, что мораль анекдота целиком зависит от запретов. Свободная игра высмеивания, дает возможность высказываться и не думать о социальных запретах. Наглядным примером в этом отношении является черный юмор.

Лингвокультурная основа философского и этического антропоцентризма заслуживает самого пристального рассмотрения и обоснования в контексте лингвистических понятий. По мнению Е. А. Поповой, наиболее ярко сущность лингвистики антропоцентризма проявляется в текстовых исследованиях. Текст невозможно изучать вне человека, который является его производителем и получателем [Попова, 2002: 72]. По этой причине текст, стал ключевым понятием для антропологической парадигмы изучения языка, поскольку «человек в его человеческой специфике всегда выражает себя (говорит), то есть создает текст (хотя бы потенциальный)» [Бахтин, 1986: 301].

В этом смысле небезынтересно обратиться к уже имеющимся исследованиям антропоцентризма на материале разных языков и разного языкового материала. Предпочтение при этом естественно отдать текстовым и дискурсивным исследованиям. Продолжая дискутировать этический аспект проблемы, зададим следующий вопрос: Оказывает ли анекдот какое-либо влияние на социум? Если, в частности, в эзотерическом дискурсе те или иные положения берутся как руководство к жизни, то закономерно задать вопрос, как на этом фоне смотрится юмористический дискурс и анекдот, в частности? Полностью отрицать его влияния на социум нельзя, и здесь антропоцентризм не только в том, как изображен ЧЕЛОВЕК в анекдоте, но и

в том, как Человек сам себя видит в кривом зеркале данной текстовой формы. Известно выражение «человек в зеркале сравнения», которое, в частности, есть у В.А. Масловой [Маслова, 2007]. Здесь же можно сказать - в кривом зеркале.

Как показали результаты исследования антропоцентризма в эзотерическом дискурсе, понятие «антропоцентризм» в современной лингвистике употребляется без эксплицитных определений. Вместе с тем антропоцентрический подход в современном языкознании является весьма перспективным с исследовательской точки зрения благодаря тому, что в центре внимания антропоцентрической мегапардигмы находится языковая личность, субъект речемыслительной деятельности, создающий или воспринимающий дискурсы различных типов, запечатленные в текстовых массивах [Сургутян, 2007].

Теоретическое осмысление антропоцентризма как универсальной филологической категории, опоры для разработки инструментария анализа юмористического дискурса позволило определить антропоцентризм в языковой репрезентации действительности как систему языковых и, шире, лингвориторических средств, с помощью которых в центр картины мира, репрезентируемой в тексте, помещается личность – продуцента дискурса, его реципиента, человека как предмета речи, а также ярко выраженную направленность дискурса на личность реципиента, образ которого эксплицитно формируется как объект внушающего воздействия со стороны автора, принимающего на себя роль транслятора информации, передаваемого народом. Антропоцентризм как принцип языковедческой науки определяется как установка на анализ эмпирического материала в аспекте представленности «человеческого фактора в языке», сквозь призму теории языковой личности [там же, 2007].

Рассматривая «человека говорящего», или, другими словами, языковую личность дискурса и текста анекдота, можно принять к сведению замечание Е.А. Песковой, предпринявшей исследование антропоцентрической

ориентации прециозного стиля. Она считает, что у говорящего есть своя речевая стратегия: он стремится распознать намерения собеседника, установить с ним тесный контакт с тем, чтобы оказывать на него эффективное воздействие, и, наконец, способствует созданию нужного, с его точки зрения, представления о предмете речи. Её исследование обнаружило полное и безоговорочное господство авторской личности, индивидуальности творца, которая восходит к особому мировосприятию, опыту жизни, литературным и прочим вкусам [Электронный ресурс. Режим доступа: <http://17v-euro-lit.niv.ru/17v-euro-lit/articles/peskova-ob-antropocentrizme.htm>].

В этом высказывании больше всего вызывает интерес ориентация дискурса на вкусы его потребителя, или проще говоря, реципиента. Если в изучении литературно-художественного дискурса мнение читателя можно достаточно легко выявить, то мнением лица, прослушавшего какой-либо анекдот, никто никогда не интересовался. Тем не менее, категория реципиента должна как-то проявить себя и в дискурсе анекдота, и её следы следует искать в языковой личности, ответственной за все пункты его текстопостроения.

Если углубить рассмотрение языковой личности рассмотрением языковой личности антропоцентризма, то небезынтересно обратиться к одному высказыванию Е.В. Каламбет, отметившей, что каждый автор вкладывает свое содержание в понятие *антропоцентризм*. Фактически рассматривая антропоцентризм под углом зрения языковой личности, Е.В. Каламбет отмечает, что изучение диады «человек и язык» образует два проблемных комплекса: 1) воздействие естественного языка, языковой картины мира на человека; 2) воздействие человека на язык, лингвокреативная деятельность человека на определенных участках языковой системы, – то есть собственно «человеческий фактор» в языке. Используя формулу «человеческий фактор» в языке, необходимо учитывать, что источником антропоцентрически обусловленных свойств (антропоцентром) объекта (текста) может быть как *субъект речи*, так и ее

реципиент (учитывая концепцию М. М. Бахтина, возможен и третий антропоцентр – некий Другой, чье предшествующее высказывание отражается в данном высказывании). Следовательно, необходимо различать антропоцентризм как *свойство* языка, имманентно присущее последнему, и антропоцентризм как *способ* описания, представления, моделирования языковой системы [Каламбет, 2007].

Заключая настоящий раздел, примем к сведению следующие высказывания. Мир глубоко лингвистичен и антропоморфен. Ключевым фактором в определении языка становится сам человек. Но и человек может быть понят как языковой факт – как *Homo lingualis*. Гелотогенные (смехопорождающего типа) коммуникации могут быть структурированы по жанровому признаку. Под жанром в онтологическом смысле понимается речекommunikативная ситуация, характеризующаяся значительной степенью типичности и, как следствие, порождением релевантной стилистики – типических жанрово-речевых форм (движений, жестов, высказываний, поступков в широком смысле). Чувство юмора может обрести лингвистическую дефиницию. Инокультурность гелотогенных коммуникаций удваивает герменевтическую проблему – проблему понимания этнического смеха. Общегуманитарный опыт сближает, национально специфический отчуждает. Для того чтобы понимать иноязычный смех, необходимо иметь расширенное представление о культуре народа, популярных смеховых тематиках, образах, типических смеховых реакциях [Бондаренко, 2009].

Общетеоретическое исследование текстов, создающихся в русле гелотогенных коммуникаций при достаточной близости культур, должно обеспечить наиболее глубокое проникновение в сущность юмористического текстотворчества, поскольку сопоставительный аспект, невольно присутствующий в этом исследовании, только подчеркнет нюансы и детали рассматриваемого явления.

1.4 Фоновые знания в юмористическом дискурсе

В настоящем разделе представляется необходимым вернуться к некоторым положениям, отмеченным в первом параграфе. Прежде всего следует подчеркнуть особый характер анекдота, как правило, требующий от реципиента творческого восприятия, интерпретации, и того особого состояния, которое Е.С. Кубрякова назвала додумыванием [Кубрякова, 2001]. Процесс «додумывания» тонко фиксирует диалогичность анекдота, особенно явно проявляющуюся в живой коммуникации. Как известно, не все люди обладают развитым чувством юмора, не все реагируют одинаково на смешной сюжет и, как следствие, по-разному ощущают его перлокутивный эффект. В этом случае анекдот заставляет реципиента посредством «додумывания» осмысливать не всегда понятный сюжет текстового юмора и в каком-то смысле реализует свой когнитивный потенциал. Однако в этом процессе немалую роль играют и фоновые знания. Ещё А.М. Пешковский писал, что естественная речь по своей природе эллиптическая, и мы не всегда договариваем своих мыслей, опуская из речи все, что дано обстановкой или предыдущим опытом разговаривающих [Пешковский, 1959: 58]. В анекдоте часто опускаются разного рода детали, но чаще всего в анекдоте опускается именно фоновая информация (или фоновые знания).

В первую очередь к фоновым знаниям относят сведения, касающиеся своеобразия национально-культурной среды, в которой рождается какой-либо текст. Ещё В.С. Виноградов отметил, что социокультурный уклад определенной национальной общности имеет свои особенности, отличающие его от других национальных укладов. Эти особенности отражаются в лексике и составляют в ней фоновую информацию, передающую сведения о национальных формах, видах и проявлениях духовной и материальной культуры [Виноградов, 2006]. В том же ключе высказывалась и О.С. Ахманова, отметившая, что фоновые знания – это «обоюдное знание реалий

говорящим и слушающим, являющееся основой языкового общения» [Ахманова, 1969: 498]. Акцент на коммуникативную сторону фоновых знаний был также сделан В.Г. Костомаровым и Е.М. Верещагиным, охарактеризовавшими их как знания, «общие для участников коммуникативного акта» [Верещагин, 1990: 10; Костомаров, Верещагин, 2005]. Такие знания, по мнению авторов потенциально присутствуют в сознании человека и той общности людей, к которой данный индивид принадлежит, хранятся в памяти человека и соответственно коллектива, но их актуализация зависит от потребности, нужды в них и протекает не одновременно, а последовательно [Верещагин, 1990: 43]. Е.К. Суринова рассматривает эти знания с точки зрения их локализации в системе языка, отмечая, что они присутствуют на всех ее уровнях: фонетическом, лексическом, синтаксическом [Суринова, 2011]. Такие знания, по ее мнению, являются знаниями о мире, об окружающей действительности, то есть экстралингвистическими по своей природе (фоновыми). Будучи неявно выраженными, скрытыми, имплицитными носителям информации эти единицы используются как намеки, аллюзии, что делает необходимым их узнавать и «расшифровывать» [Там же, 2011].

Фоновые знания дифференцируются, детализируются, классифицируются. Классификация фоновых знаний В.Я. Шабеса является вполне актуальной и для анализа юмористического дискурса. Разные типы фоновых знаний такие, как социальные, индивидуальные, коллективные и прочие, выделяемые автором [Шабес, 1989: 7-11], являются тем дополнительным компонентом, при помощи которого становится более прозрачным и доступным понимание юмористического текста. Интересным кажется мнение Н.С. Валгиной о том, что фоновые знания могут меняться, перемещаться из одного типа в другой. Например, гибель конкретной женщины – это факт индивидуального знания, а гибель принцессы Дианы явилась национальным, даже мировым событием, и, таким образом, этот частный факт вошел в знание социальное [Валгина, 2003]. Фоновые знания,

по мнению автора, можно квалифицировать и с другой стороны, со стороны их содержания как житейские, донаучные, научные, литературно-художественные [Там же, 2003].

Не менее интересным кажется и классификация Б. Хазлет, которая выделяет четыре типа фоновых знаний, влияющих на процесс коммуникации: 1. «Обыденные знания», или наивная картина мира. 2. Культурные знания, тесно связанные с ценностями родной культуры. 3. Знания о правилах взаимодействия в ситуации общения. 4. Лингвистические знания (языковая компетенция) [Haslett, 1987].

Следует отметить, тот факт, что не все фоновые знания долговечны. По мнению Е.В. Владимировой фоновые знания отличаются своим временным диапазоном. Автор делит фоновые знания на исторические и актуальные. По мнению автора, в сфере коммуникации фоновые знания первичны, они зарождаются и со временем уходят в запас, в систему языка, чтобы затем в определенных социальных условиях снова стать актуальными [Владимирова, 2003]. Общеизвестно, что динамичность лексического фона весьма высока. Примерно в течение десяти лет фоны большинства слов претерпевают существенные изменения, а если в обществе совершается социальный переворот, то темпы динамики ускоряются [Владимирова, 2003: 117]. Все отмеченные факторы особенно наглядно актуализируются в тексте анекдота. Продолжая размышления в заданном направлении, сошлемся на Ю.В. Холкидзе, который считает, что объектом фонового знания служат исторические события, личности, легенды, которые закрепляются в текстах. Отсылка к объекту фонового знания имеет, по мнению автора, общепринятые вербальные воплощения и стереотипный характер [Холкидзе, 2009]. Исторические личности и мифические персонажи также входят в фонд фоновой информации ЮД.

В процессе общения присутствуют все типы фоновых знаний. По мнению Е.Д. Поливанова все, что мы говорим, нуждается в слушателе, понимающем «в чем дело». Это утверждение самым непосредственным

образом касается анекдота. Чтобы понять современные анекдоты приходится обладать историческими, политическими, культурными и прочими знаниями. Например, анекдот про Ю.Тимошенко, где двое, обсуждая ее судьбу, говорят: «Теперь Луи Витон будет носить вещи от Тимошенко, поскольку она будет работать на зоне швеей». Примечательным кажется и способ словосложения «меркози», одновременно обозначающее Меркель и Саркози. Суммируя вышесказанное, отметим, что фоновые знания являются определяющим фактором и для понимания анекдота, как в выборе языковых средств, так и в использовании в речи разнообразных реалий.

Учитывая тот факт, что анализ в работе строится на базе двух языков (русском и французском) будет уместным остановиться на их культурно-фоновой идентичности. В этой связи следует привести мнение Г.Д. Томахина, о том, что при анализе языков и культур, часто встречаются элементы, совпадающие и несовпадающие [Томахин, 1988], что касается также и передачи комического средствами разных языков. Г.Д. Томахин отмечает, что чем самобытнее сравниваемые языки, чем меньше было в их истории культурных контактов, тем меньше у них точек соприкосновения, тем более разнятся они в целом и поэлементно [Томахин, 1988]. Французская культура и французский язык долгое время занимали особое место в русской культуре, были периоды, когда преклонение перед ними было всеобщим, когда некоторые слои общества свободнее выражались на французском языке, нежели на родном русском. Несмотря на то, что с течением времени данная ситуация изменилась, Франция, её язык и её культура не удалились от России, мы должным образом воспринимаем её современную культурную жизнь, контакты между двумя странами увеличились, информированность нашего общества о жизни Франции с каждым годом растет. У русскоязычного исследователя текстов на французском языке, таким образом, не может быть непреодолимого культурного барьера.

Его отсутствие распространяется и на юмористический дискурс, осуществляемый на французском языке. Как отметил Г.Д. Томахин,

невозможно понять юмор другого народа, пока мы не научимся видеть его глазами тех, кого они считают своими героям, за что боролись эти люди, какие достижения они восхваляют, и какие они наоборот высмеивают [Томахин, 1988]. Все перечисленные Г.Д. Томахиным аспекты хорошо известны носителю русского языка. Достаточная идентичность лингвокультурных фонов русского и французского языков делает плодотворным исследование на их основе юмористического дискурса.

Однако помимо информированности о культуре какого-либо народа существуют ещё и некоторые стереотипы, усвоенные другой нацией и передаваемые ею из поколения в поколение. В частности, встречающиеся в литературе оценки французского национального характера часто противоречивы. Одни считают, что у француза семья находится на первом месте, что французы – бескорыстны, другие уверяют, что они рабы чувственности и развращены до мозга костей, что они – скряги и к деньгам питают большую нежность. Трудности в выявлении национальных черт приводят к длительным дискуссиям. Часть ученых считает, что национальный характер – это реальность, которая проявляется в культуре, психологии, образе жизни, другие считают его мифом, устойчивым психологическим стереотипом [Кирнозе, 2002].

Реципиент анекдота в настоящее время существует в двух формах, как слушатель и как читатель. Читатель рассматривается сейчас как социальная личность, как индивид, воспринимающий печатный текст и обладающий для этого необходимыми языковыми и культурными навыками [Борович, 1924: 75]. Данное обстоятельство настраивает исследователя на особо пристальное внимание к публикуемым текстам анекдотов, на выяснение их соответствия требованиям, предъявляемым в литературной коммуникации к взаимодействию двух категорий: «автор» и «читатель». Учитывая тематическую направленность анекдота, одной из существенных тем которого является именно сфера, затрагивающая проявление в бытовой сфере национального характера, отметим вопросы, совмещающие три

отмеченные вехи: национальный колорит, оппозиция автор-читатель, природа письменного текста и его фоновая основа.

В связи со сказанным процитируем высказывание В.С. Виноградова, по мнению которого передача национального колорита подлинника зависит в определенной степени от правильного восприятия фоновой информации. При этом особые трудности создают самые обычные слова и обороты, в которых содержатся сведения о так называемых ассоциативных реалиях, и то обстоятельство, что социокультурные особенности любой языковой общности не есть нечто застывшее и равноценное. Различные приемы передачи в тексте словесной фоновой информации способствуют сохранению национального своеобразия, национальных форм жизни, психологии и культуры народа [Виноградов, 2006]. Как показал анализ текстового материала, фоновая информация французского анекдота чаще всего концентрируется в сфере быта, сильно отличающегося от бытовых условий русских. При этом быт может пониматься достаточно широко, включая пользование кредитными картами. Во французских анекдотах таких фоновые слова встречаются довольно часто. Например: -Un jour, raconte un homme, ma femme en a eu assez de ma modeste Carte bleue de La Poste. Elle m'a plaqué pour une carte American Express beaucoup plus sexy. (Однажды, рассказывает мужчина, моя жена, попользовавшись достаточно моей скромной почтовой картой, бросила меня ради более сексуальной «Американ экспресс»). Для интерпретации данного анекдота необходим блок социокультурных знаний. Например: во Франции кроме банковского счета существует еще и почтовый счет. Последний более удобный для простых типичных французов, поскольку банкоматы больших банков можно встретить не во всех городах, а почта есть везде. К тому же наличие почтовой карты свидетельствует о том, что его хозяин, принадлежит к среднему классу, небогатых французов, а владелец «Американ экспресс», предположительно более состоятельный француз, так как такая карта позволяет проводить более крупные финансовые операции. Что касается

более сексуального вида карты, то действительно, это еще одно подтверждение тому, что карта с большими финансовыми возможностями выглядит более привлекательно, чем простая почтовая карта и подтверждает социальный статус ее владельца.

В настоящее время принято говорить о взаимосвязи языка и культуры. Сошлемся на С.И. Кузьминскую, которая считает, что культура является определяющим фактором в процессе социализации индивида, а также освоения им общего фонда знаний [Кузьминская, 2002]. Как известно, изменения, происходящие в мире, приводят к изменениям лингвокультурной ситуации, отражающихся на текстах анекдотов, насыщенных культурно значимыми единицами. Согласимся с С.С. Ефимовой, утверждающей, что текст, становится многомерным, многопространственным, часто состоит из иноконтекстных цитат, характеризуется наслоением смыслов и предполагает соучастие читателя в их расшифровке [Ефимова, 2005]. Анекдот это, прежде всего, народное творчество, сочиняемое на злобу дня. Какова глубина стоящей перед читателем проблемы расшифровки его смысла? Гальперин И.Р. считает, что чем разнообразнее тезаурус, чем больше развита способность читателя аналитически воспринимать текст, тем конкретнее выступают для него очертания несказанного, подразумеваемого [Гальперин, 2005], т.е. фактически выявляемого на основе «додумывания».

По мнению В. Иванушкина психика читателя не является пассивным реципиентом мыслей, а является критичной, даже при незначительном интеллектуальном развитии, является аппаратом, который корректирует авторские мысли [Иванушкин, 1926: 19]. Степень овладения этими навыками у разных читателей различна, как и другие их характеристики. Одной из центральных проблем изучения читателя является их дифференциация. Классификация читателей, основанная на их социально-демографических характеристиках таких, как пол, возраст, образование, профессиональный характер и прочие моменты подобного рода [Чуланова, 2006: 91], вполне применима и к анализу анекдота, поскольку она обнаруживает не только

читательскую способность воспринять его перлокутивный эффект, но и соответствующее тематическое расслоение находящихся в коммуникативном обращении анекдотов. Заметим также, что все названные характеристики читателя приложимы и к автору анекдота, инкогнито которого, тем не менее, не снимает вопроса авторства функционирующих в коммуникации текстов.

Как известно анекдот относится к жанрам массовой культуры. С.И. Кузьминская считает, что на сегодняшний день наиболее значимой в плане влияния как на индивидуальное, так и на общественное сознание становится такой компонент культуры как массовая культура [Кузьминская, 2002]. По мнению автора, современная массовая культура представляет собой некое информационное пространство, которое ежедневно порождает весьма значительное количество разнообразных текстов. Некоторые из них сохраняются в общем культурном фонде знаний определенного социокультурного образования и становятся частью фоновых знаний индивида [Там же, 2002]. В этой связи особо подчеркнем тот факт, что анекдоты рождаются так же быстро, как и умирают. Однако существуют так называемые «бородатые анекдоты», которые известны всем и которые сохраняются в общем культурном фонде знаний, становятся частью фоновых знаний не только индивида, но и определенного социума. Объяснить феномен «долгожителя» таких анекдотов представляется возможным наличием такой фоновой информации, которая глубоко проникает в сознание индивидов и с годами не теряет своей актуальности.

Однако следует отметить и тот факт, что чтение анекдотов не является обязательным и престижным, как чтение, к примеру, художественной литературы. К тому же анекдоты не всегда концентрируют в себе фоновые знания, которые можно отнести к общечеловеческим или социальным. Автором (хотя и неустановленным) анекдота может оказаться любой человек в рамках той же приведенной выше классификации читателей, и, следовательно, его анекдоты могут быть рассчитаны только на людей «его» круга. В этом смысле несомненный вес приобретают индивидуальные

фоновые знания, которые, как считает Н.С. Валгина, часто служат средством создания подтекста. Понятие подтекста, прежде всего, связано с художественной литературой, где оно полностью сориентировано на предварительное знание. В ряде случаев автор, используя те или другие высказывания, упоминая какие-либо факты, прямо рассчитывает на понимание *посвященных*, т.е. на индивидуальное знание [Валгина, 2003]. Индивидуальные знания часто служат фоновой основой и для создания юмористического текста, где они напрямую определяют понимание анекдота, созданного на злобу дня и содержащего информацию только для знающих и посвященных людей.

Завершая анализ, приведем мнение А. Шмелева и Е. Шмелевой, которые считают, что понимание юмористических текстов – один из важных элементов человеческого общения. Ссылаясь на Раскина, автор использует термин «юмористическая компетенция», который включает в себя не только лингвистическую составляющую, но и некоторый набор фоновых знаний, который может включать общеизвестную информацию, информацию, известную части носителей языка, и информацию, известную только немногим людям, принадлежащим к одной семье или к одной компании. Все юмористические тексты могут быть построены на языковой игре, но если шутки часто апеллируют к индивидуальным фоновым знаниям двух или нескольких собеседников, то анекдоты, бытующие в некой социальной и культурной общности людей, требуют общего фонда знаний достаточно большого числа носителей языка [Шмелев, Шмелева, 2003]. Понимание анекдота, которое обеспечивается «юмористической компетенцией» и «додумыванием», вполне допустимо признать частью когнитивной компетенции человека и отнести на счет антропоцентрических свойств анекдота.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

1. Предпринятый обзор позволяет ориентироваться на теоретически обоснованное исследование свойств анекдота, рассмотренных в первой главе. Текст анекдота (устный и письменный) рождается из дискурса и вновь в него возвращается, обретая разные версии не только в устных репрезентациях, но также в электронных и письменно-печатных версиях, ставших особой приметой нашего времени.
2. Публикации анекдотов в самых разных изданиях свидетельствуют об обретении анекдотом письменной формы и соответственно полноценного статуса текста, сохраняющего свои дискурсивно-речевые свойства.
3. Диалогическая среда – это самая естественная среда бытования анекдота, поскольку кроме его автора, чаще анонимного, и реципиента-слушателя имеется еще и исполнитель-распространитель, возвращающий анекдот в устную «живую» речь.
4. Семиотический подход к изучению антропоцентризма анекдота помогает сконцентрироваться на текстопостроении анекдота, высвечивает его новые современные текстопостроительные модели, соединяющие информативные средства разных семиотических систем.
5. Юмористический дискурс, свойствен всем лингвокультурам мира, но в каждой культуре он зависит от национального юмора. Вместе с тем, национальная специфика дискурса (и юмористического дискурса, в частности) не исключает наличия общенациональных черт дискурса. Именно таковые представляют интерес при рассмотрении текста анекдота в общетеоретическом ракурсе.
6. Юмористический дискурс глубоко антропоцентричен. Родовые (как противопоставленные видовым) характеристики антропоцентризма, запечатленные в русском и французском анекдоте, являются основными при анализе юмористического дискурса в общетеоретическом плане.
7. Главным антропоцентрическим стержнем текста анекдота является концепт «человек», обретающий в силу особых дискурсивных черт анекдота текстовую раздвоенность в виде «человека говорящего» и «человека

изображенного». «Человек говорящий» проявляет себя как в степени структурно-языковой сложности анекдота, весьма чувствительной к новым веяниям времени в текстопостроении, так и в весьма специфической глубине и точности отражения действительности, а также в несомненной целевой направленности анекдота. Другим стержнем антропоцентричности анекдота следует назвать «человека изображенного», своеобразие его текстового отображения в данной жанровой форме текста.

8. Юмористический дискурс не воспекает человека, но и не опускается до его уничижения, поскольку смех (а смех в обязательной форме предусматривается юмором анекдота) может сопровождать далеко не все пороки человечества. Таким образом, в анекдоте реально обозреть в самом приблизительном виде тот диапазон антропоцентризма, который свойствен юмористическому дискурсу.

9. В силу небольшого текстового объема анекдот имеет развитую структуру фоновой информации. Именно эта фоновая информация является тем проводником, которая позволяет реципиенту вычислить его смеховую основу, понять те нестыковки, которые приводят к неожиданному финалу и лучше узнать культуру той или другой страны.

10. Понимание анекдота будет глубже и яснее, чем богаче собственный тезаурус, чем глубже фоновые знания читателя или слушателя анекдота.

Глава 2. Текстопостроительные особенности юмористического дискурса. Антропоцентризм анекдота под углом зрения «человека говорящего»

Целью настоящей главы является установление разнообразных вербальных актуализаций «человека говорящего», понимаемого как своеобразный образ автора, запечатленного в текстах анекдотов, свойственных настоящему периоду времени. Особым образом выделил антропоцентрическую специфику текста М.М. Бахтин, отметивший, что человек в его человеческой специфике всегда выражает себя (говорит), то есть создает текст (хотя бы потенциальный) [Бахтин, 1986: 301].

«Человек говорящий» может квалифицироваться в данном случае как языковая личность, ответственная за производство каждого конкретного текста анекдота в полном соответствии с требованиями его жанровой формы. Внимание при этом обращается на самые современные текстопостроительные особенности анекдота в его письменной фиксации, характерной как для типографских изданий, так и для электронного формата сети Интернет.

Предполагается, что в том, как создается анекдот, а также в том, как он доводится до реципиента, также содержится антропоцентрическая информация. Сообщение о человеке и сообщение, порожденное человеком, должны соответствовать друг другу по форме и содержанию. Раскрытию данного момента и посвящается вторая глава диссертации.

2.1 Особенности текстовой информации анекдота в аспекте его письменной формы

Когда заходит речь о текстовой информации, прежде всего, вспоминают выделенную И.Р. Гальпериным трехкомпонентную структуру уровней текстовой информации (СФИ, СКИ и СПИ) [Гальперин, 2005: 30].

Менее известен другой установленный им вид информации, а именно супралинейной (или сверхсмысловой, дополнительной) информации, носителем которой является форма (как правило) художественного произведения. Характеризуя соответствующий информативный слой текста, И.Р.Гальперин отметил, что он вербально не выражен и представляет собой свойство формы, по-особому проявляющееся в конкретных реализациях [Гальперин, 2005: 30]. В нашем конкретном случае этот тип информации, тем не менее, имеет вербальное выражение, но само это выражение очень глубоко внедрено в текстопостроительную практику, и поэтому его рассмотрение не только вызовет вполне закономерный интерес, но и поможет установлению некоторых других проявлений супралинейной информации.

В этой связи следует также упомянуть информацию «о структуре речевого произведения, способную произвести на коммуниканта дополнительное эстетическое воздействие» [Нелюбин, 2006: 337]. О существовании данного вида информации, в названии которого иногда используется семантически близкий латинский префикс супер-, упоминается также и в ряде других работ. В одной из них подчеркивается, что одним из ведущих направлений современной лингвистики в течение последних десятилетий является изучение «особых приемов комбинирования языковых средств, дающих дополнительную **суперлинейную** информацию» [Воронюк, 1998]. Проникнуть в сущность суперлинейной информации пытался и Г.В. Колшанский, апеллируя, в частности, к понятию контекста [Колшанский, 2005]. По его мнению, контекст как функция текста, «исполняет» текст, управляет семантическими сдвигами, осуществляет порождение *дополнительной информации*, поскольку вектор действия контекста направлен и проспективно, и ретроспективно [Колшанский, 2005].

На существование в тексте данного информативного блока косвенно указывает в своей работе и А.В. Форостенко, давая этому явлению ряд других названий. К числу языковых средств, способствующих созданию

суперлинейной (супралинейной) информации, автор относит архаические морфологические формы, придающие (в частности) переводу не только особое звучание, но и дополнительное стилистическое, а подчас и семантическое измерение [Форостенко, 2003б: 81].

В русле рассматриваемого вопроса интересно также отметить работу Т.А. Казаковой, освещающую теоретические и практические аспекты переводческой деятельности в области художественного текста. Затрагивая вопрос об информационных процессах в переводе, и, в частности, о стратификации текстовой информации, автор обращает внимание на информативность чувственно воспринимаемой формы художественного текста, под которой, однако, подразумевается исключительно графическое оформление (присутствие различных видов алфавита, графонов, таблиц, рисунков). «Графические свойства текста, составляющие его внешний облик и доступные зрительному восприятию, не являются посторонними по отношению к общему информационному пространству, занимаемому текстом: они несут определенную информационную нагрузку, то есть в известной мере определяют характер информационной насыщенности» [Казакова, 2006: 46]. На основании того факта, что элементы зрительного образа текста являются частью формального выражения вербально передаваемого содержания, и, несомненно, обладают не только проводящими, но и порождающими информационно-семиотическими свойствами (например, провоцирование эмоционально-оценочных реакций), можно предположить, что эти свойства вполне соотносимы с супралинейной информацией.

Учитывая вышеизложенное о семантической внешней формы текста как явления вообще, нельзя не признать, что широко освоенная современным анекдотом письменная/печатная форма текста послужила источником его дополнительной информативности. При этом отдельные приемы создания такой информативности укоренились настолько, что стали признаком

письменной формы современного анекдота, признаком, соединяемым с особой текстовой прагматикой.

Вместе с тем отметим, что информативная структура текста анекдота оказывается в некотором смысле вне поля зрения, несмотря на её исключительную специфику и детерминированность самыми разными лингвистическими и экстралингвистическими моментами. Можно с уверенностью заявить, что в этом случае исследователь столкнется с не менее широкими горизонтами текстового содержания (или же текстовой информации), чем в хорошо изученных типах текста, а текстовая прагматика анекдота по своей направленности даже превзойдет их. Весьма примечательным оказывается, в частности, тот факт, что содержательный (а точнее, юмористический) потенциал текста анекдота самым непосредственным образом зависит от формы его письменного представления.

Обратимся к фактическому материалу.

(1) Говорят, что однажды собрались в одном уголке земли вместе все человеческие чувства и качества. Когда СКУКА зевнула уже в третий раз, СУМАСШЕСТВИЕ предложило: А давайте играть в прятки!? ИНТРИГА приподняла бровь: Прятки? Что это за игра? И СУМАСШЕСТВИЕ объяснило, что один из них, например, оно, водит, закрывает глаза и считает до миллиона, в то время как остальные прячутся. Тот, кто будет найден последним, станет водить в следующий раз и так далее... ЭНТУЗИАЗМ затанцевал с ЭЙФОРИЕЙ, РАДОСТЬ так прыгала, что убедила СОМНЕНИЕ, вот только АПАТИЯ, которую никогда ничего не интересовало, отказалась участвовать в игре. ПРАВДА предпочла не прятаться, потому что, в конце концов, ее всегда находят, ГОРДОСТЬ сказала, что это совершенно дурацкая игра (ее ничего кроме себя самой не волновало), ТРУСОСТИ очень не хотелось рисковать. Раз, два, три, - начало счет СУМАСШЕСТВИЕ. Первой спряталась ЛЕНЬ, она укрылась за ближайшим камнем на дороге, ВЕРА поднялась на небеса, а ЗАВИСТЬ спряталась в тени ТРИУМФА, который

собственными силами умудрился взобраться на верхушку самого высокого дерева. БЛАГОРОДСТВО очень долго не могло спрятаться, так как каждое место, которое оно находило, казалось идеальным для его друзей: Кристально чистое озеро для КРАСОТЫ; Расщелина дерева - так это для СТРАХА; Крыло бабочки - для СЛАДОСТРАСТИЯ; Дуновение ветерка - ведь это для СВОБОДЫ! И так, оно замаскировалось в лучике солнца. ЭГОИЗМ, напротив, нашел только для себя теплое и уютное местечко. ЛОЖЬ спряталась.....

Данный текст был помещен на сайте <http://www.anecdot.ru/> под рубрикой «анекдоты», несмотря на то, что по форме он не вполне напоминает стандартный текст анекдота. Именно форма в данном случае оказывается главным носителем суперлинейной информации, свидетельствующей не только об эволюции жанра анекдота, но и об апеллировании составителя (или, возможно, автора?) к семантике целой парадигматической структуры лексики, объединяемой одним концептом, а именно концептом «чувства и моральные ориентиры человеческой личности».

Ресурсы письменной графики продолжают активно внедряться в публикуемые тексты анекдотов. Они даже начинают обретать свои функциональные особенности, например, расставлять логические и смысловые акценты, как в следующем тексте:

(2) Люди! Кто мы?

Для врачей мы больные, Для продавцов мы покупатели, Для директоров мы рабочие, Для милиционеров мы водители, Для следователя - подозреваемые, а для вебмастера МЫ вообще ТРАФИК...

Современный человек, привыкший к письменной речи, широко использует её приемы для смысловых акцентов. Эти акценты напрямую выдают современного «человека говорящего», настроенного на присвоение описываемому субъекту кратких ярлыков-характеристик.

Помимо отмеченного графического нюанса важно подчеркнуть и другие аспекты данного текста. Обращает на себя внимание первая фраза, или, используя терминологию лингвистики текста, абсолютное начало текста. Здесь в этой функции выступает фраза, формально относящаяся к авторской речи, но используемая в виде реплики диалога, адресованного некоему реципиенту, с которым автор полностью идентифицирует и себя. Нельзя не заметить, что все ответы, предшествующие последнему (для вебмастера МЫ вообще ТРАФИК...) были введены только для того, чтобы создать для него достаточную информативную базу, на фоне которой эта последняя реплика приобретает совершенно особое звучание и без которой её информационная значимость сильно занижается (представим себе такую редуцированную форму текста: *(Люди! Кто мы? ... для вебмастера МЫ вообще ТРАФИК...)*). Этот приём, основанный на особом комбинировании языковых средств, с полным правом можно квалифицировать как создание юмористического эффекта текста за счет введения в него слоя суперлинейной информации. Эта информация не улавливается реципиентом как основная, а иногда и вовсе им не воспринимается, но, тем не менее, она в полной мере осуществляет свой прагматический эффект.

Говоря о прагматике текста анекдота, важно подчеркнуть и такой текстопостроительный приём, как оперирование разными регистрами речи, под которыми будем понимать воспроизведение речевой стилистики какого-либо персонажа, экономно, но ярко изображающую его сущность. Сюда же причислим и графоны как элемент графической информации, например,

(3) Захожу я значит в магазин сигарет прикупить, и думаю приколоться над продавщицей (девчонка лет 20-23), и говорю:

- Дайте пожалуйста WINDOWS (типа сигареты винстон)

Далее у продавщицы по глазам читаю обработку запроса подключение к базе данных, поиск товара, выдача ответного запроса:

- Вам Висту (красные), ХР(синие), или Home Edition(серые)?

- ХР пожалуйста

и она дает Winston синие?

Вопрос: кто над кем прикольнолся?

Следует отметить и особую склонность современного текстопостроения анекдота к включению в него обильных доз фоновой информации, без которой юмористический эффект теряется, например,

(4) Вчера увидел новую надпись в маршрутке:

"Уважаемые пассажиры!!!

Просьба не отвлекать водителя.

МОЛИТЕСЬ МОЛЧА!!!"

В данном случае в юмористическом тоне обыгрывается общеизвестное знание повышенной аварийности маршруток. Графическая информация последней фразы усиливает юмористический эффект.

(5) *Devant le juge des divorces, un homme plaide que sa femme s'est toujours refusée à lui préparer le moindre repas, en se contentant d'acheter des plats tout prêts chez un traiteur.*

- *Pour en avoir la preuve, suggère le mari, voici ce que je vous suggère : quand j'ai aménagé notre appartement, j'avais installé, dans la cuisine, une gazinière avec quatre plaques électriques. Demandez donc à ma femme ce qu'elle en pense ?*

Interrogée, l'épouse répond :

- *Ah ! La chaîne avec quatre lecteurs de CD. Mais elle n'a jamais marché !*

[*резюме: Мужчина разводится с женой, которая не хочет для него готовить, несмотря на то, что он купил плиту с четырьмя электрическими конфорками. Жена, однако, думала, что это CD проигрыватель, который не работает*].

Только зная о высокой аварийности маршруток, и то, как выглядит проигрыватель дисков, можно понять смысл анекдотов (4) и (5), равно, как и представляя себе феномен ДОМ-2! в примере (6) . Оба русских текста, между тем, отмечены особой фатикой, хотя неясно, почему в первом случае русский текст использует глагол в мужском роде «увидел», а во втором - в женском «побывала».

(6) Побывала недавно в провинциальном краеведческом музее. В одном из залов - макет поселения древних людей.

Вылитый ДОМ-2! Тут тебе и VIP-землянки, и лобное место с костром... На территории этого поселения были найдены черепа древних почти обезьяноподобных (особенно по интеллекту) людей. Ну, точно, копия ДОМа-2!

Что касается смены регистров речи, то необходимо заметить, что опора на них при текстопостроении анекдота невольно провоцирует его удлинение, чтобы в полной мере реализовать эффект от реплик персонажей, которые должны иметь достаточную для этого продолжительность. Все анекдоты такого типа строятся в диалоговой форме, и два отмеченных признака (диалог и смена речевых регистров) оказываются неразрывно связанными, например,

(7) Papa, papa! Va vite chercher un pansement, je pisse le sang! ai-je hurlé en tendant mon doigt blessé.

- Je te prie de bien vouloir t'exprimer correctement, a répondu mon père sans même lever le nez de son livre.
- Très cher père, ai-je corrigé, je me suis entaillé le pouce et le sang s'écoule abondamment de la plaie.
- Voilà un exposé des faits clair et précis, a déclaré papa.
- Mais grouille-toi, ça fait vachement mal ! ai-je lâché, n'y tenant plus.
- Luc, je ne comprends pas ce langage, a répliqué papa, insensible.
- La douleur est intolérable, ai-je traduit, je te serais donc extrêmement reconnaissant de bien vouloir m'accorder sans délai les soins nécessaires.
- Ah, voilà qui est mieux, a commenté papa, satisfait. Examinons d'un peu plus près cette égratignure....
- Mais t'es cinglé, ou quoi ? a-t-il hurlé, furieux. Veux-tu f... le camp, tu pisse le sang ! Tu as dégueulassé la moquette ! File à la salle de bains et dém...-toi ! Je ne veux pas voir cette boucherie !.....

[перевод: Папа! Папа! Найди скорее повязку! Я истекаю кровью! Выл я, показывая раненный палец. - Я попрошу тебя выражаться правильно: ответил отец, не переставая читать. - Дорогой мой отец, поправил я себя, я поранил палец, и кровь сильно течет. - Вот это правильное и ясное представление дела, ответил отец.- Да поторопись же, черт побери, очень больно, не выдержал я.

-Люк, я не понимаю твой язык, ответил отец. - Боль невыносимая перевел я, я тебе буду крайне признателен, если ты мне окажешь необходимую помощь. - Так-то лучше, давай, осмотрим твою царапину, ответил отец. -Что это такое! Да у тебя кровь течет! Завыл отец, ты испаганишь весь ковер! Марш в ванну! Не хочу смотреть на это мясо!].

Несколько неожиданным в этом случае оказывается повествование от первого лица, невольно придающего подлинность изображаемому событию.

В отдельных случаях юмористический эффект строится именно на смене регистров, сопровождаемой соответствием произносимой реплики произносящему её лицу сохраняется, например,

(8) После экзамена. Студент – друзьям:

- Ну и козел наш препод! Я ему билет, как орех, щелкнул, а он, гад, дополнительными вопросами долбать стал! Он – вопрос, я – ответ. Задолбал! И все равно тройка поставил.

Профессор – преподавателям:

- Ну и дуб мне сегодня привалил. По билету – ни в зуб ногой, чушь какую-то несусветную нес. Тянул-тянул его наводящими вопросами, еле на троечку вытянул....

Важную роль приобретает в письменном тексте анекдота своеобразная интродуктивная реплика, имеющая специфическое построение, не встречающееся более ни в одном жанровом построении, например, в вышеприведенном тексте: *После экзамена. Студент – друзьям*. А также в другом примере, например,

(9) *Une dame dit à son mari, en reposant le téléphone :...*

– C’était mon amie Nathalie. Elle t’a vu, hier, sortir d’un hotel au bras d’une superbe blonde. Mais qui n’écoute qu’une cloche n’entend qu’un son. Alors, je te donne deux minutes pour te justifier...

[*резюме*: **Одна дама говорит своему мужу по телефону** ...что ее подруга Натали видела его вчера, выходящего из отеля, под руку с шикарной блондинкой и что она дает ему две минуты, чтобы оправдаться....].

Приведенный анекдот и анекдот о порезанном пальце похожи тем, что строят юмористический эффект на факте обманутого ожидания (вместо скандала две минуты на оправдание; жесткий ответ отца, беспокоящегося о ковре) и в силу неожиданного для русскоязычного реципиента финала не в полной мере могут быть восприняты им как юмористические построения.

Отдельные тексты анекдотов усиливают юмористический эффект только благодаря своей форме, которая может иметь вид одного-единственного предложения, например,

(10) Как бы так поддержать отечественного производителя, чтобы при этом ничего у него не покупать?

(11) A Marseille? Pour qu’ils mouillent le maillot, il faudrait qu’il pleuve !!!

[*перевод*: В Марселе? Чтобы намочили купальники, надо, что бы пошел дождь!!!].

В анекдоте выменивается то, что марсельцы, живя около моря, в море не купаются.

Подобные структурные формы в равной мере освоены как русским, так и французским анекдотом.

Таким образом, следует отметить тот факт, что юмористический потенциал текста анекдота самым непосредственным образом зависит от его формы и от комбинации языковых средств, позволяющих внедрять в текст особый слой информации, именуемой суперлинейной. Роль и значимость этого вида информации в тексте анекдота намного весомее, чем в других типах текста, что может свидетельствовать об особой склонности «человека говорящего» в письменной подаче анекдота реципиенту находить в ней

источник компактного выражения информации, весьма существенный при небольшом текстовом объеме анекдота.

2.2 Явление креолизации в письменном тексте анекдота

Развитие средств массовой коммуникации в современном обществе привело к возникновению новых текстовых форм, расширивших возможности юмористического дискурса. Тот факт, что текст анекдота обрел устойчивую письменную форму, стал причиной освоения им новых языковых средств создания юмористического эффекта.

Примечательно, что графика, которая была учтена уже в предшествующем параграфе, находит в печатном (и особенно в интернетовском) тексте анекдота самую широкую сферу применения. Конкретизируя соотношение двух признаков (языковой - графический), сошлёмся на авторитет И.А. Бодуэна де Куртенэ.

Известно, что многие лингвисты считают текстом только письменный текст, однако графика при этом в расчет не принимается. Она, безусловно, предполагается, но не рассматривается, и её текстовые свойства (в частности, участие в продуцировании текстовой информации) остаются вне поля зрения. Более или менее определенно графические характеристики учтены для поэтического текста. Лингвисты, изучающие поэтический текст отмечают, что уже сама письменная форма сигнализирует читателю, что это текст особого рода - «это стихотворение» [Анисимова, 2003: 11].

Изучение текстовой графики восходит к И.А. Бодуэну де Куртенэ, который первым в мировой лингвистике провел отчетливую грань между «произносительно-слуховой и писанно-зрительной» формой речевой деятельности, а также убедительно объяснил взаимосвязь между ними [Киров, 1989: 209]. Как замечает Е.Ф. Киров, мысли, высказанные Бодуэном,

настолько точны и бесспорны, что создается впечатление, как будто в этой области уже невозможно сказать что-то новое. Тем не менее, костяк общей теории письма, созданный Бодуэном, обрастал частностями, хотя в своей основе остался незыблемым. Стало очевидно, что при очень хорошей степени владения языком могут возникать прямые связи между значением слова и его графическим экспонентом, хотя онтологически такая связь возможна только через ступень графемно-фонемных ассоциаций [Чернявская, 2009: 194].

Если вернуться к терминологии И.А. Бодуэна де Куртенэ, а именно к «произносительно-слуховой и писанно-зрительной» формам речевой деятельности, то нельзя не вспомнить о дискурсивной природе анекдота. Актуализация соотношения дискурс/текст в несколько неожиданном ракурсе проявляется в креолизованных текстах, при этом «писанно-зрительный» компонент отличается множеством проявлений, плавно переходя от собственно иконического блока (картинка, изображение) к разного рода графике. Признается, что в текстах научных, особенно научно-технических формулы, символические изображения, графики, таблицы, технические рисунки, геометрические фигуры и другие изобразительные элементы являются смысловыми компонентами текста, передающими основное содержание текста [Валгина, 2003]. Роль аналогичных изобразительных средств, к которым прибегает «человек говорящий» в анекдоте, нуждается в детальном рассмотрении.

Особого внимания заслуживают графические символы, стоящие на полпути между буквой и изображением. Их наличие в тексте дает все основания признать таковой текст креолизованным, приняв к сведению то, что понятие креолизации в равной мере приложимо и к собственно языковым явлениям. В частности, креолизацией в лингвистике называют образование смешанного языка (по лексике и грамматике) в результате взаимодействия двух или более языков, функционирующих на данной территории [Ефремова, 2000].

Широкое понимание креолизованного текста, которое обосновывается в настоящем параграфе, предполагает протекающее в разной форме внедрение иконических элементов в вербальную ткань текста, которая в конечном итоге поглощает и ассимилирует их, так что на выходе процесс становится полностью языковым. В приложении к тексту анекдота все перечисленные этапы выстраиваются в следующей последовательности: вербальная часть текста в сочетании с чисто иконической частью (картинкой), вербальная часть с внедрением в неё символов (а также символических построений из бессмысленной комбинации букв) и вербальная часть, смешивающая разные жанровые формы текста и проявляющая себя в итоге уже в новом качестве как креолизованный текстовый продукт, обладающий собственной прагматической и информативной значимостью.

Если два первых этапа задействуют средства разных семиотических систем, то последний этап следует квалифицировать как чисто языковой, поскольку жанровые формы текста представляют собой явления лингвистического порядка. Подобная трактовка креолизованного текста, по сути дела, не противоречит его общепринятому пониманию, поскольку признается, что основная сущность креолизованных текстов заключается в их текстовой смешанности, неоднородности, гетерогенности, прослеживаемой и на уровне содержания, и на уровне формы [Вишневский, 1979: 83].

Что касается текста анекдота, то он в современных публикациях принимает самые разнообразные формы, такие как объявления, реклама, SMS сообщения, письма, инструкции (управление автомобилем, пользование компьютером), рецепты, выписки из приказа и т.д. По сути дела, каждая из таких форм, воплощаемая на ниве юмористического дискурса, становится носителем соответствующего блока юмористической информации, которой фактически принадлежит приоритет в создании юмористического эффекта. Помимо анекдота подобный информационный симбиоз едва ли возможен в

других жанрах текста, во всяком случае, в таком широком диапазоне встречаемости. Речь, в сущности, может идти о целом направлении текстового творчества в стиле анекдота. В соответствии со своими новыми графическими возможностями анекдот освоил и информативные ресурсы перечисленных форм (шрифты, цифры, символы, рисунки, цветные картинки и т.д.), способствовавших расширению его семиотического диапазона. С другой стороны, нельзя не отметить в этом процессе переход текста анекдота в разряд креолизованного текста.

Процессы креолизации, уже достаточно заметно затронувшие самые разные типы текстов, имеют своим истоком стремительный рост визуальной информации в современной коммуникации, который в свою очередь породил небывалый интерес языковедов к паралингвистическим, т.е. невербальным, средствам, сопровождающим письменную речь, в частности к графическому оформлению текста [Костецкий, 1979: 5]. Естественно предположить, что каждый тип текста осваивает процессы креолизации в соответствии с собственной спецификой. В этой связи весьма примечательным кажется тот факт, что содержательный (а точнее, юмористический) потенциал текста анекдота самым непосредственным образом зависит от формы его письменного представления. Под формой в данном случае понимается не только фактор, полностью лингвистический в своей основе (а именно наличие заголовка, диалоговая или монологическая презентация текста, включение риторических вопросов в абсолютное начало текста, смешение разных регистров речи и т.д.), но также и спайка перечисленных моментов с новыми графическо-письменными презентациями анекдота. Последние, являя собой разнообразные паралингвистические средства, приобретают особую значимость как носители соответствующей информации, поскольку оказываются своеобразной упаковкой текстового содержания. Без обращения к ним становится невозможным его декодирование и интерпретация, например:

(1) Я у себя на даче ничего не сажаю кроме печени....

(2) Ah, vous tombez bien! C'est à vous, entrez! [*перевод*: А, вы удачно упали! Заходите!].

Смысл анекдота (1) становится понятным только с сопровождающей его картинкой, где мужчина сидит на плетеном стуле и пьет из бутылки, при этом вокруг него уже валяются пустые бутылки. В устной передаче смысл фразы *сажать на даче* настолько сильно осложняется тематической доминантой работ на даче, что сильно затормаживает для восприятия юмористический эффект, создаваемый разговорной фразой *сажать печень*.

Что касается анекдота (2) то юмористический эффект достигается здесь исключительно при наличии изображения, где доктор в обход пожилым дамам, пришедшим к нему на прием, пропускает без очереди молодую девушку, которая только что вошла.

Картинки, сопровождаемые юмористическими надписями, встречались в разнообразных печатных изданиях и раньше, но они не назывались анекдотами. Теперь же подобные тексты печатаются в газетах, в журналах и даже в отдельных сборниках под заголовком «Анекдоты». Здесь вполне правомерно говорить о расширении жанрового диапазона анекдота в современных условиях, об ассимиляции им новых средств репрезентации текстового содержания. «Человек говорящий», таким образом, активно к ним апеллирует, уже не представляя себе построение юмористического эффекта без их помощи.

Немаловажным для письменного текста анекдота является и шрифт, который начинает имитировать соответствующую функцию шрифта в обычных объявлениях, например:

(3) ТРЕБУЮТСЯ МОЛОДЫЕ КРАСИВЫЕ ДЕВУШКИ НА ВАКАНСИЮ ПЕРЕВОДЧИКА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. Знание английского языка желательно.

(4) Vu cette publicité dans une parfumerie :
 AVANT DE RAJEUNIR DE VINGT ANS
 VOTRE VISAGE AVEC LA CRÈME BEAUTOX,

APPRENEZ LE JUDO POUR TENIR À
DISTANCE VOS FUTURS ADMIRATEURS.

[перевод: Объявление в парфюмерном магазине: Прежде чем молодеть на двадцать лет с кремом для лица с ботексом, обучитесь дзюдо, чтобы отбиваться от будущих поклонников].

(5) Annonce en vitrine:

LES CHIENS SONT LES BIENVENUS
AVEC LEURS MAÎTRES (tenus en laisse)

[перевод: Объявление на витрине: Собаки желанные гости, но только с хозяевами на поводке].

В анекдотах (3), (4) и (5) шрифт, помимо аттрактивной функции, где величина букв, применение разных гарнитур привлекают внимание читателя, имеет также сатирическую функцию, участвуя в создании юмористического эффекта.

Особенно наглядно роль графических элементов прослеживается в анекдоте (6). Юмористический эффект достигается здесь заменой буквы С на знак денежной единицы США, а также изменением шрифта. Юмористический смысл завуалирован и становится понятным только при визуальном восприятии. Без визуальной опоры анекдот воспринимается как обычное письмо и даже вызывает сочувствие к его автору – студенту. Графический знак участвует в продуцировании важного текстового компонента – подтекста, который и создает юмористический эффект:

(6) Студент пишет письмо отцу:

«Дорогой папа!

\$пешу \$ообщить вам, что у меня в\$е хорошо. Я учус\$ь нормально. Правда мне не \$овсем легко. \$ этой учебой, я \$овершенно не могу думать ни о чем другом. Пожалу\$ста, вышли мне \$рочную телеграмму. Я буду \$частлив получить от тебя ве\$точку. Твой \$ын.

Вскоре пришло письмо от папаши:

«Сынок. Понимаю твое НЕТерпение. НЕТрудись слишком сильно, а то будешь совсем НЕТрудоспособным. Если стаНЕТ совсем тяжело, пиши еще, если НЕТрудно. Я всегда помогу тебе советом. Папа».

Другим доказательством того, что анекдот приобрел статус письменного (креолизованного) текста, является наличие набора трудно выговариваемых слов, часто не имеющих никакого смысла или же связанных с определенной областью науки либо какой-то сферой деятельности. Наглядными примером являются анекдоты (7) и (8). Такие анекдоты можно только прочитать, но не пересказать или запомнить.

(7) - У вас дефект речи? Вы заикаетесь? Не выговариваете букву «р»? Новое средство! Иммунооцелистонатрийхлорогидрокарбрион! Спрашивайте в аптеках города!

(8) Un Polonais, établis en France, a ouvert une pâtisserie dans laquelle il propose un gâteau de son pays, le mzytigloufskichnowviski. Un client, alléché, entre dans la boutique et demande, avec difficulté :

-Je voudrais un mzyti....gloufski....chnows.....wiski..... à la fraise.

- Articulez, lui dit le pâtissier. Je n'ai rien compris. Votre mzytigloufskichnowviski, vous le voulez à quel parfum ?

[резюме: Поляк, проживающий во Франции, открыл кондитерскую, в которой предлагает пирожные своей страны с трудным названием...].

Нельзя не заметить, что итогом креолизации текстового пространства анекдота стало увеличение его информативного потенциала, особенно заметного по сравнению с устной формой его существования в прежние эпохи. Говоря о новой (письменной, печатной и особо подчеркнем – креолизованной) форме существования анекдота, следует отнести её на счет коммуникативных свойств юмористического дискурса и, в частности, анекдота. Соглашаясь с А.В. Олянич, отметим, что особым состоянием сегодняшней коммуникации является ее массовость [Олянич 2007: 9]. Анекдот вполне вписывается в массовую коммуникацию, имеющую конкретную нишу в структуре современного социума. Именно этим и

объясняется развитие письменной формы анекдота, тиражируемой средствами полиграфии. «Человек говорящий» легко освоился в новой нише массовой коммуникации, результатом чего стали новые формы семиотически разноплановых форм текста анекдота.

2.3 Эволюция жанровой формы анекдота в аспекте его текстовых свойств

Согласно некоторым определениям, анекдот квалифицируется как очень маленький рассказ с забавным, смешным содержанием и неожиданным острым концом, обычно передаваемый из уст в уста [Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ozhegov-online.ru>]. Из этого определения следует, что обычной формой его существования является устная форма. Акцент на устную форму бытования анекдота делается и при попытке обнаружить его исторические корни. При этом отмечают, что судить о времени появления первых анекдотов сложно, так как это жанр, в первую очередь, устного творчества [Там же]. Прокомментировав письменную форму анекдота, сосредоточимся на его малом объеме.

В ходе исторического развития анекдот изменил некоторые стороны своей жанровой формы, а его информативный потенциал стал шире и разнообразнее. Анекдот уже не всегда можно квалифицировать как *короткую смешную историю*. Не переставая быть смешной, она может значительно увеличиваться в объеме, воспроизводя какую-либо иную текстовую форму. Приводимый ниже пример иллюстрирует форму электронного письма в контексте всей переписки:

(1) From: Юлия

Sent: Monday, March 13, 2006 12:01 PM

To: Василий

Subject: Я тебя ненавижу.

Добрый день, Василий.

Я вынуждена сообщить тебе, что ты сволочь и эгоист.

Как ты мог? И где ты вчера шлялся?!

С уважением,

Юлия

P.S. Купи хлеба: белого и чёрного.

From: Василий

Sent: Monday, March 13, 2006 12:10 PM

To: Юлия

Subject: RE: Я тебя ненавижу.

Уважаемая Юлия!

Да ты охренела?! Я с ребятами сидел, пил пиво.

С наилучшими пожеланиями,

Василий

P.S. Не смогу.

From: Юлия

Добрый день, Василий.

Василий, ты хам. Нинка из бухгалтерии всё видела.

Ты ничтожество, я тебя больше не люблю.

С уважением,

Юлия

P.S. Почему не сможешь?

From: Василий Барыго

Уважаемая Юлия!

Извини, Пупсик. Однако Нинка твоя слепая, как моя троюродная прабабка в девяносто пяти годах. Сидел с ребятами, клянусь моим сноубордом.

Больше не буду.

С наилучшими пожеланиями,

Василий

P.S. А чо я-то всё?

From: Юлия

Добрый день, Василий.

Возможно, Нина слегка близорука, но не настолько, чтоб не увидеть у твоих ребят бюста третьего размера и сапог Pollini за 900, между прочим, долларов. Кстати, я так и не дождалась подарка на 8-е марта.

С уважением,

Юлия

P.S. Собирай манатки и отваливай.

From: Василий

Уважаемая Юлия!

Малыш, зачем так горячиться? Ниночка немного ошиблась. Во-первых, у Светы второй размер, во-вторых, она страшная и мой секретарь, в-третьих, где купить твои Pollini?

С наилучшими пожеланиями,

Василий

P.S. Куплю хлебушек и тортик. Я тебя люблю.

From: Юлия

Добрый день, Василий.

ГУМ, 2-я линия, 2-й этаж. Передай секретарше, что в следующей раз я плюну ей в декольте. Прямо во второй размер!

С уважением,

Юлия

P.S. И конфеточек.

Спецификой такого рода анекдотов является то, что их совершенно невозможно транспонировать в устную форму передачи хотя бы по той причине, что в тексте приведены данные, воспроизводящие характер электронной переписки, например, From: Юлия Sent: Monday, March 13, 2006 12:01 PM To: Василий. При этом такого рода данные позволяют читателю высчитать диапазон времени, в котором общались абоненты (From: Василий

Sent: Monday, March 13, 2006 12:10 PM To: Юлия Subject: RE). Фактически здесь речь может идти о новой форме текстового хронотопа, актуализовавшегося именно в формате письменного анекдота. Помимо своеобразной реализации хронотопа, в такой презентации анекдота читателю достаточно своеобразно проявляет себя подтекст. Здесь для него выведена отдельная ниша, которая манифестируется постскриптумом (P.S.). Именно постскриптум и рождает юмористический эффект, лишь слегка поддерживаемый темой основной части электронного письма.

Подобные текстовые находки, обнаруживаемые в письменных текстах современных анекдотов, не могут не свидетельствовать об изменении жанровой формы традиционного устного анекдота. Весьма примечательным оказывается и тот факт, что содержательный (а точнее, юмористический) потенциал текста анекдота самым непосредственным образом зависит от формы его письменного представления.

Помимо отмеченных графических приёмов, современный письменный текст анекдота адаптировал также формы различных письменных текстовых построений. В этом чисто лингвистическом проявлении, тем не менее, содержится ослабленный блок семиотической информации, поскольку реципиент всегда зрительно представляет такие внеязыковые объекты, как письмо, объявление, газетная статья и т.д.

В дополнение к приведенным выше примерам объявлений, содержащих шрифтовое разнообразие, можно привести ещё ряд текстов, отличающихся заметной краткостью, которая для их построения является главным условием, поскольку она имитирует сжатость и компактность текста объявления. Надо заметить также, что знание реципиентом такой текстовой формы, как объявление, обязательно, но оно относится к сфере фоновой информации. Именно она и формируют основной участок юмористической информации, как, например, в следующих текстах анекдотов, облеченных в форму объявления, новостей и т.д.:

(2) Форма «объявление»:

а) Отделение милиции № 2 предлагает новую услугу населению – почечный массаж;

б) Опытные тимуровцы полиют огород, вынесут мусор и сходят в магазин за право пользоваться квартирой.

(3) Форма - «Новости»

Из спортивных новостей:

Вчера в Москве на международных соревнованиях по автогонкам «Формулы – 1» первой случайно пришла оказавшаяся на трассе маршрутка № 7.

(4) Форма - Выдержка из газетной статьи:

Япония заявила о том, что намерена получить обратно Курильские острова уже в следующем году. Как стало известно из неофициальных источников, близких к МИДу, главным переговорщиком по данному вопросу со стороны России будет футболист Вадим Евсеев.

Примечательной стороной таких текстов является имитация стилевых признаков того или иного стилистического регистра речи, используемых в анекдоте с явным намерением произвести юмористический эффект. При этом в таких текстовых построениях невольно проступает высокий уровень их авторства, которое, хотя и не может быть установлено в плане конкретной личности, тем не менее, указывает на её высокий интеллектуальный и социальный уровень. «Человек говорящий», таким образом, оставляет определенный след в текстотворчестве, хотя бы в выборе темы.

В подобных текстах анекдотов можно отметить и чисто лингвистические основы текстопостроения, когда форма текстового построения сочетается с обыгрыванием полисемантических или паронимических характеристик лексики, например:

(5) Форма - «Реклама»:

Сеть магазинов «перекресток» - перекрестись и покупай!

(6) Форма - «Письмо»:

«Сынок, как тебя посадили, не знаю, что мне делать, по хозяйству не справляюсь, огород не вскопан, картошка не посажена....»

Ответ:

«Мама, в огороде не копай, а то такого накопаешь – и тебя посадят, и мне срок добавят!».

Нельзя не указать также на обыгрывание полисемии ключевых глаголов «копать», «сажать», по-особому раскрывших свой юмористический потенциал именно в формате жанровой формы письма.

Следует отметить, что форма «письмо» достаточно активно используется в письменных текстах анекдотов, при этом заголовок *Письмо* становится обязательным элементом текста, например,

(7) La lettre :

« Cher monsieur. Le manuscrit de votre oeuvre « à la recherche du temps à perdre » n'a pas été retenu pour publication. Nous nous ferons un plaisir de vous le renvoyer dès réception d'un chèque de cent huit euros correspondant à huit euros pour les frais de port et cent euros de dommages et intérêts pour avoir infligé à l'un de nos collaborateurs la covrée de lire une telle ânerie ». Письмо. Дорогой господин. [резюме: Рукопись вашего произведения была отклонена редколлегией. Мы с удовольствием вышлем вам ее, как только получим чек на сто восемь евро. Восемь евро на расходы и сто евро одной из наших коллег за то, что заставили ее читать такую чушь].

Степень обыгрывания устойчивых стилевых признаков бывает настолько высокой, что практически весь текст анекдотов воспринимается как комбинирование словосочетаний, уже запомнившихся по причине их постоянного употребления в рекламе. В следующем примере, к тому же можно отметить контаминацию двух стилевых моментов, а именно текста жанра «реклама» и обращения, практикуемого разного рода неимущими людьми на улице, например:

(8) Форма – Обращение + Реклама:

Добрые люди! Извините, что к вам обращаемся! Мои дети только что поели, а зубная щетка недоступна.... Подайте, пожалуйста, на «Дирол» или «Орбит без сахара»! Не дайте детям умереть от кариеса!

В современном письменном анекдоте встречается традиционное высмеивание каких-либо качеств человека, например, глупости или женской привычки прихорашиваться. Текст при этом также облекается в одну из форм того или иного функционального стиля или его разновидности, например:

(9) Форма - SMS-сообщение:

а) Санек, я сегодня к тебе не приду, я буду бухать, некому будет приходить

б) Un espion reçoit ce SMS :

« Surveillez attentivement centrale nucléaire Vache folle. Risque d'explosion. »

À un de ses collègues, il explique :

- Ça, c'est un message secret de ma femme, dans le code que nous avons mis au point pour tromper la DTS. Elle me signale qu'elle a mis à mijoter un bon boeuf bourguignon dans sa Cocotte-minute et elle me demande de baisser le gaz, quand je rentrerai, pour éviter que ça brûle.

[резюме: Шпион получает SMS: «Следи внимательно за ядерным центром. Бешеная корова. Риск - взрыва». Шпион говорит одному из коллег, что это секретный код жены, которая сообщает, что поставила варить мясо, и чтобы он вовремя убавил газ].

(10) Форма - Инструкция:

(а) Инструкция управления автомобилем для женщин:

Сесть в машину, посмотреть на себя в зеркало, завести двигатель, посмотреть на себя в зеркало, включить передачу, включить поворотник, включить дворники, включить поворотник, поправить прическу, включить печку, включить правый поворотник и включить левый поворотник, посмотреть в боковое зеркало, поправить прическу, тронуться, снять с ручника, посмотреть на себя в зеркало, завести двигатель, тронуться, выключить заднюю передачу и включить первую, посмотреть на себя в

зеркало, резко увернуться от стоящей машины, вырулить на дорогу, свысока посмотреть на затормозившую юзом машину слева, поправить прическу.....

(б) Инструкция по использованию компьютера:

Dans le manuel d'utilisation d'un ordinateur: « Si cet appareil se plante alors que vous vous apprêtiez à envoyer un mail très important, voici une recette de grand-mère qui peut vous dépanner : procurez-vous une feuille de papier blanc et un crayon à bille. Après avoir écrit le texte de votre mail sur la feuille de papier, plier celle-ci en quatre et glissez-le dans une enveloppe..... »

[резюме: Если компьютер сел, а вам надо отправить письмо, то возьмите белый лист бумаги и карандаш.....].

В следующем анекдоте (с) водитель такси получает инструкции от «навигатора», популярного устройства, используемого водителями транспортного средства. Юмористический эффект анекдота содержится в последней части, где водитель получает указания не только куда завернуть, но и где отдохнуть и что выпить.

(с) Un chauffeur de taxi a fait équiper sa Mercedes d'un guidage par GPS. Désormais, il lui suffit de taper, sur un écran, son lieu de destination pour avoir sous les yeux le plan des routes à suivre, tandis qu'une voix féminine, enregistrée sur ordinateur, lui indique toutes les manoeuvres à effectuer :

- Dans 300 mètres, léger virage à gauche. En ligne droite pendant un kilomètre..... Bouchon signalé..... Au prochain carrefour, abandonnez l'itinéraire initialement prévu..... Prenez la première à droite au rond-point.... Vous avez l'air un peu fatigué..... Arrêtez-vous deux minutes devant ce bar pour boire un café..... Un café et pas un whisky, hein ? Je vous surveille !

[резюме: Водитель такси установил в своей машине навигатор и стоит ему нажать на экран, как он прокладывает маршрут, и ему говорит, куда надо ехать и что делать. И даже то, что ему надо отдохнуть и выпить кофе, а не виски].

Обыгрывание различных текстовых форм и формирование на этом явлении главного участка юмористического эффекта стало заметной

тенденцией в современном анекдоте. Можно привести ещё несколько примеров такого рода, поражающих тем, как широко привлекаются анекдотом краткие формы разнообразных жанров текста, например:

(11) Форма - Рецепт из поваренной книги:

Бутерброд с маслом. Ингредиенты: хлеб белый (1 батон), масло сливочное (200г.). Хлеб нарезать ровными кусочками толщиной 10-12 мм, и намазать маслом. Блюдо подавать в свежем виде, украсив черной и красной икрой.

(12) Форма - Запись на автоответчике:

«Здравствуйте. С вами разговаривает автоответчик. Если у вас плохая новость, говорите прямо сейчас; если хорошая, то дождитесь звукового сигнала».

(13) Форма – Выписка из приказа:

«В дополнение к термину «вероятный противник» ввести в обращение термины «возможно, союзник», «видимо, предатель» и «партизан, если не испугается».

В заключение этого параграфа следует подчеркнуть следующий момент. Современный текст анекдота обнаруживает заметное усложнение своей антропоцентрической парадигмы. «Человек говорящий» невольно воспринимается как индикатор существующих в современном социуме многообразных форм письменно-печатной коммуникации, удачно освоенных им при создании текстов анекдотов. Внушительное количество последних свидетельствует о рождении своего рода юмористического поджанра в границах анекдота, предполагающего знание продуцентом и реципиентом многих фоновых явлений, связанных с письменной формой других типов текста. По сравнению с прошлыми эпохами у анекдота устойчиво обозначился новый тип реципиента – читатель. С другой стороны, письменная форма презентации анекдота, публикуемого множеством изданий самого разного рода, невольно свидетельствует об увеличении круга его потребителей, о некоторых изменениях в общественном сознании, обусловивших такое увеличение. В этом процессе заметна роль фоновой

информации, которую активно привлекает «человек говорящий» и которая, в свою очередь, являясь принадлежностью самых разных форм современной письменной и устной коммуникации, становится частью юмористического дискурса.

2.4 Интродуктивная реплика в тексте анекдота как особенность конструирования его информативной структуры

В многочисленных исследованиях текста анекдота нераскрытым остается момент, касающийся особенностей его построения, рассмотренных с позиции лингвистики текста. В этом смысле самым существенным аспектом окажется освещение некоторых текстопостоятельных зон, квалифицированных лингвистикой текста в статусе обязательных текстовых позиций, среди которых главное внимание следует уделить текстовому началу. Текстовое начало считается сильной позицией текста, которая достаточно подробно проанализирована в приложении к художественному тексту. В этом случае текстовым началом считается первый абзац. Учитывая, что текст анекдота обрел развитую письменную форму, к нему также можно применить аналогические мерки выделения текстового начала. Первое, что обращает на себя внимание в данном случае, это специфическая форма текстового выражения информации, носящий вид интродуктивной реплики. Интродуктивная реплика представляет собой мощный конденсатор информации, который фактически в состоянии заменить первый абзац художественного текста. Более того, интродуктивная реплика, по сути, является ключом к концептуальной структуре текста анекдота, так как представляет собой мощный конденсатор информации, содержащий, хотя и дозированную информацию, но, тем не менее, помогающий читателю или слушателю сориентироваться на соответствующую комическую ситуацию.

Следует отметить, что интродуктивная реплика находится под влиянием двух моментов: сложившихся моделей текстопостроения анекдота и структурных особенностей языка. Можно выделить различные структурно-

семантические типы интродуктивных реплик. Одна из них представляет собой скомпрессированную диалогическую структуру, которая в наибольшей степени подвержена влиянию структурно-семантических особенностей языка. В русском анекдоте это могут быть варианты типа **жена мужу, пациент врачу, астролог королю, учительница ученику, один приятель другому, Вовочка – отцу и т.д.** Примечательно, что в русском тексте подобные диалогические структуры могут свободно обходиться без предикации, что не характерно для французского языка, где предикация через глагол **dire** является обязательным компонентом подобных структур, например: **une dame dit à son mari** (дама говорит своему мужу), **un homme dit à sa femme** (муж говорит своей жене), **une dame dit à la caissière** (дама говорит кассиру) и т. д. Причины этого явления чисто языковые, поскольку во французском языке нет падежной системы, и предикат в составе данной конструкции просто необходим. Константным компонентом текстопостроительной структуры анекдота является в этом случае текст диалога, непосредственно примыкающего к интродуктивной реплике, например:

(1) Жена мужу:

- Дорогой, ну зачем же ты купил нашему мальчику небьющуюся игрушку?
- А что такое?
- Он же ею перебил все окна и посуду!

(2) Придворный астролог королю:

- Ваше величество, звезды говорят, что королева умрет завтра!

И точно: назавтра королева отбросила коньки.

Злой как собака король вызывает астролога и, поигрывая, мечом, спрашивает:

- А скажи мне, любезнейший, что говорят звезды о твоей кончине?

Астролог:

- Не знаю, Ваше Величество, но они говорят, что король умрет через три дня после моей кончины!...

Как уже было отмечено, французская интродуктивная реплика всегда содержит вербализованный компонент предикации, выражаемой через глагол **dire**, употребляемый исключительно в форме настоящего времени, например:

(3) Une épouse excédée dit à son ivrogne de mari:

- Connais-tu la différence entre la Lune et toi?

- Ben non, je vois pas!

- La Lune est un astre et toi un désastre !

- Pourquoi me dis-tu cela ?

- Parce que la Lune est pleine tous les mois, mais toi c'est tous les soirs.

[резюме: Жена в отчаянии говорит своему мужу, что разница между ним и луной состоит в том, что луна полной бывает раз в месяц, а он каждый вечер].

В приведенном тексте противопоставляются два субъекта с такими семантическими составляющими как «луна полная» и «человек пьяный (полный, накачанный алкоголем)», ситуационная связь между ними актуализируется при помощи прилагательного «полный», который употребляется в прямом и переносном значении и игрой слов «astre» - «désastre» что и вызывает комический эффект. Сращение двух фреймов «луна – небесное светило» и «пьяница муж» происходит из за употребления прилагательного «plein» в прямом и переносном значении. Такая дистрибуция приводит к семантическому сдвигу на уровне значений, что и вызывает комический эффект.

В настоящем исследовании рассматривается только один тип интродуктивной реплики, а именно реплика, за которой непосредственно следует диалог. Интродуктивная реплика в этом случае определяет коммуникативную ситуацию, которая в комическом ключе будет раскрыта в диалоге, например, реплика *жена мужу* локализует содержание в границах бытовой ситуации (пример выше), реплика *больной – официантке* актуализирует такие параметры ситуации, как больница и больничная

столовая (4), а реплика *учительница ученику* (5), выводит ситуацию в сферу школьной жизни.

(4) Больной – официантке:

- Почему мне вилку и нож не дали?
- У вас, больной, стол диетический, острое вам не положено.

(5) Учительница – ученику:

- Сколько тебе было лет в твой прошлый день рождения?
- Семь.
- А сколько тебе будет лет в твой следующий день рождения?
- Девять!
- Садись! Два за неправильный ответ!
- А вот и нет! У меня сегодня день рождения!

Надо заметить, что конкретизируемая интродуктивной репликой ситуация автоматически включает действие фоновой ситуации, в том числе и стандартизированной анекдотической ситуации, заранее настраивающей реципиента на типическое раскрытие текстовой ситуации например, реплика *учительница ученику* заранее предполагает, что основной комический эффект будет отнесен на счет действия ученика.

Формальная и содержательная структура интродуктивных реплик может расширяться за счет второстепенных членов предложения, таких как: определение **étonné** (удивленный), **grosse** (толстый), **excédée** (измученный), либо за счет предикации, характерной в данном случае и для русского текста анекдота. Расширение, в сущности, привносит дополнительную сему, без которой диалог не получает должного комического разрешения, например:

(6) Студент, сын нового русского, жалуется другу:

- Представляешь, я послал телеграмму родакам, чтобы они выслали мне денег – ну типа мне не хватает на питание!...
- Ну а они, конечно, сказали «нет»?!
- Нет! Они купили мне ресторан!...

Особого комментария заслуживает характер такой дополнительной семы, которая имеет разное вербальное выражение. Для французского языка более типичным является определение, иногда выносимое в препозицию перед существительным, например:

(7) Très étonné, un homme dit à sa femme:

- Que fait notre grande fille à rester assise devant le réfrigérateur en tenant la porte grande ouverte?

- Elle a reçu une déclaration de l'Esquimau dont elle a fait connaissance, lors de ses récentes vacances en Aliaska. Il lui propose de l'épouser et qu'elle vienne habiter dans son igloo. Alors, elle tente de s'habituer.

[резюме: Очень удивленный муж спрашивает жену, почему их старшая дочь, сидит перед холодильником с открытой дверью? Жена отвечает, что дочь выходит замуж за эскимоса и пытается привыкнуть к своей будущей жизни].

(8) Une très grosse dame dit à la caissière d'un cinéma:

- Je voudrais trois places, s'il vous plaît.

La caissière demande en riant:

- Les trois pour vous toute seule?

La dame proteste:

- Vous me prenez pour une obèse, ou quoi ? Une de ces trois places est pour l'homme qui m'accompagne.

[резюме: Очень полная дама покупает три билета у кассира. Кассир, смеясь, уточняет, все ли три билета для нее одной. Дама обижается и отвечает, что одно место предназначено для кавалера, который ее сопровождает].

Русский текст анекдота допускает заметное расширение интродуктивной реплики за счет введения двух предикатов, при этом их линейное расположение может отступать от привычного порядка слов. Порядок слов в этом случае порождает определенный слой чисто языковой информации, привнося элемент фамильярности, свойственный лицу, выраженному субъектом предложения, и как бы создает соответствующую прелюдию содержанию всего текста, например:

(9) Звонит новый русский другу и говорит:

- Вась, как дела?

- Слушай, можно я тебе перезвоню? Я сейчас на кладбище.

- Бли-и-ин! КТО ЭТО ТЕБЯ?!

Характер предиката также может определять содержательную тональность последующего диалога, в ходе которого она претерпевает существенную модификацию, включаясь в продуцирование комического эффекта, например:

(10) Новый русский жалуется приятелю:

- Прикинь, братан, ну всюду кидалово! Купил для офиса с аукциона Кристи вазу династии Мин за 50 000 баксов, а она, блин, оказалась китайской!

Для понимания вышеупомянутого анекдота необходима известная фоновая информация, а именно тот факт, что в современном российском обществе большинство китайских товаров представляют собою некачественные подделки под аналогичные вещи европейских, американских или японских производителей.

Суммируя сказанное, можно также заявить о том, что приведенные анекдоты представляет новую тему в построении их текстов, а именно тему **новых русских**, которая как никакая другая отягощена фоновой информацией, замыкающейся на двух мотивах «деньги» и «низкий интеллект».

В тексте французского анекдота расширение интродуктивной реплики может оказаться ещё более значительным, включая в себя характеристику основных элементов ситуации диалогового общения, например:

(11) Un gamain s'interrompt un instant de chatter sur Internet pour demander à son arrière-grand-père :

- Quand tu étais petit, avant que l'électricité ne soit inventée, sur quoi tu le branchais ton ordinateur : sur une lampe à pétrole ?

[резюме: Мальчик отрывается на секунду от интернета и спрашивает свою бабушку о том, как она подключала свой компьютер, когда не было электричества, может быть, к керосиновой лампе?].

Франкоязычный текст анекдота может иметь интродуктивную реплику, осложненную не только специфической фоновой информацией, но и целым набором сем, раскрывающих ситуации общения двух персонажей, например:

(12) Dans un supermarché une très vieille dame, au chariot lourdement chargé, demande à une caissière :

- je peux passer là ? J'en ai moins de dix.

- Mois de dix articles ?

- Non. Moins de dix ans à attendre pour devenir centenaire.

[резюме: (реплика) **В супермаркете очень пожилая дама с полной тележкой спрашивает у кассира**, может ли она пройти там, где проходят люди, покупающие менее десяти предметов, так как ей осталось меньше десяти лет до столетнего юбилея].

В ряде случаев расширение интродуктивной реплики оказывается излишним, поскольку наименования лиц, участвующих в диалоге, уже включают сему этого расширения, например:

(13) В армии сержант – новобранцу:

- Кем вы были на гражданке?

- Налоговым инспектором.

- Будете по утрам кричать «подъем!».

- Почему я?

- Вы же привыкли к ненависти.

(14) Кондуктор кричит водителю с задней площадки:

- Коля! Подожди немного, там еще один человек бежит!

Через несколько секунд:

- Коля! Поехали быстрее, я знаю у него - проездной!

Для русскоязычного текста характерно разнообразие глаголов, используемых в функции предиката и составляющих в своей совокупности

целое лексико-семантическое поле с коммуникативным значением, например, (15) , (16):

(15) Судья обращается к подсудимому:

- Почему вы три раза подряд ограбили один и тот же магазин?
- Видите ли, в первый раз я там взял платье для жены, но вы же знаете, господин судья, женские капризы. Потом два раза приходил менять.

(16) Папа поучает сына:

- Запомни, сынок: умный человек всегда во всем сомневается. Только дурак может быть полностью уверенным в чем-то.
- Ты уверен в этом папа?
- Абсолютно.

Особый характер имеет интродуктивная реплика, маркирующая только ситуацию общения, например:

(17) Звонок в фирму:

- Мой принтер начал плохо печатать!
- Вероятно, его надо почистить. Это стоит 50 долларов. Но для вас будет лучше, если вы прочтете инструкцию и выполните эту работу сами.

Клиент удивленный такой откровенностью, спрашивает:

- А ваш босс знает, что вы, таким образом, препятствуете бизнесу?
- На самом деле это его идея. Мы получаем куда больше прибыли, когда позволяем нашим клиентам сначала самим попытаться что-то отремонтировать.

Таким образом, следует отметить тот факт, что различные структурно-семантические типы интродуктивных реплик, носящие в себе сжатый поток специфической фоновой информации, играют своего рода роль пресуппозиции, и помогают экспликации текста анекдота. «Человек говорящий» обнаруживает здесь себя в форме сложившегося типа текстового построения анекдота, ставшего настолько популярным, что тот уже стал принадлежностью разных лингвокультур.

2.5 Семантический объем слова как основа текстопосторительных стратегий юмористического дискурса

Текст анекдота имеет особую жанровую маркированность, самым непосредственным образом влияющую на конструирование его содержания. Эта маркированность проявляется, прежде всего, в юмористической концовке и в строго дозированной протяженности текста. Отмеченные признаки относятся к числу известных и даже само собой разумеющихся особенностей текста анекдота. Их статус, однако, ограничивается привнесением в текст весьма отвлеченной схемы, в которую всякий раз должно вмещаться новое содержание, порождаемое под влиянием самых разнообразных факторов. Рассмотрение этих факторов может составить отдельную проблему в изучении базовых характеристик текста анекдота как специфического жанрового образования, позволяя выделить именно те стимулы, которые фактически отвечают за его появление. Назовем эти стимулы текстопостроительными стратегиями (являющимися разновидностью коммуникативных стратегий), имея в виду определенные содержательные точки, которые при соответствующем развертывании имеют итогом тот или иной конкретный текст анекдота.

Отмеченный ракурс проблемы в изучении текста анекдота кажется несколько неожиданным в контексте вопросов, традиционно рассматриваемых в этом приложении. Текст анекдота на сегодняшний день принято исследовать в достаточно отвлеченном проявлении и практически в полной изоляции от конкретных аспектов его содержательного наполнения. В частности, в работах М.С. Петренко русский анекдот рассматривается в текстовом, жанровом и дискурсивном аспектах [Петренко, 2004], а в исследовании Ю. С. Шапошникова избирается идиостилистический уклон при раскрытии роли анекдота в художественной и автобиографичной прозе А.С. Пушкина [Шапошников, 2005].

Возвращаясь к заявленному выше тезису о роли текстопостроительных (коммуникативных) стратегий в построении текста анекдота, ответственных за порождение его содержания, следует сконцентрировать внимание на своеобразном сплаве экстралингвистических и собственно лингвистических моментов. В этом случае в функции стимула помимо экстралингвистических (или, точнее, фоновых) текстопостроительных мотивов выступают и собственно языковые аспекты, когда происходит обыгрывание одного из значений уже существующего слова, использованного для номинации какой-то новой внеязыковой реалии. Можно даже заявить, что процессы языковой номинации, стимулированные развитием самых разных сторон социума, имеют своим побочным продуктом появление в этом социуме целой серии текстов вполне определённого жанра, а именно жанра анекдота. «Человек говорящий» очень чувствителен к таким потенциально юмористическим точкам и всячески старается их актуализировать.

Здесь мы имеем следующие конкретные случаи. Текстопорождение анекдота концентрируется вокруг семантической структуры того или иного слова, например, *автомат* (оружие) и *автомат* (бытовое приспособление). Наиболее продуктивным соединением двух значений оказалось в тематике банковского дела, поскольку именно здесь потенциально заложена некая ситуация, способная реализоваться в тексте небольшой протяженности с соответствующей юмористической концовкой, например:

(1) Как использовать **автомат** для получения денег? По следующей схеме:

1. Заходишь в банк
2. Достраешь **автомат**
3. Получаешь деньги

Текстопостроительная структура укладывается в следующую схему ситуации «Банкомат – автомат (оружие) – деньги – способ». Можно также предположить, что в структуре социума потенциально существуют некоторые ситуации, которые в языковом отображении способны провоцировать появление определенных текстовых построений. Подобной

ситуации нет, к примеру, при соединении внеязыковых объектов «автомат-оружие» и «автомат – установка для продажи воды».

Следующие примеры также находятся в русле отмеченной особенности:

(2) Закинул старик **сеть** в море, тянет назад, тянет....

А ему и отвечают: «**Сеть** не доступна!»

(3) Une astucieuse araignée a ouvert un cours du soir.

« Ici, annonce-t-elle, on apprend à tisser. »

Une mouche lit la pancarte et s'écrie :

- Merci bien ! Moi, j'aime mieux filer !

[*резюме:* Коварный паук открыл курсы и повесил объявление о том, что здесь обучают ткать полотно, на что муха ответила, что она предпочитает научиться прясть (другое значение убежать)].

(4) Когда обои клеишь, главное, чтобы не было пузырей. Вот взяли мы как-то два пузыря...

(5)- Простите, вы все время передергиваете мои слова.

- Скажи спасибо, что не передергиваю автомат.

(6) Christelle (8 ans) parle à son institutrice de « sa grand-mère ».

- Tu as deux grands-mères, lui dit l'enseignante. Celle dont il est question, elle de quel côté ?

- Heu... fait la gamine, du côté de Châteauroux.

[*резюме:* У Кристеля (8 лет) учительница спрашивает о том, с какой стороны ей приходится одна из бабушек, на что мальчик отвечает, что со стороны Шатору].

(7) Le médecin demande à une jeune femme non mariée qui attend un bébé :

-Souhaitez-vous accoucher sous X ?

- Je peux, s'inquiète-t-elle, même si j'ai toujours été nulle en algèbre ?

[резюме: Врач спрашивает молодую незамужнюю женщину, которая ждет ребенка, не хочет ли она родить инкогнито под буквой X, на что она отвечает, что всегда была слаба в алгебре].

Лингвистические основания порождения текста анекдота могут быть весьма разнообразными, например, тематическая структуризация лексики в парадигматике. В следующем (8) анекдоте важно констатировать соединение двух языковых стимулов, а именно парадигматической принадлежности лексемы и особенностей её семантической структуры: *вирус* как живой организм и *вирус* как компьютерный феномен. В данном случае затронутыми оказываются макрородовые семы, когда макрородовой признак «животное» (собачка, хомячок и т. д.) противопоставляется признаку «компьютерная программа вирус»:

(8) Компьютерщик, любитель животных, приводит к себе домой девушку.

Показывает ей в прихожей половичок и говорит:

- Тут у меня собачка живет.

Показывает клетку:

- А здесь хомячок.

Показывает аквариум:

- Здесь рыбки.

Потом показывает на дискету и говорит:

- А здесь у меня живут вирусы.

В этом тексте вирусы ставятся в один ряд с живыми существами, при этом им приписывается новое для них качество – жить. Именно последний момент является носителем юмористической ноты. Что касается анекдота (9), то здесь животные ставятся в один ряд с людьми. Для них, как и для людей, вяжут одежду, но юмористический эффект имеет скорее оттенок черного юмора, так как хозяйка, проявляя заботу о животных, не замечает страдания рыбки.

(9) Un homme dit à sa femme :

- Tu as successivement tricoté un pull-over pour moi, un pour chacun de nos trois enfants, un pour ta mère, un pour ton père, un pour le chien et un pour le chat. Et ça ne te frappe pas l'oeil que notre poisson rouge, dans son bocal n'arrête pas de trembler ?

[*резюме:* Муж спрашивает жену о том, почему она так старательно связавшая всем по свитеру и мужу и маме и детям и собаке и даже, кошке не заметила, как в аквариуме дрожит от холода рыбка]. Юмористическая концовка строится на многозначности французского глагола «trembler».

Лингвистическая модель текстопостроительного стимула может расширяться до ситуативно-тематического поля, в которое слово включается только одним из своих значений, закрепленным в контексте устойчивого словосочетания, например:

(10) Студент из Конго никогда не отдаст **пальму** первенства.

(11) У каждого родителя есть свои **плюсы и минусы**, впрочем, как и у любого другого **источника питания**.

Примечательным явлением в текстопостроении анекдота стал такой фактор, как сообщение устному тексту элемента, характерного для письменного текста, а именно заголовка. Этот заголовок может актуализировать непроясненную в первом предъявлении слушателю сему, несущую главный юмористический заряд текста. Эта сема проясняется во второй реплике, где она находит реализацию в необычной для себя словообразовательной модели:

(12) Школа **выживания**.

Тема 1. Как **выживать** соседей.

Вместо заголовка в анекдоте может присутствовать интродуктивная реплика, в какой-то степени принимающая на себя его функцию. Она лишь очерчивает ситуативно-тематическое поле, в составе которого важные для содержания текста лексемы реализуют одну из сем, существенную сначала для одной, а затем и для другой микротемы этого поля, например:

(13) Больной - официантке:

- Почему мне **вилку и нож** не дали?
- У вас больной, стол диетический, **острое** вам не положено.

Актуализация сем по такой схеме может также осуществляться в отсутствие как заголовка, так и интродуктивной реплики:

Последний случай может иметь своим крайним проявлением полную омонимию (14), иногда частично устраняемую теми или иными грамматическими маркерами (15), например:

(14) Чукча копает недавно посаженную картошку. Сосед:

- Ты что братан! Неделю назад **посадил** и уже копаешь?!

- Амнистия, однако!

(15) Le responsable des ressources humaines dit à la belle blonde en minijupe qui sollicite une place :

- Je vous engage : vous contribuerez à relever **le moral** de mes employés.

Voyant la mine boudeuse que fait la jeune femme, il s'étonne :

- Cela devrait vous plaire, comme mission, de relever le moral de tout le personnel.

- Bien sûr. Excusez-moi. J'avais compris **la morale**.

[резюме: Молодой блондинке в миниюбке устраивающейся на работу работодатель говорит, что надеется на то, что она поднимет дух служащих. Девушка с надутыми губками отвечает, что перепутала моральный дух с моралью]. Для сравнения: «**le moral**» переводится как настроение, моральный дух, а «**la morale**» как нравственность, мораль.

Таким образом, необходимо констатировать тот факт, что отмеченные текстопостроительные стратегии такого жанрового образования, как анекдот, фактически могут рассматриваться как парадигматические сущности, поскольку они имеют характер моделей, обладающих свойством воспроизводимости. Локализуясь на уровне текстовой парадигматики, они оказываются красноречивым свидетельством того, что текст и процесс текстопостроения вполне обоснованно следует рассматривать в качестве явлений не только речевого, но и языкового уровня. Данное обстоятельство указывает на теснейшую взаимосвязь текстопостроения и жанровой формы

анекдота, для которого достаточно какой-либо одной чисто языковой особенности, чтобы актуализировалась юмористическая тема. Большое число таких анекдотов свидетельствует о том, что «человек говорящий» охотно пользуется подобным источником для создания новых юмористических текстов. Помимо прочего нельзя не отметить, что «человек говорящий» в каком-то смысле специализируется в поиске полисемии, которая при текстопорождении может раскрыться в юмористическом ключе. Текст анекдота, построенный на обыгрывании значений полисемантического слова, следует квалифицировать как самый лингвистический тип анекдота, а «человек говорящий» видится в этом случае как продуцент текста, стремящийся высветить в юмористическом ключе точки соприкосновения лингвистической и экстралингвистической сфер.

2.6 Экстралингвистическая ситуация и ее вербализация в тексте юмористического дискурса

Проблема отражения действительности мыслью, организованной языковой формой, является одной из фундаментальных проблем общей теории языка [Рождественский, 2002: 61]. Одним из ее аспектов можно считать проявляющееся в языковой форме мышление при порождении высказывания, основывающегося на особой интерпретации какого-либо внеязыкового объекта. Лингвистическая сущность данного процесса заключается в придании той или иной экстралингвистической реалии (или ситуации) в границах порождаемого высказывания некоей заданной тональности (в частности, комической), что имеет итогом появление текста определенного жанра. Непосредственным условием подобного процесса текстопостроения является наличие фонового знания у продуцента и реципиента порождаемого текста, а в том, что касается текста анекдота, таким условием оказывается быстрый процесс обновления фонового знания.

Одной из характерных для современного анекдота реалий, активно эксплуатируемых при его текстопостроении, являются достижения

современной техники, внедряемые в быт. Знание особенностей их применения концентрирует главный содержательный нерв текста анекдота, а отсутствие этого знания полностью нивелирует его, сводя на нет комический эффект и, следовательно, полностью устраняя самый существенный жанровый признак текста. Например, в тексте французского анекдота (1) основной юмористический эффект продуцируется реалий «кондиционер», а в русском (2) - реалией «пейджер»:

(1) Par une intence canicule, le curé annonce à ses paroissiens, réunis pour l'office:

-Aujourd'hui, mon sermon portera sur l'Enfer. Afin de vous mettre dans l'ambiance et vous en faire baver, avant que vous n'y goûtiez pour l'éternité, je vais couper la climatisation.

[резюме: Измученный жарой священник говорит своим прихожанам о том, что сегодня проповедь будет посвящена Аду, а чтобы все прочувствовали, что это такое, до того как они туда попадут, он отключает кондиционер].

(2) «Вчера читал пейджер, долго думал».

Необходимый блок фоновых знаний является также необходимым для понимания анекдота (3). Только знания об автомобильной компании «Бентли» и знания о том, к какому ценовому сегменту относятся эти автомобили, поможет понять суть юмористического эффекта анекдота.

(3) Заходит в салон Бентли пролетарий в робе и сапогах, спрашивает:

- Почему Бентли GT Coupe?

- 250 000 евро.

- А в кредит на год?

- 25 000 евро в месяц.

- Дофига, а на два года?

- 12 500.

- Дофига, а на три года?

- Может, есть смысл взять машину подешевле?

- Смысл может и есть, но, плита упала именно на такую.

Для понимания юмористического эффекта анекдота (4) немаловажную роль играют не только фоновые знания, но и игра слов KIA-NOKIA.

(4) Компания KIA обратилась в компанию NOKIA с вопросом: чем это корейские машины так сильно не понравились финнам, чтобы писать об этом на каждом выпускаемом у них мобильном телефоне?

Юмористический эффект примеров (5) и (6) строится на факте вхождения в наш быт таких благ цивилизации, как интернет даже в самых отдаленных уголках мира.

(5) Dans une réserve indienne, écrasée de soleil, un touriste demande à quelques Peaux-Rouges en grande tenue :

- Vous vous apprêtez à faire la danse de la pluie ?

En fait, corrige le chef de la tribu, depuis que nous écoutions, chaque matin, sur Internet, les prévisions de France Info, nous l'avons rebaptisée « le cha-cha-cha » de Joël Collado.

[резюме: В резервации индейцев, турист, умирающий от жары, спрашивает краснокожих, не собираются ли они танцем вызвать дождь, на что они отвечают, что с тех пор как они по интернету узнают о погоде, они переделали свой танец в ча-ча-ча].

(6) Venant d'être engagée dans une entreprise de vente sur Internet, une jeune employée demande à une ancienne :

- Pourriez-vous m'indiquer les toilettes – je veux dire les www.c.

[резюме: Девушка, которую приняли на работу в интернет-магазин, спрашивает у коллег, где находится туалет].

Анекдоты (7), (8) и (9) являются еще одной иллюстрацией того, как современная техника, в частности, компьютер, фотоаппарат и факс могут быть использованы в тексте анекдота как основа для комической ситуации.

(7) В кабинете следователя.

- Вы сайт Президента пинговали?

- Чего?

- Ну ДДоС-атаку делали?

- Не понимаю, о чем Вы.
- Вот. Здесь написано - с Вашего айпи проводилась атака.
- Что такое айпи?
- Я не знаю. Написано.
- И я не знаю.
- Так Вы сайт пинговали или нет?
- Не понимаю, что это.
- Я тоже не понимаю!!! Но здесь написано!!!!
- А в чем дело? Может вирусы?
- Идите отсюда, и смотрите, будете еще пинговать, тогда по-другому поговорим!!
- А что это "пинговать"?!?
- Черт его знает!
- А на сайт Президента можно заходить?
- Нечего там делать. Свободен!

Помимо прочих моментов в данном тексте следует указать на развернутое психологическое конструирование характеров участников диалога. Такая особенность может отмечаться только у письменного текста анекдота и в целом характеризовать его развитую литературную норму.

(8) À l'intérieur d'un jardin zoologique un visiteur demande à l'homme qui tient une boutique d'objets divers :

- Je voudrais un appareil photo jetable.
- Voilà, monsieur.
- Mais... apparemment, il fait des photos en couleur.
- Comme tous les appareils à notre époque.
- Quel gâchis! Je voulais juste photographier le panda. Alors, une pellicule en noir et blanc m'aurait largement suffi.

[резюме: В зоопарке мужчина говорит продавцу, что хочет купить одноразовый фотоаппарат, и очень расстраивается, когда узнает, что он цветной, а не черно-белый, так как он хотел сфотографировать панду].

(9) Sur une île déserte, un naufragé dit à son compagnon d'infortune :

- Passe-moi la machine à fax que j'envoie un message de détresse.
- La machine à fax ?
- Oui, espèce d'idiot : cette bouteille dont nous avons vidé le contenu hier.

[*резюме:* На необитаемом острове мужчина просит принести факс (т.е. бутылку) товарища по несчастью, чтобы отправить сообщение].

Внеязыковым объектом, на котором строится юмористический эффект может быть не только достижения современной техники, но обычные предметы ежедневного обихода. Например, в анекдоте (10) таким объектом выступает лейкопластырь, которым залепили рот жениху.

(10) Au moment de procéder à la cérémonie du mariage, le prêtre prononce la formule traditionnelle :

- Si, dans cette assistance, quelqu'un a de bonnes raisons de s'opposer à cette union, qu'il parle à l'instant même ou qu'il se taise à jamais... Par « quelqu'un de l'assistant » j'entends également le fiancé et c'est pourquoi je prierais sa future belle-mère de bien vouloir lui ôter le sparadrap qui le bâillonne.

[*резюме:* Во время церемонии бракосочетания священник просит будущую тещу отлепить со рта жениха пластырь, который ему мешает говорить].

В анекдоте (11) объектом выступает денежная монета, которую подбрасывают для принятия решения.

(11) Мужики в день полочки выходят с завода:

- Давайте кинем монетку - пусть Бог рассудит, как деньги потратим.
- Как это ?
- А вот так: если выпадет орел, сразу за бутылкой побежим; если решка, сначала закусь купим; если на ребро встанет - в кабак завалимся, посидим как белые люди; а если в воздухе зависнет - полочку жене отдадим.

В анекдоте (12) в качестве объекта, продуцирующего юмористический эффект, выступает штопор, который используют не по назначению:

(12) Je me suis rendu compte que mon mari buvait trop de vin, raconte une dame, quand son médecin lui prescrit une prise de sang. Pour la réaliser, l'infirmière du laboratoire n'a pas utilisé une seringue mais un tire-bouchon.

[*резюме:* Женщина предполагала, что ее муж много пьет, уверилась в этом, когда медсестра использовала вместо шприца штопор, чтобы взять у него кровь].

Особая интерпретация того или иного внеязыкового объекта, способного при некоей заданной тональности (в частности, комической), послужить основой для текстопостроения анекдота, реализуется также и как текстовая антропоцентричность, проявляющаяся в негативном представлении человека. Диапазон внеязыкового объекта при этом варьируется от создания крайне жестокой тональности повествования (13) до иронического комментирования одной из национальных черт, в частности, природной хитрости нормандцев (14) или чрезмерную тактичность и воспитанность англичан (15):

(13) Опрос: вы заходите в лифт и видите там Гитлера, Сталина и Билла Гейтса. У вас есть пистолет с двумя патронами. В кого бы вы выстрелили?
 Ответ: Два раза в Билла Гейтса.

(14) Reponses de normand

Sur une route de Normandie, on rencontre un petit paysan:

- Dis donc, petit, est-ce loin, Saint-Martin?
- Ça dépend, Monsieur.
- Comment t'appelles-tu?
- Comme mon père, Monsieur.
- Bon, mais le nom de ton père?
- On a le même nom de père en fils.
- Etes-vous nombreux dans famille?
- Autant que d'assiettes sur la table, Monsieur.
- Et combien d'assiettes?
- On a chacun la sienne.

[резюме: По дороге в Нормандию встречаются маленького крестьянина, который на все вопросы отвечает уклончиво. Например, на вопрос как тебя зовут, он отвечает, как моего отца и т.д].

(15) Англичанин не знает, как сообщить секретарше, что она уволена... И формулирует это так:

- Мисс Джонс, Вы так великолепно справляетесь со своими обязанностями, что я даже не знаю, что бы мы делали без Вас. Но с понедельника мы все-таки попробуем...

Как показывают примеры, при порождении анекдота в качестве базового стимула выступает не только чисто языковое явление, позволяющее совместить языковой феномен с некоторой внеязыковой реальностью (см. предыдущий параграф), но и концентрация продуцента текста на каком-либо внеязыковом объекте, который в контексте имеющейся на данный момент в обществе фоновой информации вполне допустимо положить в основу юмористической ситуации. В этом смысле представляется допустимым заявить об особой значимости фоновой информации для построения юмористического дискурса, реализующего её ресурсы во множестве самых разных направлений. Анонимный автор анекдота как «человек говорящий» при его текстопостроении, тем не менее, оставляет свой след, указывающий на то, что анекдот зарождается при появлении в его сознании некоей связи между стимульным объектом (словом) и какой-либо фоновой ситуацией.

2.7 Лингвопортрет автора в дискурсе черного юмора

Несмотря на то, что авторство анекдота практически не установимо, говорить об образе автора в анекдоте, тем не менее, допустимо. В данном случае, однако, это будет образ автора или образ «человека говорящего»,

реконструируемый по вербальным признакам или, иными словами, его лингвопортрет

Исследователями отмечается, что анекдот принадлежит к числу устных видов словесности и строится по законам жанра фольклорных текстов [Калачина, 1994: 311]. Данное обстоятельство фактически исключает понятие авторства в его приложении к анекдоту. Между тем, учитывая обретение текстом анекдота письменной фиксации в связи с его многочисленными публикациями в самых разнообразных СМИ и даже в специальных изданиях, следует заметить, что письменная форма анекдота всегда хранит следы какого-либо лица, если не создавшего текст, то, по меньшей мере, подготовившего его к печати. В этом смысле правомерно вести речь о лингвопортрете автора, ответственного за все текстовые, лексико-грамматические, стилистические и прочие нюансы опубликованного текста того или иного анекдота.

Справедливости ради следует заметить, что современный публикуемый анекдот заявляет все больше прав на традиционное авторство, хотя в ряде случаев явно имитируемое. Здесь можно назвать подборки анекдотов, получившие в печатных изданиях такие обобщающие заголовки, как, например, анекдоты от Зюганова, от Трахтенберга и т. д. Стилистика таких анекдотов воспроизводит вербалику и тематику называемых лиц и в каком-то смысле прямо или косвенно представляет их как автора.

Если подходить к вопросу более обобщенно и апеллировать только к словесной ткани какого-либо появившегося в печати анекдота, то при таком условии допустимо сконцентрировать внимание на тех языковых особенностях, которые в традиционном литературоведении (а также в новейшей лингвистической отрасли – интерпретации текста) квалифицируются как актуализация «образа автора». В этом смысле и следует понимать лингвопортрет автора, имея в виду отражение говорящего лица (повествователя) в его речи, имеющей в форме анекдота законченное текстовое построение, которое характеризуется определенными признаками,

свидетельствующими об индивидуальности говорящего. Конкретизация зоны поиска (в данном случае такой зоной явится анекдот черного юмора) послужит дополнительной опорой в решении поставленной задачи.

При рассмотрении текстопостроительных (а также когнитивных) стратегий, присущих «человеку говорящему», целесообразно сделать акцент на его совокупный психологический портрет. Психический тип человека, склонного к черному юмору, как феномен и как языковая личность в полном смысле слова растворен в тексте анекдота. В первую очередь, тип языковой личности, способной создать анекдот в тональности черного юмора, проявляется в круге тем, привлекаемых для такой цели. Тематика анекдотов этого типа одновременно и разнообразна, и достаточно стабильна. Она стабильна в плане денотации, а именно в том, что ограничивается двумя объектами – людьми и животными – с заметным преобладанием первых в основной массе анекдотов черного юмора. Разнообразие их тематики проявляется в выделении отдельных аспектов жизни человека, начиная от его физического существования и заканчивая социальной сферой. Примечательно, что в дискурсе черного юмора совсем не встречаются денотаты, представляющие собой неодушевленные предметы.

Анекдоты, построенные с опорой на жестокое обращение с животными, в целом, достаточно малочисленны, и данный факт также показателен. Его в данном случае следует трактовать как непопулярность соответствующей тематики у сочинителя (автора), предпочитающего оттачивать юмор на жестоком обращении с людьми. В качестве примера можно привести следующие анекдоты с упоминанием животных:

(1) Разговор соседок на скамейке:

- Я не знаю никого, кто сильнее бы любил животных, Клава - она топит своих котят только в теплой воде.

(2) Qu'est-ce qui a deux pattes et qui saigne ?

Un demi-chien

[резюме: Кто имеет две лапы и истекает кровью? - Половина собаки].

Какова бы ни была тема, в письменном изложении она в любом случае разворачивается, оставляя многочисленные следы авторской манеры повествования. Здесь можно выделить отдельные типы повествователя, выступающего в ряде случаев одновременно и как автор, и как исполнитель анекдота. В следующем примере, отражены такие речевые нюансы, зафиксированные письменной формой текста: 1) исключительно разговорный стиль повествования (что находит выражение в незаконченных предложениях и многоточиях), 2) использование скобок, имитирующих речь некоторых людей, отвлекающихся от основной линии сообщения и упоминающих попутно отдельные факты, 3) смысловые детали или акценты, которые в устной речи выделяются интонационно, а в тексте печатаются заглавными буквами. Все эти факты говорят о том, что личность говорящего проявляется в тексте вполне определенно:

(3) Повезли мужика хоронить.... И так получилось, что гроб опрокинулся и труп переехал пьяный тракторист. Он (тракторист) конечно испугался и бросил труп в реку.. А в это время ниже по течению рыбаки глушили рыбу динамитом. Смотрят, значит, труп плышет перепугались они - вытащили труп на берег и привязали к пограничному столбу.....**НЕДЕЛЮ** спустя проходил по этому месту наш доблестный пограничник, увидел «нарушителя» и без долгих размышлений выпустил в труп всю обойму. Подойдя ближе (слеповат солдат был) с удивлением заметил, что никакой это не нарушитель, а, обыкновенный гражданский... И, выполняя свой долг, повез труп мужика в больницу..... Некоторое время спустя выходит из операционной врач и говорит: - Еще бы 15 минут и медицина была бы бессильна !!!

Как и в предыдущем примере, в следующем анекдоте, совершенно спокойно сообщаемом о человеческих увечьях, повествователь выступает как лицо, либо нейтрально их воспринимающее, либо не вполне понимающее суть описываемого события. Дополнительно к отмеченному обстоятельству письменная форма текста сообщает о его разговорно-последовательной манере изложения отдельных этапов происшествия, о паузах при их

перечислении, маркируемых через многоточия, и об интонации, выражаемой через посредство заглавных букв. В сумме «образ автора» (как сочинителя этого анекдота, хотя и оставшегося анонимным) проступает достаточно отчетливо, особенно с точки зрения его представлений о смешном в ужасном:

(4) едут мужики с сенокоса на телеге.

вдруг их обгоняет мотоциклист без головы.....

проходит 5 минут еще один без головы обгоняет.....

на третий раз один не выдерживает:

МУЖИКИ! Что ж это за страсть то такая творится, а?! всадники без башки туда-сюда ездют?!!

ему сосед отвечает: А ТЫ КОСУ В ДРУГУЮ СТОРОНУ ОТВЕРНИ!!!

Вопрос при решении обозначенной в статье проблемы может заключаться в следующем: реально ли выявить типы подобных «образов автора», или, другими словами, существуют ли (в опубликованном виде, разумеется) ещё и другие тексты анекдотов, изложенных в одинаковой тональности, либо всякая тональность уникальна и может быть встречена только раз. Как показал анализ, вполне допустимо говорить о пучке типологических черт автора, рассеянных во множестве других текстов. При этом они могут различаться отдельными нюансами, как, например, степенью эмоциональности. Если в предыдущем примере интонационное (заглавными буквами) выделение имеет вполне нейтральный вид, то в следующем градация эмоции прослеживается очень хорошо.

(5) Toto arrête de tourner ...

TOTO arrête de tourner ...

TOTO ARRETE DE TOURRRNNNNER ...

...

Toto arrête de tourner où je te cloue l'autre pied !

[перевод: Тото перестань крутиться, Тото перестань крутиться, Тото перестань крутиться, а то я приколочу и вторую ногу].

Надо заметить, что вышеприведенный анекдот совершенно не допускает устного воспроизведения, поскольку в этом случае говорящий (исполнитель, фактически выступающий как соавтор) будет вынужден отвлечься от диалоговой формы изложения и хотя бы кратко проинформировать слушающего о том, кто есть Тот и кто собирается прибить ему вторую ногу. При этом эмоциональность будет, скорее всего, передана лексически или паралингвистически, но не графически.

Если признать исполнителя анекдота соавтором, то спектр личностных черт, внедряемых в текст анекдота, будет бесконечно варьироваться. В итоге, сближаясь с известными в психологии типами личности и пока ещё с неизвестными в лингвистике типами говорящей личности как личности, исполняющей, воспроизводящей устно какой-либо текст, «образ автора» приобретет новый ресурс для изучения.

Как уже отмечалось, немаловажным фактом при выявлении собирательного портрета автора является тематика и вербальная наполняемость анекдотов. В связи с этим согласимся с О.С. Зорькиной в том, что важным моментом при анализе текста является психофизиологические особенности автора, «рождающего» текст заданной тональности: его пол и возраст. Половые и возрастные особенности определяют имеющуюся у автора картину мира, от которой зависит вербальная наполняемость, тематика и трактовка компонентов текста анекдота [Зорькина, 2003]. Однако в приложении к анекдоту обозначенные моменты способны породить больше вопросов, чем способствовать получению каких-либо ответов. Никто никогда не задавался вопросом о том, кто сочиняет анекдоты: мужчина или женщина. Анекдот с точки зрения автора смотрится совершенно бесполом. С позиции возраста в этом плане больше ясности, поскольку существуют и так называемые детские анекдоты, т.е. анекдоты, сочиненные детьми, которые тоже не чуждаются черного юмора. При этом детский «черный юмор» не уступает по интенсивности взрослому.

Если воспользоваться арсеналом средств, выработанных при анализе образа автора в художественном тексте, то следует заметить, что одним из состояний, сопровождающих личность писателя, является способность и потребность жить в вымышленных ролях, непрерывная самоидентификация с разными персонажами, которые представляют собой определенный типаж, модель мировосприятия, схему поведения. Было отмечено, что автора нельзя отделять от образов персонажей, так как он входит в состав этих образов как их неотъемлемая часть. Поэтому при характеристике персонажей, связанных со спецификой авторского текста, уместно говорить об авторской маске [Карасик, 2002]. Сказанное находит полное подтверждение в диалоговых текстах анекдотов, где каждый персонаж максимально индивидуализирован как характер и как говорящая личность. В качестве иллюстрации можно сослаться на уже приведенные примеры (3), (4). Степень индивидуализации убывает по мере уменьшения текстового объема анекдота, но при этом усиливается типичность ситуации, в контексте которой её герои становятся узнаваемыми. Наиболее иллюстративными с точки зрения узнаваемости являются персонажи в границах семейно-бытовой тематики, которая в части случаев несколько смягчена в плане упоминания жестоких деталей:

(6) - Костя, почему ты не был вчера в школе?

- Потому что вчера хоронили дедушку.

- Не обманывай, я вчера видела твоего дедушку в окне...

- А это папа его выставил, потому что почтальон должен принести пенсию.

(7) - Папа, а зачем мы с тобой толкаем машину к пропасти?

- Тише, сынок, не кричи, а то маму разбудишь.

Как уже отмечалось, наиболее частотными персонажами в анекдотах черного юмора являются люди. Можно, таким, образом, заключить, что человеку удобнее всего помещать в жестокие ситуации именно себя. С точки

зрения частотности тем такие анекдоты можно классифицировать в определенной последовательности, которая показательна также и с точки зрения устоявшихся лексико-семантических полей, привлекаемых для их построения:

1. Люди с увечьями и физическими недостатками. Лексико-семантические поля в этом случае сконцентрированы на лексемах, обозначающих части тела человека. Примечательно, что французский анекдот достаточно часто делает героями таких анекдотов детей:

(8) Pourquoi la petite fille tombe-t-elle de la balançoire? Parce qu'elle n'a pas de bras...[перевод: Почему девочка падает с качелей? Потому что у нее нет рук...].

(9) - maman, maman, je peux avoir les bonbons qui sont dans l'armoire?

- mais bien sûr ma chérie, tu n'as qu'à les prendre.

- mais maman, je n'ai pas de bras.

- pas de bras, pas de bonbons.

[резюме: Ребенок просит маму дать ему конфет, так как он сам не может взять их из за отсутствия рук, на что мама ему отвечает, нет рук – нет конфет].

(10) C'est l'histoire d'un petit gamain qui n'a pas de bras ni de jambes. C'est qu'une tête avec rien dessous. Il demande à sa mère :

- Maman, je peux aller jouer au foot ?

- Mais tu sais bien que tu peux pas....

- Oui, mais je veux jouer au foot.

- Ben... Prie très fort et peut-être que demain... Toute la nuit il prie et le lendemain il a deux bras et deux jambes qui ont poussé sous le cou. Il est tout fier et sa mère, lui dit :

- Va vite montrer ça à ton père...

Il court dehors, on entend des cris de joie et le père revient en disant :

- Chérie, chérie, viens voir la grosse araignée que j'ai écrasée !!!

[резюме: Ребенок, у которого нет ни рук, ни ног, идет играть в футбол, но отец перепутал его с пауком и раздавил].

Были отмечены случаи максимального сближения сюжетов в русском и французском анекдоте, с некоторыми различиями в деталях (длинные зубы/большой рот; поцарапать пол/ поцарапать мебель):

(11) - Maman, maman, tout le monde à l'école me dit que j'ai des longues dents.

- Mais non, mais non... Hé ! lève la tête tu vas rayer le plancher !

[резюме: -В школе говорят, что у меня длинные зубы. -Закрой рот -пол поцарапаешь].

12) -Мама! Меня дети в школе дразнят: Обзывают экскаватором! Говорят у меня рот большой...

-Закрой рот-мебель поцарапаешь!

Иногда в качестве персонажей выступают части человеческого тела:

(13) Соревнование инвалидов по плаванию. Кто без руки, кто без ноги. Тут выносят голову. Все прыгнули, голову столкнули. Голова тонет; ее вылавливают; она вся в слезах. Ее спрашивают:

- В чем дело?

- Понимаете, 3 года ушами грести училась, а тут какой-то лох на меня шапочку надел!

Люди, страдающие тяжелыми заболеваниями, также помещаются в юмористические ситуации:

(14) C'est Noël, dans une famille assez aisée, on assiste au déballage des cadeaux de toute la famille...

Tout le monde déballe ses cadeaux, des tonnes cadeaux pour les frères et soeurs du petit Pierre qui commence à s'interroger, jusqu'à ce qu'il tombe sur une petite boite à son nom... Il se rue dessus, l'ouvre et constate...

Une banane. Tout étonné en voyant ses frères et soeurs pleins de cadeaux innombrables, il va voir ses parents un peu triste...

- Dis maman, pourquoi le Papa Noël m'a apporté qu'une banane ?

- Tu sais combien tu coûtes au Papa Noël avec ton cancer...

[резюме: На Рождество подарили много подарков всем детям, кроме одного ребенка, которому подарили лишь один банан и объяснили отсутствие подарков большой тратой денег на его лечение от рака].

(15) - В желчном пузыре у вас камни, в моче песок, в легких известь...

- Доктор, скажите, где у меня глина и я начну строиться

2. С точки зрения денотации семейные проблемы и родственные отношения в неменьшей мере служат ареной выискивания в них возможностей актуализации черного юмора. Доминантой лексико-семантического поля, привлекаемого для текстопостроения анекдота в этом случае, являются самые разнообразные обозначения родственных отношений :

(16) - Папа, там бабушка по двору ходит шатаясь.

- Ну, выстрели в нее еще раз.

(17) Quelle est la différence entre un accident et une catastrophe?

Réponse: ta belle-mère tombe à l'eau, c'est un accident, une personne la repêche, c'est une catastrophe ! В чем разница между происшествием и катастрофой?

[резюме: Когда теща падает в воду – это происшествие, а когда ее вылавливают – это катастрофа].

(18) Deux machos discutent :

- J'attends une vraie bonne occasion d'offrir des fleurs à ma femme.

- Comme quoi ?

- Son enterrement par exemple....

[резюме: Один мужчина говорит другому, что ждет удачного момента, чтобы подарить жене цветы, например, ее похорон].

В заключение следует отметить тот факт, что во всех приведенных выше примерах лингвопортрет автора находит своеобразное преломление в структуре дискурса черного юмора, и в этом смысле представляется допустимым заявить об его особой значимости для построения юмористического дискурса заданной тональности. «Человек говорящий»,

рассмотренный под углом зрения своей психологической природы, дает повод к заключению о том, что в анекдоте черного юмора для него нет запретных тем. В жестокие ситуации помещаются как взрослые, так и дети, некоторое снисхождение делается лишь животным, неодушевленные предметы «человека говорящего» не интересуют.

Суммируя сказанное, заметим, что отражение личности повествователя в тексте анекдота (как, впрочем, и в любом тексте) позволительно расценивать как проявление его авторских характеристик, которые, однако, в данном типе текста не могут быть ассоциированы с какой-либо конкретной личностью в силу анонимности жанра анекдота. Тем не менее, их наличие в письменных репрезентациях текстов этого жанра не подлежит сомнению, и в границах «образа автора» или, в более поздней формулировке, «образа повествователя» допускает их квалификацию в терминах лингвопортрета автора.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

1. Текст анекдота, следуя самым современным текстопостроительным моделям, сохраняет многочисленные черты дискурсивности. При этом обнаруживается высокая зависимость анекдота от фоновой информации, предоставляющей «человеку говорящему» возможности выделять в ней актуальные для общества темы и воплощать их с учетом языковых ресурсов. При этом последние могут выступать в качестве первичного стимула, обусловившего рождение анекдота на базе полисемии или способной раскрыться лишь в юмористическом контексте многозначности какого-либо выражения. Продуцирование юмористической информации осуществляется также при опоре на какой-либо внеязыковой объект, помещаемый в контекст определенной экстралингвистической ситуации, детерминированной фоновыми знаниями.

2. Продуцент анекдота, его анонимный автор может исчисляться на основе языковых особенностей текста анекдота, который свидетельствует о том, что тот как «человек говорящий» постоянно развивает собственную дискурсивно-текстовую компетенцию, освоив, в частности, такие языковые модели текстопостроения анекдота, как интродуктивная реплика, заголовок, ассимиляция известных жанровых форм (письмо, объявление, газетная статья и т.д.). «Человек говорящий» как сочинитель анекдота выступает как технически и лингвистически компетентное лицо, ориентирующийся в соотношении языковых и экстралингвистических явлений, владеющий большим объемом разнообразной фоновой информации.

3. Креолизация текстового пространства анекдота, использование новых графических возможностей, освоение новых информативных ресурсов способствует расширению его семиотического диапазона, свидетельствуя тем самым об интра- и интерсемиотической компетенции «человека говорящего» .

5. Изменение статуса анекдота (активное использование его письменно/печатной формы, включение в ресурсы Интернет) отразилось на эволюции его жанровой формы и на расширении его информативного потенциала. Анекдот в его современном виде характеризуется устойчивым набором языковых и экстралингвистических признаков, которые в своей совокупности составляют его своеобразие как современной развитой дискурсивно-текстовой формы.

6. В границах текстового пространства анекдота новые структурно-семантические признаки реализуют себя как особые структуры, ответственные за конструирование юмористического содержания. В частности, структурно-семантические типы интродуктивных реплик содержат в себе сжатый поток специфической фоновой информации и играют важную роль для расшифровки юмористического эффекта.

7. «Человек говорящий» с текстопостроительной точки зрения выступает как носитель всех характерных лингвистических и экстралингвистических признаков современного анекдота. У него отчетливо просматриваются денотативные предпочтения, он активно апеллирует к фоновой информации, он полностью освоился в информативных ресурсах письменной-печатной формы текста анекдота и успешно актуализирует на данном материале его юмористический потенциал, он выработал устойчивые текстопостроительные модели анекдота, опирающиеся на чисто лингвистические факторы (полисемия и интродуктивная реплика как строительный блок текста), он также развивает линию черного юмора, предпочитая оттачивать его на представителях себе подобных.

Перечисленные характеристики «человека говорящего» позволяют квалифицировать его как языковую личность, отразившуюся в совокупном объеме текстов анекдотов, типичных для настоящего времени.

Глава 3. Антропоцентризм анекдота с позиции «человека изображенного»

Настоящая глава нацелена на раскрытие совокупного образа человека, зафиксированного в самых разных текстовых построениях анекдотов на русском и французском языках. Внимание обращается на любые фрагменты текстовых зарисовок персонажей, которые складываются в единую мозаику, дающую представление о том, с каких точек зрения текстовая форма анекдота адаптирует феномен человека, именуемого в контексте настоящего исследования «человеком изображенным».

По существу, исследование «человека изображенного» можно приравнять к изучению текстового концепта с той лишь разницей, что в данном случае он выявляется не в границах какого-то определенного текста, а в совокупности текстов одного жанра. Однако имеются исследования, в которых тот или иной текстовый концепт выявляется на базе определенной серии текстов, например, концепт «театр», отраженный в медиатекстах [Булатова, 2014:15]. Понятийная зона концепта «театр» выявляется авторами на базе значения стержневой лексемы *театр* [Там же]. Как известно, концепт имеет полевое строение и может быть описан в терминах ядра и периферии. По всей вероятности, понятийная зона в данном случае означает именно ядро исследуемого концепта, за пределами которого начинаются его периферийные зоны.

Если идти тем же путем при концептуальном исследовании ядра и периферии «человека изображенного», то следует, прежде всего, выяснить какова его лексическая актуализация в текстах анекдотов. В этом случае имеется в виду гиперо- и гипонимическая серия актуализаторов «человека изображенного», а именно встречаемость лексемы «человек», с одной стороны, и более специализированных наименований типа судья, лектор, женщина и т.д., с другой. Анализ периферийной зоны концепта «человек изображенный», также продолжается с позиции его лексической актуализации. В последующих разделах главы анализ «человека изображенного» переносится на текстовый уровень, и его репрезентация выявляется с позиции более сложных текстовых актуализаторов.

3.1 Лексические актуализаторы «человека изображенного» как составляющей концепта «человек» в текстах анекдотов на русском и французском языках

Примечательно, что в анекдотах практически не встречается лексема *человек* (отмечена также лексема *люди* в функции обращения: «Люди, кто мы?»). В различных текстовых актуализациях отчетливо просматриваются два значения лексем *человек*: «гомо сапиенс» и «некий человек, персона».

Тексты, актуализирующие первое значение, как правило, исключительно малы по объему и скорее приближаются к афоризмам:

1. Всегда счастливый человек – это человек, который научился выгодно себя обманывать
2. Как из обезьяны произошёл человек? Она просто постриглась и побрилась.

Вместе с тем, можно зафиксировать и анекдот с достаточно продолжительным по объему текстом:

3. Труд? Из обезьяны (!) сделал человека?

Человека из обезьяны сделала лень.

Трудолюбивая обезьяна полезла на дерево за бананом.

А ленивая взяла палку и сбила трудолюбивую. Вместе с бананами.

Наелась бананов и подумала - хорошо быть человеком.

Во французских анекдотах часто встречается лексема «*homme*», но лишь с неопределенным артиклем *un*, и в этом случае она имеет значение «мужчина, один (некий) мужчина». Но что бы эта лексема понималась как «человек», нужен определенный артикль *le*, однако такие анекдоты не были выявлены.

В ряде случаев, однако, сема «человек» просматривается, но очень неотчетливо, как например, в следующем фрагменте:

1. -Le directeur des ressources humaines, chargé du recrutement, dit à un candidat:

- Savez-vous que vous êtes un homme extraordinaire, comme je n'en avais jamais rencontré jusqu'alors ? Si l'on considère les qualités dont doit faire preuve l'employé que nous recherchons, sur tous les plans, sans exception, vous en êtes totalement dépourvu.

[*резюме:* Директор по персоналу говорит кандидату, что он является очень необычным человеком, потому, что он лишен, без исключения, тех качеств, которыми должен обладать служащий, которого они ищут].

Лексемы *человек* и *un homme* в значении «человек, персона, некий человек» в русских и французских текстах анекдотов в основном совпадают, хотя во французском тексте сема «мужчина» ощущается достаточно сильно:

- 1. Ça me fait mal, dit un home à sa femme, de te voir, chaque jour, passer des heures à préparer les repas dans cette petite cuisine aux murs bleu foncé.
- Oh ! chéri, tu comptes donc m'emmener régulièrement dîner au restaurant ?
- Non, pas du tout, mais je vais te repeindre cette cuisine en jaune clair, pour qu'elle te paraisse plus grande.

[*резюме:* Мужчина говорит своей жене, что ему тяжело видеть жену, готовящую в маленькой кухне с темно-синими стенами, и что он хочет перекрасить кухню в светло-желтый цвет, что бы она казалась ей более просторной].

2. -C'est trop bête, dit un *homme*, mais, régulièrement, j'arrive en retard parce que je ne parviens pas à partir à l'heure, tellement je suis ensommeillé....

-Le matin, quand vous allez au bureau ?

- Oui. Et aussi, le soir, quand j'en reviens.

[*резюме:* Мужчина жалуется, что он регулярно опаздывает на работу потому, что хочет спать по-утрам, когда идет в контору и по-вечерам, когда возвращается домой].

В русских текстах доминирует значение «человек, лицо, персона»:

1. Подходит человек к продавцу шаурмы и спрашивает:

- А это у вас раньше лаяло или мяучило?

-Нет, слишком много вопросов задавало....

2. — Сколько человек здесь работает?

— С бригадиром — 10.

— А без бригадира?

— А без бригадира вообще никто не работает.

3. Приходит как-то к московским ментам человек и спрашивает: «сколько будет стоять три машины со взрывчаткой расставить вдоль Кутузовского проспекта?» Ну, менты переглянулись, репу почесали, говорят: «Тридцать тыщ баксов!» Тут в кабинет врывается спецназ ФСБ, и кричит: «Всем стоять! Контрольная закупка!».

Помимо гиперонимов *человек* и *homme* в текстах анекдотов зафиксировано множество гипонимов, которые показательны с точки зрения тематической классификации того круга лиц, которые становятся персонажами анекдота. Это могут быть **профессии**: учительница, директор, адвокат, дрессировщик, режиссер, лектор, мэр, корреспондент, тренер, гаишник, психиатр, врач, *le medecin, un professeur des écoles, un charcutier* (мясник), *le directeur, une employée* служащая, *un juge* судья, *le vendeur* продавец; **половозрастные индикации**: мужик, парень, женщина, бабка, дама, *la jeune femme, le jeune homme, une femme un homme un monsieur*; **семейные отношения**: отец, сын; **социальные положения и взаимоотношения**: начальник, *le patron, le chef, un fonctionnaire* чиновник, две подруги, грабитель, *un hacker*, клиент два старых друга, два пожилых друга, пенсионеры, новый русский, ученик, *le propriétaire d'une petite boutique* (владелец маленького магазина); **национальности**: старый еврей, кавказец, *un industriel de Taïwan* (промышленник с Тайваня) *un Écossais* (шотландец); **состояние здоровья**: больной, *malade* (больной), *un individu très myope*

(близорукий человек), un homme avec un couteau planté dans le ventre (раненый мужчина, с ножом в животе); **признаки внешности**: блондинка une blonde sexu сексуальная блондинка, la belle blonde (красивая блондинка), un employé avec le visage tout dégoulinant d'encre noire (служащий с перепачканным чернилами лицом), Lucas (8ans) avec les bras et les genoux écorchés (Лукас (8лет) с ссадинами на руках и ногах).

Приведенные наименования касаются отображения человека в тексте анекдота и могут быть квалифицированы как непосредственно примыкающие к понятийной зоне «человека изображенного», поскольку главной семой для них остается сема «человек».

Что касается периферийных зон концепта «человек», то необходимо иметь в виду, что в различных исследованиях периферийные зоны концепта выделяются на разных основаниях, например: низкая частотность употребления (например, фразеологических единиц) [Садун, 2006] оценочный фактор, как например, при исследовании периферийной зоны лингвокультурного концепта «женщина» [Альварес Солер, 2013] или метафорически употребляемые в структуре жанра лексемы [Рухленко, 2005].

Закономерен вопрос: чем будет являться периферийная зона «человека изображенного»? Думается, что периферия «человека изображенного» может быть выделена на основе ассоциативно смысловых (или лексико-семантических) полей, создающих осязаемый облик «человека изображенного», в то же время соотносящий его с соответствующим типом текста, т.е. текста анекдота.

Выделение ассоциативно-смысловых полей, репрезентирующих концепт «человек» в его лексическом выражении, представляет собой, по сути, идеографическое описание антропоцентрической лексики текста анекдота. Если «человек говорящий» с лексической точки зрения может быть выявлен как «лингвопортрет автора» при условии, что исследователь в этом случае ограничивается только одной письменно-печатной версией текста анекдота, то «человек изображенный» позволяет углубить языковой анализ

именно через ассоциативно-семантические поля. Назовем их в этом случае более традиционно – лексико-семантическими полями, а их способность углубить анализ концепта «человек» усмотрим в том, что (как было заявлено выше) вторым лицом после автора анекдота следует признать его исполнителя. Именно последний при очередном воспроизведении анекдота реципиенту варьирует лексический состав услышанного текста, но общность смысла объединяет лексические вариации именно в границах лексико-семантического поля.

Как известно, идеографическими структурами лексики могут быть самые разные лексические объединения: тематические группы, синонимические ряды, лексико-семантические группы и т.д.

Как показал совокупный анализ вербального состава текстов антропоцентрических анекдотов, созданных на русском и французском языке, этот состав координируется следующими ассоциативно-смысловыми полями (в их лексической репрезентации – лексико-семантическими полями). При этом существенно заметить, что в ряде случаев имеет смысл учесть не отдельную лексему, а цельное словосочетание, либо лексему с предлогами или другими подчиненными словами.

Ниже приводится анализ внешности человека, которая в лексическом наполнении текста анекдота, распадается на следующие подблоки:

Лицо: русский язык: красное, синее, опухшее, румяное, маленькое, в маске, с линзами, круглое, приветливое, удивленное, счастливое, незнакомое, разбитое, белее подушки, грустное, багровое, не фонтан, индивидуальной формы, с маленькими усиками, страшное, серое, честное, знакомое, помятое, заплывшее, как у Гурченко, с шерстью, глупое, в помаде, кавказской национальности, позеленевшее, волевое, расцарапанное.

Французский язык: *farouche* (дикое), *avec une douzaine de percings* (с пирсингами), *boudeus* (надутое), *avec rouge à lèvres indélébile* (с нестираемой помадой).

Глаза: русский язык: с фингалом, красные, счастливые, бестыжые, наглые, большие, круглые, голодные, странные, с синяком, страстные, деревянные, огромные, печальные, собачьи, выпученные, с кругами под глазами, мутные, красивые, с мешками под глазами, умные, с одним глазом, закрытые, вытарашенные, со слезами на глазах, темные, зеленые, карие, голубые, с линзами.

Французский язык: avec lunettes (в очках), au beurre noir (с синяком).

Нос: русский язык: большой, картошкой, заклеенный, сломанный, приплюснутый, длинный, с кольцом, обожженный, красивый, до подбородка, курносый, с горбинкой, разбитый, силиконовый, красный, Клаудии Шифер, классической формы, прямой.

Французский язык: не зафиксировано.

Уши: русский язык: лапухи, одно ухо, большие, белые от мороза, отрезанные, откушенные, отрубленное, черное, с разорванным ухом.

Французский язык: не зафиксировано.

Брови: русский язык: густые, рассеченные, поцарапанные, дугой, выщипанные.

Французский язык: не зафиксировано.

Ресницы: русский язык: отклеенные, накладные, длинные, густые.

Французский язык: не зафиксировано.

Зубы: русский язык: желтые, золотые, кривые, здоровые, воспаленные, вставные, целые, белые, выбитые, большие, молочные, плотно сжатые, без зубов, сломанный (зуб), редкие.

Французский язык: не зафиксировано.

Ноги: русский язык: длинные, кривые, красивые, стройные, теплые, короткие, от коренных зубов, волосатые.

Французский язык: cassée (переломанные), longues(длинные).

Руки: русский язык: в варежках, в карманах, трясущиеся, корявые, без рук, отрезанные, забинтованные, золотые, грязные.

Французский язык: cassée (сломанные), écorchés (поцарапанные), bandés (перевязанные).

Ногти: русский язык: плохие, ухоженные, постриженные, обгрызанный, сломанные, накладные, длинные, покрашенные.

Французский язык: не зафиксировано.

Волосы: русский язык: волнистые, лысый, длинные, рыжие, искусственные, секущиеся, кудрявые, вьющиеся, объемные, упругие, шелковистые, дыбом, крашенные, грязные, светлые, седые, черные, редкие, желтые.

Французский язык: не зафиксировано.

Живот: русский язык: обвисший, с татуировкой, черный, плоский, огромный.

Французский язык: bien rebondi (пухлый живот).

Грудь (женская и мужская): русский язык: как спелые арбузы, плоская, как куриные яйца, в ордене, маленькая, колесом, высокая, силиконовая.

Французский язык: не зафиксировано.

Пальцы: русский язык: веером, переломанные, чистые, откушенный, толстые, вывихнутые, длинные, ампутированные, распухшие, отмороженные.

Французский язык: cassé (сломанный), pincé (проколотый), meurtri (в синяках).

Усы: русский язык: большие, красивые, черные.

Французский язык: не зафиксировано.

Щеки: русский язык: впалые, грязные, в помаде, прыщавые, красные.

Французский язык: не зафиксировано.

Шея: русский язык: сломанная, завязанная узлом, длинная, больная, сдавленная.

Французский язык: не зафиксировано.

Представленные структуры указывают не только на типологические особенности лексического наполнения текста анекдота, но и на некоторые специфические черты, характерные для его национально-культурного

бытования. Например, было отмечено, что у французов часто упоминаются трамвированные части тела, а нейтральная характеристика человеческого тела встречается крайне редко. При этом зафиксированы многочисленные случаи эмоциональной характеристики человека, части лица указываются достаточно редко, лицо обозначается сразу в целом.

3.2 «Человек изображенный» как коммуницирующий персонаж

Текст анекдота, как и любой текст, сочетает в себе авторскую и персонажную речь. Для анекдота, который представляет собой короткий рассказ, персонажная речь является важным дополнением к образу «человека изображенного». Когда автор переключается на персонажную речь, он фактически передает речевую партию персонажу, и в ней могут употребляться языковые средства, характеризующие персонажа, так как образ персонажа строится не только за счет прямых авторских характеристик (например, новый русский в малиновом пиджаке), но и посредством его речи. Характеристика через речь гораздо более трудный случай создания образа человека изображенного.

Согласимся с Ю. Набоковой, которая считает, что речь персонажа передает внутренний мир, образ жизни героя и является важным штрихом к портрету персонажа [Набокова, 2008]. В этом случае важными приемами создания речевой характеристики персонажа являются лексические и стилистические приемы. Слова и выражения, употребляемые персонажем анекдота, могут помочь в определении его социального статуса и профессиональной деятельности, а также раскрыть и другие его характеристики.

Например, в анекдоте (1) интродуктивная реплика содержит информацию о внешности человека, которого встречает Премьер-министр, а

из диалога между персонажами анекдота читатель получает дополнительную информацию о его профессиональной деятельности. В анекдоте (2) интродуктивная реплика не содержит достаточной информации о внешности и характере человека. О том, что человек изображенный является слепым, мы узнаем только из диалога.

(1) Премьер-министр перед задуманным им очередным повышением цен решил поговорить с народом. Выйдя из машины, он остановил неплохо одетого человека без лишней интеллигентности на лице:

- Скажите, если мы поднимем цены на 50 процентов, как вы будете жить?
- Да ничего, как и жил.
- Так. А если на 100 процентов?
- Ничего, вроде бы, денег хватит.
- Ага, - обрадовался премьер, - а если на 500 процентов?
- Ну, тогда, наверное, дачу куплю.
- Да-а? А кем вы работаете?
- Гробовщиком...

(2) Un homme rentre dans un bar et demande au barman:

- je voudrais un verre de vin, vite !!!
- rouge ou blanc ? Répondit le barman.
- je m'en fiche je suis aveugle !

[резюме: Мужчина заходит в бар и требует вина. На вопрос бармена, какого вина белого или красного, он говорит, что ему без разницы, так как он слепой].

Лексические средства создания речевой характеристики персонажа, выделенные Ю.Набоковой, могут быть применены и в анализе речи человека изображенного. Первое, что встречается довольно часто в тексте анекдота это **слова-маркеры**. Основная функция таких слов, по мнению автора – это придать индивидуальность человеку изображенному. Такие слова-маркеры часто встречаются в «этнических» анекдотах. По мнению Е. Шмелевой, речь украинцев, грузин, евреев, эстонцев отличается своеобразными речевыми

характеристиками. Их этническую принадлежность подчеркивают слова – маркеры, такие как (да?, однако, таки, ара...). [Шмелева, Шмелев, 2007], например:

(3) Идет армянин по Красной Площади с индюком. Подходит мент:

— Гражданин, здесь запрещается с животными гулять.

— Ара, посмотри кругом голуби сидят, им что, можно? да?

— Нуу, голубь—это символ мира. . .

— А мой индюшка что? Тебе войну объявила что ли?

(4) Грузин идет с женой мимо аптеки, на дверях которой висит эмблема – чаша и змея. Грузин — жене:

— Вах, смотри, твой мама мороженое кушает...

В анекдотах (3),(4) этническую принадлежность персонажей анекдота армянина и грузина передают слова-маркеры (Ара, характеризующую армян) и (Вах!, характеризующую грузин), а так же плохое знание русской грамматики, выраженное в неправильном согласовании существительного с прилагательным.

Второе, на что следует обратить внимание при анализе речи персонажа, это **слова-паразиты**. По мнению Ю.Набоковой, речь идет о таких словах как «значить», «такие дела», «ну», «такой», «как бы». В анекдоте (5) такое слово – паразит «ну, типа» характеризует нового русского, передает косноязычие и его ограниченный лексикон. Как правило, используется для комического эффекта. Например:

(5)Новый русский первый раз в жизни укладывает ребёнка спать и, как водится, рассказывает ему сказочку:

-Ну, типа, уехал Колобок от бабки с дедкой на крутом мерсе.

— Пап, — перебивает его сынок,

— Колобок — это только круглая башка без рук и ног. Чем же он управлял?

— А в натуре, чем?, — задумался папаша, — Ну, допустим, банком...

В тексте анекдота так же довольно часто встречается **Сленг**, который указывает на принадлежность героя к определенной социальной группе. Часто в анекдотах употребляется сленг программистов «аська» (6), новых русских «в натуре» (5), врачей и т.д.

Например:

(6) Разговор по Аське:

- Пришел директор, увидел что я играю в World of Warcraft. .. через пять минут попросил зайти к нему в кабинет. ..

- Ыыыыы Ищещь работу?

- Неа. .. он мне доспех продал, дорого, но выбора не было. ..

Важными для текста анекдота остаются фонетические, синтаксические, интонационные приемы, которые характеризуют человека изображенного и позволяют читателю или рассказчику раскрыть до конца образ человека изображенного. Среди таких приемов выделяется скорость речи, а также дефекты речи, такие как заикание, глотание звуков, шепот, крик, построение фраз, повторы и т.д. [Ю. Набокова], например, в анекдоте (7) реплика комментатора прекрасно передает иносказательно медлительность эстонцев. В анекдоте (8) в диалоге завуалирована отношение французов к бельгийцам, которых они считают недалекими.

(7) Футбол. Сборная РОССИИ — Сборная Эстонии. Комментатор:

— Эстонский нападающий получает мяч и идёт к нашим воротам. Пока развивается эта атака, я расскажу вам о составах команд, о клубах, из которых призваны эти игроки, об их биографиях в конце — концов!

— НУ НАДО ЖЕ чем—то ЗАНЯТЬСЯ, пока развивается эта атака!!!

(8) Un Belge entre dans un bureau de Poste :

- Bonjour, j'aimerais bien un timbre à 80 centimes, s'il vous plait.

- Oui, monsieur, voilà .

- Merci, combien je vous dois ?

В анекдоте (9) об особенностях дикции человека изображенного (заикании) узнаем из его речи.

(9) Встречаются два друга. Один говорит другому:

- Не па-панимаю, па-па-пачему м-м-м-моя с-с-с-сотовая к-к-к-кампания д-д-дала м-м-мне пр-приз к-к-как луч-чшему аб-б-бан-ненту.

(10) — Помнишь, я утром бегала по квартире с радостным криком «УРРА! Я наконец нашла эти чертовы ключи!!!»?

— Ну да. . .

— Ты не видел, куда я их после этого положила?

В анекдоте (11) речь парижанина отличается от речи деревенского жителя.

Парижанин говорит правильно, а речь деревенского жителя содержит сокращения, сленг.

(11)Un parisien arrive chez des amis à la campagne... Son ami paysan le reçoit :

- Cré vingt diou !! c'est-y pas l'Maurice !

- Si , si. Bonjour Serge..... Alors ... toujours autant de mouches dans la ferme? je me rappelle l'année dernière il y avait plein de mouches partout, c'était invivable!

- Ah non! À c't'heure, j'ai trouvé un truc, maintenant j'utilise l'pépé !!

- Ah bon?

- Ben ouais, on enduit l'pépé de miel et zouuu toutes les mouches elle vont sur lui cré d'vin diou !

- Ah mais il doit gigoter dans tous les sens ... le pauvre !!?

- Ah ben non ça ... l'est paralysé.

[резюме: Парижанин спрашивает своего друга деревенского жителя столько же мух на ферме, как и в прошлом году или нет. Друг отвечает, что придумал как от них избавиться, он мажет медом парализованного деда].

Иногда характеристика персонажа настолько глубоко внедряется в текстовую информацию, что требует отдельного осмысления, выступая ключом к юмористическому блоку информации. Например, в анекдоте (10)

нет прямой характеристики «человека изображенного», но из его текстовых реплик мы узнаем о его рассеянности и неаккуратности.

Суммируя вышесказанное, отметим, что речь персонажей анекдота является важным средством выявления дополнительной информации о человеке изображенном.

3.3 Психостилистика юмористического дискурса в аспекте типологических характеристик «человека изображенного»

В современных лингвистических работах, посвященных исследованию художественного текста, периодически можно встретить термин *психостилистика*, предложенный впервые В. П. Беляниным. В целом ряде работ он обосновал и развил понятие психостилистики, а также те направления текстового анализа, где её учет может оказаться плодотворным и перспективным. Автор предлагает классификацию художественных текстов по эмоционально-смысловой доминанте и на основании психиатрических критериев делит тексты на «светлые», «темные», «печальные», «веселые», «красивые», «сложные» и т.п. [Белянин, 2000].

Психостилистический принцип анализа текстов представляется исключительно ценным не только для текстов того жанра, на базе которого он разработал свою классификацию, а именно на базе литературно-художественного жанра. Не вызывает сомнения исключительная продуктивность приложения данного понятия к произведениям юмористического дискурса. В данном случае также может быть осуществлено деление текстов на «светлые», «темные», «печальные», «веселые» и т.д., особенно, если принять во внимание тот факт, что текст анекдота стал в настоящее время письменным и по этой причине он получает право быть исследованным с тех же позиций, что и любой другой текст. Нелишне будет напомнить в этой связи и тот факт что, судя по

многочисленным определениям текста, его письменная форма оказывается в числе обязательных признаков текста как языковой единицы.

Основываясь на психостилистической классификации В. П. Белянина, необходимо заметить, что построение аналогичной классификации на базе юмористического дискурса не может не учитывать специфики последнего. В частности, особый интерес представляет черный юмор, в границах художественного текста не освоенный и ни в один пункт классификации не включенный. Черный юмор имеет целью вызвать смех у реципиента через конструирование ситуации, которую ни в коем случае нельзя назвать смешной. Нельзя не заметить, что В.П. Белянин не использует в своей классификации слово «черный», ограничиваясь лексемой «тёмный». Однако, существующее выражение «черный юмор» делает целесообразным избрание именно такого наименования юмора в качестве самой отрицательной прагматической доминанты юмористического дискурса. Фактически получается, что текст анекдота предоставляет нам уникальную возможность пронаблюдать психостилистику текстового построения, не имеющего параллели, больше ни в какой области речетворческого процесса.

В. П. Белянин не употребляет такого распространенного выражения как «черный юмор» по той причине, что для литературно-художественного творчества он не является доминирующим. Что касается текста анекдота, то здесь, напротив, можно довольно часто встретить анекдоты, полностью выдержанные в этой тональности.

Особенное внимание к анекдотам черного юмора в общем контексте юмористического дискурса вполне правомерно с позиции «человека изображенного», поскольку данный пласт (и весьма значительный, к тому же) анекдотов с наглядностью свидетельствует о том, кто помещается в центр изображения и какова в этом случае их антропоцентрическая координата. В силу отмеченного обстоятельства можно констатировать, что в качестве «человека изображенного» мы в большом количестве находим больных, страждущих и изувеченных людей при полном отсутствии какой-

либо семы сострадания. Избранная денотация показательна не только для «человека изображенного», но также и для «человека говорящего», особенно в той связи, что в текстовую информацию не внедряется сострадательного блока содержания.

Анализ психостилистики юмористического дискурса следует осуществлять на базе конструируемой ситуации, которая хотя и фиктивна, поскольку в целом вымышлена, но, тем не менее, содержит элементы реальности, отобранные и скомбинированные в одно текстовое образование с явной прагматической установкой вызывать смех у реципиента. У черного юмора бывают сбои, смех иногда не вызывается, и в этом случае прагматика юмористического дискурса оказывается нейтрализованной непредвиденной реакцией реципиента. В такой ситуации закономерно сделать вывод об утрате юмористическим дискурсом собственной прагматики и о переходе на прагматику других видов дискурса, в частности, художественного или публицистического дискурса.

Как уже было отмечено выше, черный юмор представляет человека без всякого сострадания, и этот факт нельзя не принять к сведению при характеристике «человека изображенного». Можно даже констатировать, что типическим героем «темных» анекдотов становится человек в разной степени ущербный или пострадавший от несчастного случая, либо каких-то других аналогичных обстоятельств. Таким героем может стать и человек, пребывающий в полном здравии, но абсолютно безучастный в своей реакции на чужое горе. Продолжая классификацию В.П. Белянина в её приложении к анекдотам черного юмора, рассмотрим тип такого героя в контексте интенсивности черного юмора, обосновав, таким образом, его психостилистическую классификацию.

Если вспомнить приведенное в разделе 1.2. замечание о многогранности и комплексности языка как объекта исследования, то можно констатировать, что в данном случае лингвистическое исследование текста анекдота может включить в себя и психостилистический анализ

литературного построения как такового. При этом здесь наиболее отчетливо проступает та функция знания, которая играет роль опоры в процессе осмысления новых впечатлений. Как было замечено, воспринимаемая информация интегрируется с ранее известными фактами [Залевская, 2005: 113]. Знание реципиента о жестоких действиях, преступлениях, увечьях, убийствах и прочих аналогичных явлениях вполне можно квалифицировать как опорное знание. Оно также содержит «намек» на известную информацию, которая помогает осмыслить нечто новое, а именно их использование в контексте нового содержания, и это новое должно осмысляться в «черных» анекдотах в юмористическом ключе.

Приводимая ниже психостилистическая классификация анекдотов черного юмора может быть квалифицирована как *типологическая*, поскольку относящиеся сюда тексты характеризуются не только устойчивым набором денотативных элементов изображаемой ситуации, но и стандартными вербальными характеристиками. Что касается последних, то здесь обязательными будут лексико-семантические структуры, передающие разного рода повреждения человеческого тела.

Жесткий черный юмор, который займет вершину этой классификации, с денотативной точки зрения изобилует кровавыми подробностями изображаемой ситуации. Как правило, герой в этом случае решительно не реагирует на все подобные ужасы, выделяя в качестве трагического для себя момента какой-то незначительный эпизод, и тем самым смещает ожидаемые акценты, что и порождает юмористический эффект.

(1) Настоящий ужас

Таак... Что хорошего в любимой газетенке?

- Маньяк зарезал шестерых... Таак...

- Садист три месяца издевался над жертвой... Таак, понятно...

- Отравление паленой водкой: сорок пять госпитализированных... Таак, хорошо...

- Тариф на электроэнергию поднимается 5 процентов... (отбрасывая газету): вот кошмар, ну опять ужасов на ночь начитался!

(2) Нового русского начала теща напрягать. Нанял он киллеров, чтоб ее убрали. Для верности нанял двух. Специально задержался на работе, и вот, приходит домой, открывает дверь, заходит в прихожую и охреневает: Вся прихожая в крови, кишках и т.д., лежит один из киллеров изуродованный весь, искромсанный. Новому русскому становится плохо, но он на дрожащих ногах идет дальше. Заходит в спальню. Там та же картина. Все в крови, мозгах, внутренних органах. По комнате разбросано расчлененное тело другого киллера. И тут он слышит из кухни какие-то непонятные звуки. Он осторожно, крадучись, заходит на кухню и видит там тещу, которая сидит за столом и обхватив голову руками, жутко рыдает и причитает:
- Боже мой! Какие же вы звери! Какие же вы все-таки звери!

Фактически подобные анекдоты эксплуатируют известный прием обманутого ожидания, однако в контексте антропоцентрической темы здесь важным оказывается изображенный человек:

(3)- C'est trop bête, dit un policier. Une dame qui traversait sur un passage protégé avait vu un cycliste légèrement blessé, après être entré en collision avec un piéton. Les deux hommes étaient restés sur la route à se disputer. La dame a voulu appeler les secours en faisant le 17 mais, dans son émotion, elle s'est trompée et elle a composé le 71.

- Et alors ?

- Le car de Police Secours est arrivé en marche arrière et il les a écrasés tous les trois !

[резюме: Дама переходила дорогу в положенном месте и увидела велосипедиста, получившего небольшое ранение вследствие столкновения с пешеходом. Взволнованная женщина, вызывая помощь, перепутала номер телефона, и полицейская машина из-за ее ошибки задавила всех троих].

(4). Une femme a été retrouvée dans la rue, égorgée, le truc dégueulasse, quoi, avec des morceaux qui collent de partout.

Le commissaire vient voir le médecin légiste et lui demande :

- Elle a été violée ?

- Pas encore, j'attendais votre feu vert.

[*резюме*: Женщина была найдена на улице с перерезанным горлом. Комиссар спрашивает у врача была ли она изнасилована, на что врач отвечает, что ждет зеленый свет (т.е. разрешения)].

(5) Играют три новых русских в русскую рулетку. Первый берет пистолет, приставляет к голове, стреляет. Череп в клочья. Второй делает тоже самое. Мозги по стенке. Третий берет пистолет, приставляет к голове, нажимает на курок... Последняя мысль: «А разве Макаровым играют в русскую рулетку?».

Характерным для анекдота жесткого юмора является и персонификация частей человеческого тела:

(6) Оторвалась как-то у мужика голова. Тело пытается ее искать, а она лежит в канаве и кричит «Сюда! Сюда!!!».

Тут тело пробегает мимо и падает с обрыва. Голова лежит и думает: «И чего я кричала? Уши-то на мне!».

Менее жесткий (ослабленный) черный юмор, может быть квалифицирован как таковой, по крайней мере, по причине меньшего упоминания ужасающих фактов. Человек в этом случае может лишь подразумеваться, но не устраняться из контекста жесткой ситуации:

(7). Авторитетное мнение...

«Путь к сердцу мужчины лежит через его желудок», - сказала пуля со смешанным центром тяжести.

Следует отметить, что довольно часто ослабленный черный юмор составляет основу анекдота, отражающего семейные ссоры, например, в анекдотах (8) и (9). Изображаемые увечья не выходят за рамки часто случающихся несчастных случаев:

(8)- Je ne pourrai pas venir travailler, annonce par téléphone un employé à son patron. Et cela à cause d'une jambe cassée par ma femme.

- Quel est le rapport ?

- J'oubliais de vous préciser que la jambe en question, c'est la mienne.

[резюме: Мужчина предупреждает работодателя, что не сможет выйти на работу из за того, что жена сломала ногу, и уточняет: сломала *ему* ногу].

(9) Un homme au bras bandé vient consulter une extralucide:

- Je vois dans ma boule de cristal, dit celle-ci, que vous avez été victime d'un accident d'automobile.

- En un sens, oui. Ce bras cassé, je le dois à ma femme qui s'est un peu énervée parce que je ne voulais pas lui acheter l'Alfa Romeo dont elle rêve depuis longtemps.

[резюме: Мужчина приходит к ясновидящей с загипсованной рукой. Она предположила, что он стал жертвой автомобильной аварии, на что мужчина отвечает, что руку ему сломала жена не получив машину, о которой долго мечтала].

В анекдоте (10) юмористический эффект достигается путем совмещения в одном тексте совершенно несовместимых компонентов таких как морг, улыбнулся, пришла весна. Эффект усиливается и ошибками в написании слова патологоанатом.

(10) Вышел на крыльцо дворник Силантий, с высоты питерского дома на его скромную голову с достаточной силой падает сосулька со скоростью «Тополя». Ну, привезли его в морг, после зала ожидания потомственный тополог или аноманиопотолог, ну который делает заключение, короче врач для мёртвых, сел в кабинет и пишет заключение о причине смерти, улыбнулся и написал - Пришла весна.

Черный юмор, пограничный с нейтральными видами юмора, строится на базе денотативной ситуации, практически не фиксирующей элементов жестокости:

(11) Уставшая учительница после тяжелого рабочего дня, вся нагруженная сумками с тетрадями и учебниками, возвращается домой. Заходит в подъезд, а там на нее нападает бандит с ножом и требует:

- Отдай часы!

А учительница говорит:

- Нет, часы отдать никак не могу. Могу отдать классное руководство!

Жестокие детали, так или иначе, упоминаются в тексте, но они не обязательно относятся к людям. Антропоцентрическая координата в данном случае вновь замыкается на реакции героя на какую-либо подробность, что и составляет основу юмористического эффекта. «Человек изображенный» представлен здесь как человек, реагирующий на события жесткого характера:

(12) Sur un marché, une dame demande au poissonnier :

- C'est quoi, ces tranches, là ?

- Du requin.

Ça se mange, le requin ?

- Et comment ! Tenez, ce soir, sur France 3, ils repassent Les dents de la mer. Vous imaginez, pour des habitués, comme vous et votre mari, de la plage de Saint-Jean-de-Monts, une meilleure vengeance que de regarder ce film en plantant vos dents dans un bon steak de cette sale bête ?

[резюме: На рынке женщина спрашивает продавца рыбы, съедобна ли акула. Продавец уверяет женщину в том, что нет ничего приятнее для людей, проводящих много времени на пляже, чем кусок этого мерзкого животного].

(13) Le commissaire interroge un agent :

- Avez-vous établi la liste de ce que cet homme, qui s'est fait écraser sur un passage protégé, avait dans ses poches ?
- Oui : une douzaine de bouts de ficelle, une boîte de punaises, un rouleau de Scotch, un couteau à douze lames et un petit marteau.... Je me demande quelle profession il pouvait exercer.
- Voyons, dit le commissaire, cela saute aux yeux : c'est exactement l'attirail dont dispose un technicien chargé de la maintenance des ordinateurs.

[резюме: Комиссар полиции интересуется тем, что нашли в карманах убитого. Помощник перечисляет: веревки, кнопки, скотч, нож и молоток. Комиссар предполагает, что жертва при жизни чинила компьютеры].

В заключение необходимо отметить, что психостилистический подход к анализу анекдота с его тематической нацеленностью на помещение человека в жестокие ситуации позволяет выстроить одну из координат текстовой антропоцентричности анекдота. Вместе с тем нельзя не отметить, что типологическая классификация анекдотов черного юмора указывает на известную градацию в фиксации «человека изображенного» в контексте адаптированных анекдотом трагических событий жизни.

3.4 Внешний и внутренний портрет «человека изображенного» в тексте анекдота

Самым заметным проявлением антропоцентризма в тексте анекдота является актуализированный в нем человек в том виде, в каком он существует в представлении его сочинителя (автора) или издателя, опубликовавшего тот или иной анекдот. В данном случае при выявлении внешнего портрета «человека изображенного» приходится опираться на целые серии анекдотов, поскольку в силу их жанровой специфики ни один не будет границах своего малого объема отводить место литературному портрету. Тем не менее, однако, совокупный внешний образ «человека изображенного» поддается реконструкции, давая представление о том, как выглядит герой анекдота.

С этой точки зрения заслуживают упоминания и печатные издания, где издатель добавляет собственное авторство хотя бы в том, что предпосылает тексту анекдота заголовок. Заголовки очень часто (а, может быть, и всегда) являются антропоцентрическими и представляют собой характеристику человека, как со стороны внешности, так и со стороны внутренних качеств.

Например: «**Расист**» (обыгрываются политические взгляды человека), «**Небритый**», «**Une très grosse dame (Очень полная дама)**» (даётся портрет человека или упоминается деталь его внешности), «**Хвастун**» (резюмируются качества характера человека) и т.д. Во французских изданиях заголовков часто дается целой серии анекдотов и этот факт представляется весьма знаменательным в том плане, что тем самым выявляются целые тематические блоки анекдотов. В них человек многократно изображается в одном и том же виде, и, следовательно, допустимо заключить, что темой анекдота становятся типические характеристики человека. Текст анекдота освоил следующие из них: (внешний портрет) красота (**belles, belles, belles**); низкий рост (**un tout petit homme**); полная фигура (**grosses clientes**); (внутренний портрет) раздраженность (**furieux**); скука (**très ennuyeux**), скромность (**très timide**), влюбленность (**terriblement amoureux**) и т. д.

Человек как денотат выступает в тексте анекдотов в таких проявлениях: 1) внешний и внутренний портрет, характер, профессия, эмоциональное состояние и т.п.; 2) человек в социуме, как оппозиция *человек– люди*; 3) человек в окружении живой и неживой природы. Референциальное измерение человека как субъекта изображения в тексте современного анекдота имеет гораздо большее значение, чем это может показаться на первый взгляд. Совокупное выявление его актуализаций укажет на тот имидж человека, который в любой лингвокультуре (либо в каждой из них с соответствующими вариациями) считается уместным для юмористического комментирования. При этом такое комментирование столкнется с чисто языковыми аспектами, поскольку малый текстовый объём соответствующим образом отсортирует отображаемые качества субъекта – *человека* и поставит их в зависимость от языковых возможностей *человека* говорящего, обнаружив тем самым текстопостроительные свойства юмористического дискурса и конкретно – текста анекдота.

Главная текстопостроительная особенность текста анекдота заключается в том, что упоминаемая деталь внешности (если иметь в виду

внешний портрет) становится главным объектом, на базе которого продуцируется юмористический эффект, определяя тем самым конкретную реализацию различных текстовых категорий: информативности, антропоцентричности, хронотопа и т.д. Такими деталями внешности могут быть самые разнообразные физические данные, обычно критикуемые в социуме, например, полнота, плохое зрение. Во французском анекдоте полнота особенно часто выступает в качестве референциальной основы его текстопостроения (*grosse dame* «толстая дама»):

(1) Un diététicien dit à sa très grosse cliente :

- Vous savez que je suis en honoraires libres. Alors, aujourd'hui, on va faire deux choses : vous peser et fixer un montant de consultation à, disons, 80 euros. À chaque fois que vous viendrez me voir, à l'avenir, vous passerez sur la balance et je diminuerai ou j'augmenterai la somme à payer dans le même sens et dans la même proportion que vos variations de poids.

[*резюме*: Диетолог говорит своей очень полной клиентке, что первый визит ей будет стоить 80 евро, а все последующие будут напрямую зависеть от ее веса, больше или меньше 80 евро].

Что касается денотативного измерения анекдота, то важно заострить внимание на следующем моменте. Как показал анализ большой массы анекдотов, помещаемых в Интернете и публикуемых на бумажных носителях, анекдоты с упоминанием физических данных человека крайне редки. Можно, таким образом заключить, что с точки зрения внешнего облика человек в тексте анекдота просматривается очень смутно и неотчетливо. Портрет как таковой часто дается в некотором перечислении деталей внешности, однако в их упоминании просматривается несомненная детерминированность внеязыковой ситуацией, объединяющей их в определённый контекст, например, эффектная внешность современной девушки:

(2) Сидит блондинка, вся такая навороченная, только что из салона, прическа, ногти накладные, макияж дорогой, прикид все дела, ноги от

коренных зубов. Сидит красуется. Вдруг у нее в голове - тук-тук-тук!!!
Блондинка встрепенулась: - Ой, кто там? - Червяк - мозгоед! - А что ты там делаешь? - Голодаю...

Приведенный пример иллюстративен с нескольких точек зрения. Во-первых, здесь очень наглядно актуализирован фрагментарный портрет, состоящий из весьма произвольного упоминания деталей внешности, во-вторых, внешний портрет незаметно переходит во внутренний, в-третьих, для его адекватного восприятия коммуникантом-реципиентом необходима определённая фоновая информация, которая, в сущности, ответственна за продуцирование юмористического эффекта. В данном случае существенным моментом является усвоенная современным социумом глупость блондинок, послужившая стимулом для создания о них целой серии анекдотов. Роль фоновых знаний для юмористического дискурса весьма значительна, так малый текстовый объём анекдота базируется на закадровой информации.

Атрибутика внешности (одежда, очки и т.п.) также используется при текстопостроении анекдота с продуцированием на её основе юмористического эффекта:

(3) Парень с толстенными линзами в очках, на медкомиссии в военкомате у окулиста читает таблицу проверки зрения. Нижнюю строку не видит. Вторую, третью и четвертую тоже... Видит только самую верхнюю строку, да и то, подойдя вплотную. В заключение медкомиссии написано: «Годеи к ближнему бою».

(4) Больной открывает глаза, видит человека в белой одежде и слабо стонет: - Доктор, я буду жить? - Я не доктор, я Архангел Гавриил.

Достаточно типичным для текста анекдота является ситуативный портрет с упоминанием деталей внешности временного характера, например, опухшее лицо, сломанная рука, замерзшие уши, подбитый глаз и т.п., например:

(5) У реки зимой сидит рыбак, шапка лежит рядом на льду, уши белые от мороза. Мимо проходит другой рыбак и говорит:

- Ты что, обалдел, надень шапку, голову простудишь!

- Ага, щас, вчера водку предлагали, а я не услышал.

Детали внешности, описанные в анекдоте (7), и последняя фраза на английском языке играют важную роль для продуцирования юмористического эффекта.

(6) Мужик в фуфайке, грязный, небритый, подходит к телеге с навозом, впрягается вместо лошади в телегу и тянет. Тянет, падает в грязь, встаёт, снова тянет...С большим трудом вытягивает телегу на шоссе и останавливается передохнуть. Мимо на большой скорости проезжает Мерседес, тормозит, сдаёт немного назад. За рулём сидит очень красивая девушка. Она опускает стекло и говорит:

- Do you speak English?

Мужик с глубоким вздохом:

- Yes I do. А толку-то.

Такие текстовые построения часто основываются на жестоких ситуациях, перекликающихся с черным юмором. Однако они включают в себя и отдельные упоминания внешности, которые важно принять к сведению в связи с комплексным выделением портрета «человека изображенного», а также в связи с избираемыми сочинителем признаками, на которых базируется юмористический эффект:

(7)A sa femme qui rentre du marché, un homme explique :- Le petit s'était pincé un doigt dans la porte. Il hurlait, il hurlait. Il n'a pas cessé de hurler jusqu'à ce que je lui applique un bon morceau de sparadrap....- Sur son pauvre doigt meurtri ? - Non, sur la bouche. [резюме: Женщина возвращается с рынка. Муж встречает ее и жалуется на ребенка, который плакал и плакал из-за пораненного пальчика, и что он, чтобы, не слышать его рев, залепил ему рот пластырем вместо пальчика].

В черных анекдотах часто обыгрываются искаленные детали внешности, такие как отсутствие ноги в примере (8):

(8) Инвалид без правой ноги заходит в дорогой обувной бутик. Ругаясь, рассматривает каждую пару обуви:

- Обманули!!!

Продавец:

- Простите, я могу вам чем-то помочь?

- Да у вас вся обувь парная! А я от многих слышал, что в вашем бутике вся обувь левая!

Как указывалось выше, черный юмор в анекдоте весьма показателен с точки зрения его антропоцентрической организации, поскольку в качестве юмористического объекта здесь практически всегда избирается человек. В таком выборе черный юмор не знает границ и, выражаясь образно, не щадит даже детей. Иногда текстовая прагматика черного анекдота не имеет особой интенсивности и реализуется как бы попутно, иногда она полностью концентрирует в себе юмористический эффект, основываясь на эффекте обманутого ожидания (9).

(9) Мясник устроился работать помощником акушера. И вот, прошли роды нормально, акушер говорит мяснику: «Пойди взвесь ребенка».

Через 5 минут мясник возвращается. Акушер спрашивает:

- Ну как?

- Три двести..... без костей.

Внешний портрет, актуализируемый текстом анекдота, может включать заимствованные аспекты чужой внешности, приписываемые обычным людям. Например, части тела известных личностей, звезд кино и эстрады.

(10) Журнал Cosmopolitan решил создать идеального человека. От Джоли взяли губы, взяли волосы Хилтон, глаза Волочковой, Форму лица Робертс. Результат шокировал всех: получился Сергей Зверев!

(11) Un étudiant annonce au copain dont il partage le studio:- J'ai fais la connaissance d'une fille extraordinaire : elle a la poitrine de Pamela Anderson et les fesses de Jennifer Lopez.- Et de visage, comment est-elle ?- Tu as compris ce que je t'ai dit? La poitrine de Pamela Anderson et les fesses de Jennifer Lopez. Je

t'assure que, quand tu as fini de regarder cela, il te reste absolument plus de temps pour t'intéresser à un visage.

[резюме: Студент сообщает своему другу, что он познакомился с девушкой, у которой грудь как у Памелы Андерсон и задняя часть как у Дженифер Лопес. На вопрос друга, какое у нее лицо, он удивленно отвечает, что после того, как он увидел ее прелести, у него не было времени разглядывать лицо].

В ряде случаев юмористический эффект строится на противоположной оценке внешности персонажами анекдота. Упоминаются детали внешности одного человека, изменяющиеся в зависимости от ситуации, например:

(12) Разговаривают две подруги:- Говорят, тебя вчера видели с каким-то жирным и волосатым чудовищем...- Это мой жених. Он уже подарил мне на свадьбу несколько гавайских островов!- И как тебе удалось найти это мягкое и пушистое чудо?

С точки зрения портрета важно отметить детали внешности, продуцирующие юмористический эффект на основе подтекстовой информации, заключенной в знании реципиентом определенной ситуации. Например, борода, которую бреет парикмахер или отклеенные ресницы, служат стимулом для достраивания реципиентом собственно юмористической части анекдота, прямо не вербализуемой:

(13) Весьма привлекательная особа в парикмахерской делает маникюр клиенту. Пораженный ее красотой, тот пытается за ней ухаживать и просит о свидании. Женщина отказывает, говорит, что она замужем, но клиент не отстает:- Сделаем так: вы позвоните мужу и скажете, что сегодня у вас сверхурочные.- Скажите это ему сами, - советует женщина настойчивому клиенту, - именно он бреет вам бороду.

(14) Мужик после своей свадьбы приходит на работу. Сослуживцы:

- Ну и как первая брачная ночь?

- Не помню! Я сознание потерял уже после того, как она ресницы отклеила.

Детали внешности могут и не перечисляться и даже (как часть текстовой информации) казаться излишними, но в то же время обладать свойством

катализатора, усиливающего юмористический эффект, как в следующих примерах. Если оставить в тексте анекдота (15) только две реплики (полностью женщины и частично её партнера по коммуникации: я художник), а в анекдотах (16) и (17) убрать все детали описания молодого человека и механика, то юмористический заряд текста практически сходит на нет:

(15) - Я расскажу вам, доктор, все откровенно, - выпалила с порога ворвавшаяся в комнату женщина. Взглянув на нее, тот заметил: - Уважаемая, я подчеркну лишь три момента. Во-первых, вам необходимо похудеть килограммов на десять. Ваша красота, без сомнения, выиграет, если будете употреблять меньше косметики. И, в-третьих, я художник. Врач живет этажом выше.

(16) Une lampe de mineur fixée sur sa tête, une clé à molette dans une main et un tournevis dans l'autre, le mécanicien d'un garage s'est allongé sur le moteur de la voiture à réparer.

En rabattant sur lui le capot, son apprenti dit au propriétaire de l'automobile :

- Vous pouvez être sûr que si quelqu'un doit trouver un jour l'origine de votre panne, c'est mon patron qui la trouvera.

[резюме: Автомеханик с шахтерской лампой на голове, с ключом и отверткой в руках растянулся на моторе, ученик автомеханика уверяет хозяина автомобиля в том, что единственный, кто сможет выявить причину поломки, это его учитель].

(17) En regardant attentivement le garçon qui doit venir la chercher, le soir, pour l'emmener au cinéma, une adolescente lui dit :

- Finalement, le fait que tu te sois fait implanter une douzaine de piercings dans les oreilles, sur les lèvres, au-dessus des sourcils, dans le nez et je ne sais où encore, ça peut être une bonne chose. Avant qu'il ne t'interroge, dis à mon père que, sur la planète d'où tu viens, on est très strict pour les horaires et que tu dois être de retour à minuit – donc, qu'il peut être certain que tu m'auras ramenée à la maison pour onze heures et demie.

[резюме: Девушку пригласил в кино парень весь в пирсинге: на ушах, на губах, в носу. Девушка пользуется этим и просит парня сказать ее отцу, что ему надо быть на его планете ровно в полночь, и что, следовательно, они вернутся не позднее половины двенадцатого].

Достаточно подробный портрет персонажа приводится в следующем анекдоте:

(18) Женщина пришла в полицейский участок заявить о пропаже мужа. Ее сопровождал сосед, который последним видел его. Полицейский попросил женщину описать супруга.

- Ему 35 лет, рост 185 см, темные глаза, волнистые волосы, сложен атлетически, вес 95 кг, хорошо относился к детям.

Сосед запротестовал:

- Нет, нет, рост Вашего мужа 152 см, живот обвислый, лысый, да и к детям относился плохо...

Жена (сквозь зубы):

- Да-да, но кто хочет, чтобы его нашли?

Таким образом, суммируя разнообразные детали внешности людей, являющихся персонажами анекдота, можно представить следующий совокупный портрет «человека изображенного». Со стороны внешности обыгрываются следующие детали: глаза, уши, волосы, зубы, полные губы, высокий рост, отсутствие рук, ног, наличие пирсингов, толстых линз, неопрятный вид, толстая фигура, красивая фигура, стройная фигура, длинные ноги, красивый бюст, лысые, с большим животом и т.д. Со стороны личных качеств в анекдоте изображаются хвастуны, скромные, влюбленные, раздражительные, глупые, умные, скучающие, хитрые и т.д. Что касается возраста, центральное место занимает молодежь и люди среднего возраста, затем дети, а последнее место отводится старикам.

3.5 Языковые средства выражения эмоций «человека изображенного» в юмористическом дискурсе

Юмористический эффект анекдота во многом зависит не только от его содержания, но от рассказчика. Рассказывая анекдот в реальном времени, рассказчик использует экстралингвистические средства, такие как интонация, жесты и мимика, чтобы оживить анекдот и придать рассказу большую эмоциональность и, следовательно, достичь максимального юмористического эффекта. Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения, они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния. Однако с приобретением анекдотом письменной фиксации передача эмоций человека изображенного в тексте анекдота при помощи включения экстралингвистических средств, таких как пауза и неморфологические явления, становится невозможной. По этой причине для достижения необходимого юмористического эффекта приходится прибегать только к лингвистическим средствам. По отношению к тексту анекдота особо справедливыми кажутся слова В.И. Шаховского о том, что многие аспекты человеческой жизнедеятельности просто не передаются словами: язык беднее действительности, его семантическое пространство не полностью покрывает весь мир [Шаховский, 1987].

Ограниченный объем текста анекдота не позволяет подробно передавать человеческие эмоции. Письменная форма анекдота может отразить только быстрые и короткие элементы чувств. Говорить об эмоциях проще, они видны на лице (что позволяет фиксировать их при помощи разных лингвистических средств при передаче деталей внешнего портрета человека), они насыщены и ярко проявляются. Поэтому при изучении эмоциональной составляющей юмористического дискурса лучше апеллировать к эмоциям, поскольку именно эмоции иногда играют главную роль при создании юмористического эффекта.

В лингвистике отмечены разные виды передачи эмоционального содержания текста языковыми средствами. Последние могут быть фонетическими, морфологическими, синтаксическими, лексическими, орфографическими (такими, как намеренные искажения речи на письме), а также паузация, ономапопея, графические средства, вид шрифта, его размер, знаки препинания, пропуск или замена звука, повторение слов, междометий в эмоционально-значимых словах и т.д.

Практически все они находят применение в письменной фиксации текста анекдота. Например, в анекдоте (1) эмоции передаются как при помощи знака препинания, так и лексически при помощи глагола (онемела) и имеют решающее значение для передачи эмоции человека изображенного в анекдоте.

-(1) Вчера я выиграл в лотерее сто тысяч!

- А как на это реагировала твоя жена?

- Она от радости онемела.

- Это же надо - столько счастья сразу!

Чаще всего в русских и французских анекдотах эмоциональное состояние человека изображенного в тексте анекдота передается лексически, где главную функцию берут на себя глаголы. В анекдоте (2) интродуктивная реплика содержит прямое указание на эмоциональное состояние персонажа (*être ravi* «быть счастливым»). В анекдоте (3) эту функцию выполняют глаголы **se fâcher** (сердиться), **protester** (протестовать). Что касается анекдотов (4) и (5), то эмоции передаются не только глаголами **ударил кулаком, крикнул, запустил скалкой**, но и при помощи знаков препинания, таких как восклицательный знак, вопросительный знак и многоточие.

(2)Un hacker est ravi:

-J'ai réussi à infecter cinquante millions d'ordinateurs, dans le monde entier, en les contaminant avec un virus comparable à celui du rhume des foins.

-Ça se traduit comment, cette contamination ?

-Les utilisateurs se mettent à éternuer dès qu'ils ont branché leur ordinateur et cela ne s'arrête plus jusqu'à ce qu'ils l'aient éteint.

[*резюме*: Хакер счастлив, что заразил вирусом пятьдесят миллионов компьютеров во всем мире. Вирус похож на насморк, как только кто-то включает компьютер и чихает, то процесс останавливается только тогда, когда выключают компьютер].

(3) Le patron **se fâche** après un de ses employés :

-Hier, vous m'avez demandé votre journée pour aller enterrer une de vos tantes et , en fait, on vous a vu en train de jouer au tennis.

L'employé **proteste** :

Se faire coller deux roues de bicyclette, vous appelez ça jouer !

[*резюме*: Начальник сердится на своего подчиненного за то, что тот попросил отгул на похороны тети, а самого видели, играющим в теннис].

(4) Придя домой пьяный, муж ударил кулаком по столу и крикнул:

— Кто здесь хозяин?

Жена в ответ запустила в него скалкой. Почесав сильно ушибленное место, муж сказал:

— Даже спросить нельзя...

(5) Жена пилит мужа:

- Опять пьяный! Не понимаю, как можно каждый день пить?

Муж сердито отвечает:

- Сколько раз тебя, дуру, просил: не рассуждай о том, чего не понимаешь!

Существуют и самые непосредственные способы констатации эмоций в тексте анекдота, как, например, прямое указание на испытываемое эмоциональное состояние, указание на физические проявления эмоций, метафорическая концептуализация эмоций в анекдотах (6), (7), (8), (9) и (10). Лексические указания в скобках (7-10) могут внедряться в текст как обычные лексическое наполнение фразы.

(6) Le 2 janvier, un employé, **furieux**, interpelle l'homme chargé depuis peu du ménage :

-Pourquoi avez-vous enlevé de mon bureau le calendrier Pirelli, avec toutes les femmes nues, que j'avais accroché au mur ?

-Mais il le fallait bien. Avec un calendrier de l'année dernière, vous risquiez de commettre une erreur, quand vous voudriez vérifier une date.

-Mon ami, je vais vous apprendre deux choses. D'abord, ce calendrier n'était pas de l'année dernière mais de 1985. Ensuite, depuis vingt ans que je l'avais sous les yeux, je n'ai seulement jamais vu qu'il y avait des dates dessus.

[резюме: Второго января служащий в ярости спрашивает другого, почему тот снял календарь с голыми женщинами со стены, на что последний ему отвечает, чтобы он не перепутал даты и не сделал ошибку. Служащий отвечает, что календарь висит с 1985 года и что он ни разу не замечал даты].

(7) Отец спрашивает сына:

- Сынок, ты что, встречаешься с Машей из 32-й квартиры?

Сын (с вызовом):

- Да. А что?

- Да ничего. Я тоже с ней встречался когда был молодой.

(8) Сын спрашивает у отца:

- Папа, а что такое деньги?

Отец (мечтательно)

- Деньги, сынок, это машина, коньяк, красивые женщины.

Сын:

- А когда нет денег?

- Трамвай, чай и твоя мама.

(9) Поздняя осень.... У окна стоят два программиста, новичок и матерый, курят.

Новичок (восторженно):

- О, снег падает...

Матерый (задумчиво, не отрывая взгляда):

- Да, 15 килобайт в секунду...

(10) Мужик выходит из такси, платит по счетчику и 30 рублей сверху.

Шофер (**обиженно**):

- Иван Иванович, а сын ваш дает чаевые в три раза больше!

Мужик:

- У моего сына отец милиционер, а у меня кто?

Эмоции отражаются, прежде всего, в тоне голоса и при этом независимо от произносимых слов. Таким образом, можно легко распознать гнев, радость, печаль. Однако в письменной форме анекдота выражение вышеперечисленных эмоций достигается лингвистическими способами. Например, в анекдоте (12) эмоции (раздражение и гнев) фиксируются при помощи графических средств:

(12) Звонок по телефону

- Здравствуйте, я по объявлению...

- Алло, говорите громче!

- Я по объявлению!!!

- Повторите, кто это?!

- Я звоню по ОБЪЯВЛЕНИЮ!!!

- По объявлению?!

- ДА!!!

- По какому?!

- По поводу слухового аппарата!!!

- Какого аппарата!!!

- СЛУХОВОГО!!!

- А, слухового! Уже продали...

По мнению В.И. Шаховского, эмоции тесно связаны со знаниями. С их изменением изменяются мысли, что влечет за собой и изменение эмоций человека. Помимо этого разному возрасту человека «приписаны» свои эмоции, различным профессиям людей свойственны более или менее различные доминантные эмоции [Шаховский, 1987]. Анализируя анекдоты (13) и (14), приходим к выводу, что текст анекдота полностью следует данной закономерности, когда фиксирует эмоциональное состояние

преподавателя и врача. Их профессиональные качества контролируют проявление эмоций, и именно эти факторы являются решающими для создания юмористического эффекта.

(13) Преподаватель на экзамене в школе милиции замечает у студента шпору и отбирает.... Тому делать нечего, от безысходности начинает:

- Вы не имели права отбирать у меня мою собственность без соответствующих нормативно-правовых процедур!

Преподаватель (**грустно**):

- Ну что же, мне вас, молодой человек, по почкам бить.

(14) В кабинет психотерапевта заходит мужчина: кастрюля с остатками борща на голове, с ушей свисает капуста, на костюме следы от разбитых яиц, а спина вся белая от муки.

Психотерапевт, **с улыбкой**: - Ну и что же вас беспокоит, милейший?

Посетитель: - В данный момент меня беспокоит душевное состояние моей супруги...

Что касается анекдота (15), то эмоциональное состояние изображенной девушки выдает ее глупость.

(15) Встречаются две подруги.

- Ой, Маша, у тебя такие круги под глазами!

Маша (**гордо**):

- Это я циркулем, ровно получилось?

Текст анекдота с точным указанием хронотопа (пример 16) представляет собой, скорее, его письменную, нежели устную, форму. По этой причине эмоциональное состояние персонажа выражается на письме, в первую очередь, знаками препинания (восклицательный знак, вопросительный знак, многоточие), передающими растерянность и даже отчаяние пациента. Хронотоп недвусмысленно указывает на технический прогресс, породивший массу информационных устройств, поработавших человека и превращающих его в своеобразного наркомана. Реплика врача,

актуализируя этот подтекстовый блок информации, является одновременно основным носителем юмористического эффекта.

(16) 21 век. На приеме у психотерапевта:

Пациент: Доктор, помогите! Моя жизнь потеряла всякий смысл! Ни семья, ни дом, ни дети, ни работа меня не интересуют. У меня давно нет ощущения настоящей бодрости, радости, счастья и свободы! Ну...только может, когда выпью...

Доктор: Понятно, лечение следующее – отключаете интернет на мобильном и домашнем ПК, обрезаете антенну у телевизора. Лучше, конечно, вообще все это удалить из дома. Жду через 2 месяца. Вот Ваш больничный.

Пациент: Простите, доктор ... и это – все???

Доктор: Ах да забыл! Вот рецепт на таблетки...от ломки.

Суммируя вышесказанное, отметим, что письменная форма анекдота достаточно определенно фиксирует весьма широкую гамму эмоций и душевных переживаний изображенного человека. Примечательно, что они не являются юмористическим ядром сюжета и лишь сопровождают изложение юмористической ситуации. Их текстовая значимость, однако, не теряет своей ценности для текстового антропоцентризма, свидетельствуя о том объеме чувственно-эмоциональной сферы, которая характеризует совокупный образ «человека изображенного» в тексте анекдота.

3.6 Сенсорная образность и её вербальная актуализация в тексте анекдота при характеристике «человека изображенного»

Современная лингвистика текста уже давно обратила внимание на особого рода образные структуры, играющие значительную роль в создании текстовой семантики. Эти образования, называемые сенсорными образами [Журавлева, 1996: 143] или более конкретно - зрительными, слуховыми, тактильными, вкусовыми образами [Гальперин, 1981: 23], а также просто

представлениями [Славинский, 1975: 273], являются неизменным атрибутом любого художественного текста. Встречая на его страницах иногда подробные, а иногда более чем скупые описания форм, цвета тех или иных предметов, их вкусовые или фактурные свойства, производимые ими звуки, читатель в состоянии полно и емко ощутить изображаемое явление, сопровождая этими почти физическими ощущениями свои размышления и переживания от прочитанного. Нельзя, таким образом, не признать, что подобные образные мотивы в составе тестовой структуры оказываются в конечном итоге одной из важнейших категорий текста, к тому же на настоящий момент - практически не изученной. В самом общем виде данную категорию можно определить как наличие в художественном тексте чувственно достоверных картин, в той или иной мере воздействующих на воображение читателя. Если продолжить вслед за некоторыми исследователями называть подобные текстовые структуры образами, то следует выделить и соответствующий вид образности, свойственный художественному тексту, обозначив ее как сенсорная образность. Диапазон сенсорной образности вполне исчисляем: соответственно пяти каналам ощущений, связывающих мозг с внешним миром, вычленяется пять групп сенсорных образов: зрительные (визуальные), слуховые, тактильные (осязательные), вкусовые, обонятельные [Журавлева, 1996: 143].

В последнее время, однако, художественная сенсорика рассматривается в гораздо более широком контексте и квалифицируется как сенсорная лингвистика, имеющая одинаковый статус с когнитивной лингвистикой, прагмалингвистикой и прочими лингвистиками того же порядка. Её объектом провозглашается система языковых репрезентаций физиологических показаний пяти органов чувств [Харченко, 2012: 2]. Думается, однако, что до статуса самостоятельной лингвистики сенсорная лингвистика не дотягивает, и её предмет вполне замыкается в границах текстовой номинации, которая трактуется как воспроизведение в тексте

внеязыковой ситуации, выступающей в качестве его референта [Тураева, 1986: 22].

Как и все лингвистические понятия, разрабатываемые на базе художественного текста, сенсорная образность в её приложении к тексту анекдота обретает несомненную специфику. Если на базе художественного текста формулировка понятия сенсорной образности повлечет за собой выделение целого комплекса проблем, связанных с ее изучением (например, природа и сущность сенсорной образности художественного текста, ее соотношенность с теми явлениями окружающего мира, которые она отражает; место сенсорной образности в общей структуре образности художественного текста; создаваемые сенсорными образами участки текстовой семантики, их роль и функция в совокупной семантике художественного текста и т.д.), то в тексте анекдота сенсорная образность наиболее выпукло просматривается лишь в приложении к характеристике «человека изображенного».

Сенсорная сфера в юмористическом дискурсе не имеет устойчивой актуализации, но, тем не менее, затрагивает почти все каналы чувственного восприятия. В зависимости от того, как человек чувствует запахи, ощущает вкус, воспринимает цветовые и звуковые сочетания, зависит его отношение к собеседнику и к людям, в целом. Такой характер поведения человека и составляет основу юмористического эффекта.

Например, в анекдоте (1) запах не только характеризует человека неимущего (плохо одетого, грязного и дурно пахнущего), но и показывает отношение к нему других людей.

(1) Деньги не пахнут. Зато как пахнут те, у которых их нет!

Что касается анекдота (2), то запах клея «Момент», которым пользуются токсикоманы для получения наркотического эффекта, подразумевается в подтексте, требуя от реципиента известного «додумывания». Именно на этом блоке текстовой информации и строится юмористический эффект анекдота:

(2) Льготники получают от правительства социальный пакет и клей «Момент» к нему.

Как и в художественном тексте, в тексте анекдота в общем блоке сенсорных ощущений языковая передача запахов остается самой загадочной [Харченко, 2012: 4] и, можно добавить, мало используемой. Наиболее востребованной оказывается передача цветовых ощущений. Например, в анекдоте (3) белый цвет, символизируя свадебный наряд и цвет бытовой техники, напрямую связан с юмористическим эффектом, поскольку содержит намек на трудные будни супруги.

(3)- Почему невеста всегда в белом?

- Это стандартный цвет бытовой техники.

Что касается анекдота (4) то использование двух цветов белого и зеленого характеризует людей, с одной стороны, соблюдающих диету и исключаящих даже соль и сахар, а, с другой стороны, людей злоупотребляющих алкоголем.

(4) Сахар и соль – белая смерть.

Лес и водка – зеленые друзья.

В анекдоте (5) белый цвет помогает передать внешний портрет человека (индус, очень худой и с большим белым тюрбаном на голове) и играет важную роль в достижении юмористического эффекта.

(5) En vacances en Inde, un ingénieur Américain avait remarqué un Indien très maigre, coiffé d'un gros turban blanc.

C'est ce qui lui a donné l'idée d'inventer le coton-tige.

[резюме: На каникулах в Индии американский инженер заметил очень худого индуса в белом тюрбане. Это помогло ему изобрести ватную палочку].

Черный цвет, упоминаемый в анекдоте (6), в какой-то степени пародирующем известные детские страшилки, актуализирует свой переносный смысл в устойчивом словосочетании «черный список»:

(6) В черной-черной комнате, в черном-черном городе, на черной-черной площади, в черном-черном доме, в черном-черном кабинете, сидел черный-черный человек и писал черные-черные списки.

Упоминание черного цвета в анекдоте (7), где жидкость черного цвета, полученная учеником, намекает на склонности ребенка к хулиганским действиям, становится главным юмористическим нервом всего текстового построения. Здесь также интересен подтекстовый статус цветообозначения:

(7) Урок химии. Эксперимент по проведению химических реакций.

Учительница:

- Петенька, у тебя какого цвета жидкость получилась?

- Зеленого

- Хорошо, молодец!

- Машенька, а у тебя?

- Желтого.

- Ну ладно, четыре.

- Вовочка а у тебя?

- Черного.

- Вовочка ДВА! КЛАСС ЛОЖИСЬ!!!

Красный цвет в анекдоте (8), также лежащий в основе подтекста и требующий от реципиента «додумывания», позволяет охарактеризовать изображенных в анекдоте людей, в частности, глупость и тупость новых русских.

(8) Сидят двое новых русских и смотрят корриду.

Один:

- Знаешь, Толян, почему твоя жена все время надевает красное платье?

- Неет?!

- Потому, что считает тебя «быком» и ждет твоей смерти!!!

В анекдоте (9) зеленый цвет обозначает человека с другой планеты. Здесь задействуется фоновая информация, согласно которой все гуманоиды

описываются зелеными. Однако в данном анекдоте наряду с зеленым цветом, характеризующим инопланетянина, присутствует и его внешнее описание.

(9) Dans un parc public, un individu est en train de lire un journal. Un homme s'assied à côté de lui et, pour engager la conversation, l'interroge :

- Des personnes, dignes de foi, assurent qu'elles ont vu, cette nuit, une soucoupe volante évoluer au-dessus de notre petite ville. Vous y croyez, vous, aux extraterrestres ?

Abaissant son journal, l'individu **verdâtre**, à six jambes et trois mains, répond :

- Personnellement, moi, je n'y croirai que lorsque j'en aurai vu un.

[резюме: В парке некто читает журнал. Мужчина садится рядом, и чтобы завязать разговор, говорит ему, что люди уверяют, будто видели летающую тарелку и спрашивает, что он об этом думает. Мужчина зеленоватого цвета, с шестью ногами и тремя руками отвечает ему, что он поверил в это только тогда когда увидел тарелку собственными глазами].

В тексте анекдота часто фиксируются разные голосовые оттенки, назначение которых заключается в том, чтобы охарактеризовать человека через эмоции, ощущения, переживания, которые необходимы для достижения определенного юмористического эффекта. Такой эффект обычно достигается с помощью паравербальных средств, к которым, как известно, относятся просодика (темп речи, тембр, высота и громкость голоса) и экстралингвистика (паузы, кашель, вздохи, смех и плач). Например, в анекдоте (10) для передачи всей сложности ситуации недостаточно употребления слова «бандит», важным составляющим является и глагол «прошипел».

(10) Грабитель на тихой улочке остановил немолодого человека, одетого в дорогой костюм.

- А ну отдавай свои деньги! – угрожающе прошипел бандит, приставив к его горлу нож.

- Я не советую тебе этого делать, - ответила жертва. – Я работаю на правительство!

- Ах так! Тогда отдавай мои деньги!

В анекдотах (11), (12) и (13) важной юмористической составляющей, играющей главную роль при достижении нужного юмористического эффекта, являются глаголы «храпеть», «шаркать» и «чавкать». К тому же вышеназванные глаголы наглядно характеризуют людей в анекдоте.

(11) - Алло, в вашем объявлении в газете сказано, что выполняются любые услуги, включая самые экстремальные.

- Да, какая у вас проблема?

- Видите ли, моей жене не нравится, что я храплю!

- Так, от чего будем избавляться – от храпа или жены?

(12)- Почему ты всегда шаркаешь ногами, когда идешь?

- Я боюсь кота! Лучше пнуть его, чем наступить на него в темноте.

(13) Сидят отец с дочкой, кушают...

Вдруг отец задумался, поворачивается к дочке и как даст ей, ну она с синяком спрашивает:

- За что?!

- Нечего так чавкать!

Поели.... Сидят телик смотрят, отец задумался, поворачивается и как даст ей, ну она с синяком:

- А щас-то за что?!!

- Да так... Вспомнил, как ты чавкала!!!

В анекдоте (14) юмористический эффект достигается через противопоставление громкого и приглушенного голоса, а также манеры говорить спокойно с достоинством и «тороторить» быстро. Такое противопоставление дает возможность понять, где человек, изображенный в тексте, анекдота говорит правду, а где старается что-то скрыть. На данном контрасте строится юмористический эффект.

(14) Rentrant de vacances, un homme va se confesser. A haute et intelligible voix, il dit au curé :

- J'ai passé le mois d'août dans un camp un peu particulier. Là-bas, je l'avoue, j'ai péché en regardant avec trop d'insistance les femmes présentes qui étaient pieds nus....

D'une voix sourde et en boulant les mots à toute vitesse, il ajoute :

Pieds nus.....jusqu'au menton.

[резюме: Мужчина, вернувшись из отпуска, пошел исповедаться и рассказал о том, что совершил грех, разглядывая женщин с голыми ступнями, и приглушенным голосом протороторил: женщин голых от подбородка до ступней].

Отметим, что не все органы чувств человека находят отображение в тексте анекдота. Если такое чувство как осязание практически не встречается в анекдотах, то зрение играет не последнюю роль в построении юмористического эффекта, например, в анекдоте (15).

(15) Для повышения уровня нашего футбола и ответственности футболистов за качество своей игры предлагаю на майках игроков под фамилиями писать номера их мобильных телефонов, чтобы после игры каждый зритель мог позвонить спортсмену и сказать все, что он о нем думает.

В следующем анекдоте (16) зрение и способность произнести внятно слова играют важную роль для достижения нужного юмористического эффекта, одновременно характеризуя людей, изображенных в тексте анекдота. В нашем случае речь идет о недовольной, обиженной и рассерженной жене и муже, виноватом и расстроенном.

(16)Приходит муж с работы.

Жена:

- Снова пил?!

Муж:

- Не пил!

Жена:

- По глазам вижу, что пил!

Муж:

- Не пил!

Жена:

- Скажи «Гибралтар».

Муж (опустив голову):

-Пил.

Таким образом, суммируя вышесказанное, отметим, что антропоцентризм юмористического дискурса предполагает разные способы характеристики людей для достижения юмористического эффекта, где пяти органам чувств отводится не последнее место. Примечательно, однако, что в структуре сенсорной образности анекдота, вкусовые ощущения не используются для характеристики персонажа.

3.7 Политематичность текста анекдота как проявление его антропоцентрического характера

Антропоцентризм юмористического дискурса проявляется в многообразии своих текстовых актуализаций. Специфика этих актуализаций заключается в их антропоцентрической политематичности или, иначе говоря, в диффузии тем в тексте анекдота. Анекдот, главным объектом которого является человек, как правило, не концентрируется только на одной стороне его жизнедеятельности, но отражает разные её аспекты в комплексе и в известной взаимообусловленности.

Например, в анекдоте (1) фрагментарный портрет персонажа, сконцентрированный на его одежде (сапоги), нагружается сенсорной образностью (чувство обоняния), что и оказывается главным компонентом юмористического эффекта:

(1) Подходит к отцу маленькая дочурка:

- Пап, а я знаю, почему Баба-яга говорила, что чует, когда русским духом пахнет!

- И почему?

- А вот в книжке написано, что когда Иван-царевич шел, сносил шесть пар сапог. И нигде не написано, что он носки менял.

Элементы внешнего портрета часто совмещаются с прямым указанием на эмоции (**плакал и молился**), как например, в анекдоте (2):

(2) Не отрывая глаз от тумбочки, на которой лежали накладные ногти, ресницы, парик и вставная челюсть, он плакал и молился:

- Господи, спаси меня от того, что сейчас выйдет из ванной! . .

Следующий анекдот (3) совмещает несколько тем, начиная с внешней характеристики детей (слепые), сенсорики (колокольчик слышат) и темы черного юмора (добьют корову).

(3) Конференция:

- Как слепые дети играют в футбол?

- Ну, мы придумали мяч, внутри которого колокольчик. Они его слышат и знают, где мяч.

В этот момент заходит фермер:

- Это ваши слепые дети там играют?

- Да. А что вы имеете против слепых детей?

- Ничего. Просто они сейчас добьют мою корову...

Анекдоты (4), (5) аналогичны анекдоту (3) с точки зрения концентрации нескольких тем, таких как описание внешнего портрета (отсутствие рук), сенсорики (плохое зрение и осязание) и черного юмора.

(4) Больной отходит после наркоза.

- Доктор, я что-то не могу нащупать свои ноги.

- Не волнуйтесь, это оттого, что мы ампутировали вам руки.

(5) Палач, близоруко щурясь - осужденному:

- Свистни, плз, а то я плохо вижу.

Анекдот (6) совмещает не только описание внешнего портрета (слепой мужчина), но и указание на его социальное положение одинокого человека (с собакой-повадырем):

(6) Заходит слепой мужик с собакой-повадырем в супермаркет в Нью-Йорке. Идет в центр зала и начинает раскручивать над собой собаку поводке.

Его спрашивают:

- What hell are you doing ?

- I just looking around...

В анекдоте (7) делается намек на портреты сразу двух людей: девушки (симпатичная) и молодого человека. О его внешнем облике мы узнаем, только по глаголу (ржал), который одновременно свидетельствует и о сенсорике текста, и о его эмоциональности.

(7) Два друга идут по улице... Мимо проходит симпатичная девушка... Один поворачивается к другому и говорит:

- Смотри, она мне улыбнулась!!!

- Что ты думаешь, я когда тебя первый раз увидел - тоже долго ржал!

Следующий анекдот (8) является наглядным примером взаимоотношений соседей. Один покупает саксофон, довольно громкий инструмент, а второй револьвер. При этом именно через противопоставление этих предметов отчетливо проявляются их эмоции, во всяком случае, эмоции того, кто купил револьвер, эмоции же определяются сенсорикой (слух), лежащей глубоко в подтексте.

(8) Заходит мужик в магазин, товары разглядывает, удивляется, продавцу замечает:

- Какая-то странная у вас комбинация товаров: только саксофоны и револьверы... Как они друг с другом увязываются-то?

Продавец поучающе:

- Совсем не странная, увязывается все прекрасно: как только кто-нибудь покупает саксофон, вскоре приходит сосед и покупает револьвер!

В тексте анекдота довольно часто совмещаются внешний и внутренний портреты. В большинстве случаев эти портреты рассредоточены по всему

тексту, как внешние данные (старичок, старый дурак, молодой человек), так и внутренние, часто выводимые из подтекста: несчастный старик (горько плачет, всхлипывает) и внимательный и добрый молодой человек (сердобольный). Эмоциональная составляющая также присутствует.

(9) Сидит на лавочке в парке старичок и горько плачет. Сердобольный молодой человек подходит и спрашивает:

- Дедушка, вас кто-нибудь обидел?

Старичок отвечает:

- Нет, все у меня хорошо, я на пенсии, у меня много денег, огромная квартира в центре, прислуга, и 25-летняя красавица-жена, которая меня любит!

- Тогда чего-ж ты плачешь, старый дурак? - восклицает молодой человек.

А дед со всхлипом отвечает:

- Я забыл, где я живу

В анекдоте (10) внешний портрет старика и девушки играет решающую роль для выявления внутренних качеств молодой девушки, таких как жадность и любовь к деньгам.

(10) Дряхлый старик, лысый, с обвисшим брюшком, долго и пристально смотрит на себя в зеркало, стоящее напротив огромного ложа. Затем поворачивается к лежащей на кровати сексапильной девушке и с изумлением в голосе говорит:

- Это ж надо так любить деньги!

Следует отметить, что в тексте анекдота часто переплетаются описания внешнего портрета и эмоционального состояния человека. В анекдотах (11), (12) хорошо передается не только эмоциональное состояние женщины (выпала, ворвалась) и мальчика (горько плачет), но их внешний портрет (полная, чересчур накрашенная), (с шишкой на лбу).

(11) - Я расскажу вам, доктор, все откровенно, - выпалила с порога ворвавшаяся в комнату женщина. Взглянув на нее, тот заметил:
- Уважаемая, я подчеркну лишь три момента. Во-первых, вам необходимо

похудеть килограммов на десять. Ваша красота, без сомнения, выиграет, если будете употреблять меньше косметики. И, в-третьих, я художник. Врач живет этажом выше.

(12) 4 - летний Никита упал со стола и горько плачет. Папа пытается его утешить, целует шишку на голове. Никита, несмотря на утешение, ревет во весь голос. Внезапно затихает, сквозь слёзы произносит, указывая на валяющийся стол:

- Стол поцелуй. Ему тоже больно.

Следующий пример (13) является показательным по всем тематическим параметрам текстовой антропоцентричности. Он совмещает в себе такие факторы, как внешний портрет, эмоциональное состояние, черный юмор.

(13) Новому русскому некуда деньги девать, вот приходит к дорогущему диетологу, обвешанному дипломами. Сам здоров, но фигура что называется, склонная к полноте, просит составить ему персональную диету. Диетолог, смотрит на него: зачем тут худеть?! И прописывает пить коктейль-фитнес месяц. Новый русский читает состав коктейля: дрожжи и другие пищевые добавки. Покупает, пьет месяц и толстеет как на дрожжах. Возвращается к диетологу злой. Тот смотрит на него: ну и тут худеть нечего! Качает головой: Всё плохо. Вы поздно ко мне обратились, в организме уже начался необратимый процесс, простая коктейльная диета тут уже не поможет. Вот Вам шарики-добавка к пище для толстых людей. Новый русский читает состав шариков: бараний жир и другие пищевые добавки. Он пьет шарики и страшно толстеет, приходит к диетологу толстый как бочка и злой. Тот качает головой: Всё плохо, в Вашем организме произошло тяжелое нарушение обмена веществ ещё до прихода ко мне, это уже угроза жизни, но Вы вовремя обратились за помощью! Пейте шарики ещё месяц, иначе можете умереть, и доставьте себе приятное, усилив эффект приемом коктейля-фитнес. Новый русский снова читает состав лекарств: бараний жир; дрожжи. Пьет и шарики и коктейль и через месяц дико толстый умирает. Диетолог

приходит к его гробу, смотрит и удовлетворенно качает головой: Красота! Не устаю любоваться. Замечательный эффект. Вот с этого и надо было начинать! Теперь Вы прекрасный пациент.

В анекдоте (14) внешний портрет двух подруг является важным индикатором текстовой эмоциональности. Именно через диалог становится ясно, какие чувства они испытывают друг к другу (растолстела, платье в цветочек, которое, как следует из контекста, носится уже много лет).

(14) Встречаются две подруги.

- Привет! Неужели это ты? Надо же - целых 15 лет не виделись! А ты так растолстела, что я сначала тебя и не узнала.

- Ты тоже сильно изменилась, если бы не твое платье в цветочек, я бы тебя тоже не узнала.

Отношение к теще и вся гамма эмоций, связанная с данной темой, а также описание внешнего портрета и оттенки черного юмора нашли свое место в создании юмористического эффекта анекдота (15):

(15) Полез мужик чистить колодец. Почистил, зовёт тещу, чтобы верёвку ему бросила и вытащила из колодца. А теща ему: - Назовёшь мамой - вытащу. Мучился мужик, мучился - язык не поворачивается тещу мамой назвать. Та обиделась, развернулась и ушла. Мужик покричал, поматерился, нечего делать, сам как-то выбрался, весь ободрался, ногти поломал, злой, как чёрт. Выскочил из колодца, вбежал в дом - и за ружьё. Теща увидела и бегом в кукурузу прятаться. Зять за ней по кукурузе крадётся и ласково так: -Мааамо, где вы?

В примерах (16) и (17) внешний портрет, эмоции и черный юмор являются продуцентами юмористического эффекта.

(16)- Ты представляешь! Маша в аварию попала и разбила подбородок!!!

- Ну ничего страшного! У неё второй есть!!!

(17) Альпы. Горнолыжный курорт. Наверху стоит мужик: новые лыжи, костюм - все, как положено. Не супердорогое, но качественное...

Начинает спуск, где-то теряет равновесие, кубарем катится по склону, на

полном ходу врезается в подъемник.

Лыжи в хлам, рука сломана, костюм порван, голова вся в крови, половины зубов нет.

Кое-как очухивается, встает, сплевывает пару зубов, смотрит вокруг:

- И все равно лучше, чем на работе!

Пример (18) совмещает сразу несколько тем, таких как внутренний портрет (характер) человека (*très jalouse*, очень ревнивая), эмоциональное состояние, усиленное использованием фамильярной лексики (*sa petite garce*, маленькая стерва) и черный юмор.

(18) Une femme téléphone à son meilleure amie :

- Je viens de vivre deux heures atroces. Figure-toi que mon mari n'était pas rentré à 7 heures, comme d'habitude. Alors, je l'imaginai, dans un hôtel, avec sa petite garce de secrétaire.
- Et, maintenant, tu es rassurée ?
- Oh ! si tu savais comme je suis heureuse ! On vient de m'appeler de l'hôpital où il est en réanimation. Il était simplement passé sous un autobus.

[резюме: Очень ревнивая дама звонит подруге и говорит ей, что муж не ночевал дома, и что она думает, что он был со своей стервой секретаршей. На самом деле он всего лишь попал под автобус и лежит в реанимации. Услышав об этом, она восклицает: «Как я счастлива!»].

Как и в примере (18), в анекдоте (19) совмещаются эмоции (весь в слезах), черный юмор, сенсорика (цветообозначение) и элементы текстовой креолизации т.е. использования шрифта для передачи положительных эмоций.

(19) Мужик в баре пьет пиво.

В это время врывается его друг, весь в слезах:

- Вася, такая штука вышла... Друг! У тебя теща под трамвай попала...

Насмерть...

Мужик медленно поворачивается к бармену:

- Горе-то какое... Налей-ка мне ТЕМНОГО пива...

Политематичным анекдотам противостоят монотематичные, которые (20, 21) мы приводим здесь для того, чтобы те составили контраст первым. В них активно задействуется лишь текстовая эмоциональность.

Юмористический эффект в примере (20) концентрируется на перифразе, которая помещается в самый конец анекдота. Эмоциональное состояние женщины передает глагол *sermoner* (умолять).

(20) Une dame sermonne son jeune fils :

- Quand tu parles du nouveau fiancé de ta grande soeur, j'aimerais bien que tu l'appelles simplement Jérôme, et non « Malheureuse victime. Douzième ! ».

[резюме: Женщина умоляет своего младшего сына называть жениха своей старшей сестры просто, Жером, а не несчастная жертва номер двенадцать].

В анекдоте (21) юмористический эффект строится на эмоциональной реакции секретарши, которая персонифицировала два внеязыковых объекта, таких как дискета и ксерокс.

(21) Шеф дает секретарше две дискеты:

- Леночка, скопируйте вот эту дискету на эту чистую.

Через пару минут она прибегает в слезах:

- Иван Иванович, чистую дискету ксерокс зажевал

Таким образом, суммируя вышесказанное, можно прийти к выводу, что антропоцентричность текста анекдота в достаточной мере политематична. В анекдотах находят отражение несколько взаимосвязанных тем, играющих важную роль для достижения юмористического эффекта, целиком замыкающегося на человеке.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III

1. Структура текстовой антропоцентричности анекдота складывается из актуализации двух антропоцентров: «человека говорящего» и «человека

изображенного». Первый, актуализируя себя через текстопостроение и, соответственно, через использование разнообразных текстопостроительных приемов противостоит второму как традиционно формулируемый «образ автора». Именно за счет «человека говорящего» в текст анекдота вводится абстрактная координата «человек как homo sapiens», актуализируемая лексемами «человек» и (в меньшей мере) – homme. Первый антропоцентр также ответствен за гипонимические актуализации «человека изображенного» посредством различных лексем, означающих профессии, половозрастные дифференциации человека и т.д. С позиции концептуального анализа представилось целесообразным квалифицировать отмеченные выше актуализации как ядро концепта «человек изображенный», составляющего вместе с концептом «человек говорящий» цельный концепта «человек» в тексте анекдота.

2. Гипонимические актуализации помимо их ядерной концептуальной значимости имеют и собственно текстовый статус, так как указывают на круг лиц, привлекаемых для конструирования текстовой информации анекдота. В этом случае антропоцентрический потенциал текста анекдота также координируется «человеком говорящим».

3. Периферия «человека изображенного» была выделена на основе ассоциативно смысловых (или лексико-семантических) полей, создающих осязаемый облик «человека изображенного», в то же время соотносящий его с соответствующим типом текста, т.е. текста анекдота. Лексическая репрезентация «человека изображенного» включает достаточно стабильные блоки лексики, весьма многочисленные в плане их идеографической классификации.

4. «Человек говорящий» позволяет персонажам характеризовать себя самим, выделяя им в тексте анекдота собственную речевую партию. Персонажная речь в тексте анекдота слабо индивидуализирована, но содержит различные

речевые индикации, указывающие на социальный, образовательный статус человека в виде сленгизмов, просторечных выражений и т.д.

5. «Человек говорящий» отчетливо проявляет себя и в анекдоте черного юмора, так как именно с его подачи персонажами анекдота становятся люди, физически неполноценные, травмированные и даже мертвые. Все они составляют лингвокультурный типаж, присущий этому типу юмора, освоенного самыми разными лингвокультурами, и по этой причине являются наиболее стабильным блоком антропоцентрической парадигмы юмористического дискурса и анекдота, в частности.

6. Образ «человека изображенного» слагается из мелких фрагментов, рассеянных по самым разнообразным анекдотам. Его совокупное рассмотрение позволяет заявить о таких составляющих его аспектах: внешний и внутренний портрет, эмоциональная сфера, сенсорная сфера. Примечательно, что ментальная сфера, которая отображала бы отдельных представителей «человека изображенного» умными, мыслящими, интеллектуально развитыми людьми, практически не освоена текстом анекдота, где чаще можно встретить отрицание ментальности, спорадически вербализуемое лексемой «дурак».

7. Внешний и внутренний портрет «человека изображенного» в его совокупном представлении характеризуется устойчиво воспроизводимыми признаками, обнаруживающими совпадение в русской и французской лингвокультурах, и позволяет сделать заключение о его типических признаках, свойственных жанровой форме анекдота.

8. Сенсорная образность в тексте анекдота характеризуется известной избирательностью и в разной мере затрагивает пять органов чувств, оставляя практически не задействованной сферу вкусовых ощущений..

9. Существенным признаком антропоцентризма анекдота является диффузия тем (или политематичность), актуализируемая в текстопостроении анекдота

через включение в один и тот же текст анекдота множественных характеристик персонажа. Наличие политематичных анекдотов не исключает существование монотематичных текстов, апеллирующих только к одной характеристике персонажа как «человека изображенного».

10. Лексико-семантическая репрезентация «человека изображенного», проанализированная в настоящем разделе только в аспекте внешности человека, обнаруживает достаточно обширный набор тематических групп, более многочисленных по составу в русском тексте анекдота по сравнению с французским текстом. Если прокомментировать данную особенность с типологической точки зрения, то можно заключить, что национально-специфические особенности отображения человека в тексте анекдота в состоянии маркировать определённые ориентиры и границы лексического наполнения анекдота при его рассмотрении в общетеоретическом плане.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предпринятое исследование позволяет дать ответ на вопрос о характере антропоцентрической парадигмы юмористического дискурса в том виде, в каком она проявляется в тексте анекдотов.

Анекдот как жанр юмористического дискурса являет собой совершенно особый тип дискурсивно-текстовых отношений, не наблюдаемых более ни в каком другом жанре: текст анекдота (устный и письменный) рождается из дискурса и вновь в него возвращается, обретая разные версии не только в устных репрезентациях, но и в письменных, а именно публикуемых в самых разных изданиях периодической печати, различных сборниках и

помещаемых в интернетовскую сеть. Активное использование письменной формы анекдота расширяет диапазон средств, применяемых при конструировании его содержательного (информативного) объема, включая в их число разнообразные графические приемы и способы передачи информации средствами разных семиотических систем.

Антропоцентрические параметры анекдота в его специфическом дискурсивно текстовом функционировании отсчитываются, исходя и концепта «человек». Последний при этом рассматривается с учетом его текстовой раздвоенности в противопоставлении «человека изображенного» (т.е. отраженного в тексте) и человека изображающего, самого себя, названного в диссертации «человеком говорящим». «Человека говорящий» понимается как продуцент текста, его автор, вычисленный в тексте в формате лингвопортрета.

«Человек говорящий», проявляет себя в структурно-языковой сложности анекдота, и оказывается весьма чувствительным к новым веяниям времени в текстопостроении, и весьма специфичным по глубине и точности отражения действительности, а также в его несомненной целевой направленности. Его номинация в виде «человека говорящего» представилась целесообразной со следующих точек зрения.

Во-первых, текст анекдота в силу его ярко выраженной дискурсивной природы рождается в дискурсе и вновь в него возвращается в виде бесконечных текстовых вариаций текста, свойственный исполнителям анекдота, пересказывающим его в объеме, не поддающемся даже приблизительному учету. Однако не только в этом смысле он оказывается в полной мере «говорящим», таковым он является и в силу того, что первостихией анекдота является устное общение, лишь не так давно дополненное письменно-печатной формой коммуникации. Во-вторых, именно «человек говорящий» отвечает за тот конкретный тип и облик анекдота, который бытует в социуме, и в этом смысле он характеризует само общество, имеющего именно такой характер анекдота, который оно имеет.

При таком подходе антропоцентрическая координата текста анекдота находит социоцентрическое продолжение во внешней действительности. В-третьих, «человек говорящий» ответствен за текстопостроительные параметры текста. Исследование показало, что тип личности, способной создать анекдот в любой тональности, в первую очередь, проявляется в круге тем, привлекаемых для определенной цели. Антропоцентрическая тематика анекдотов, с одной стороны, разнообразна, а, с другой, достаточно стабильна. Одним из состояний, сопровождающих личность автора/сочинителя, является способность и потребность жить в вымышленных ролях, непрерывная самоидентификация с разными персонажами, которые представляют собой определенный типаж, модель мировосприятия, схему поведения. Автора, сочинителя нельзя отделять от образов персонажей, так как он входит в состав этих образов как их неотъемлемая часть. Таким образом, в анекдоте реально обозреть в самом приблизительном виде тот диапазон антропоцентризма, который свойствен юмористическому дискурсу.

Исследование также показало, что современный анекдот претендует на явное авторство, или хотя бы отличается претензией на авторские качества какой-либо личности, например Зюганова, Трахтенберга. Признаки языковой личности проявляются через дискурсивные характеристики, когда автор проявляется в различных текстовых версиях и тем самым обнаруживает присутствие языковой личности.

Что касается «человека изображенного», то, как показало исследование, его совокупный образ, собранный по его различным фиксациям в отдельных текстах анекдотов, наиболее осязаем как текстовый концепт, выделенный в серии текстов одной жанровой направленности. Вершину концепта, его ядро, составляет внедренная «человеком говорящим» абстрактная координата «*homo sapiens*», продолженная через гипонимические характеристики «человека изображенного», а также через периферийную зону концепта в виде лексико-семантических и ассоциативно-смысловых полей.

Лексические зоны концепта находят продолжение в форме текстовых структур, конструирующих образ «человека изображенного»: внешний и внутренний портрет, сенсорная и ментальная сферы. Наиболее крупным блоком оказывается внешность человека, которая и была проанализирована в аспекте её лексико-семантической актуализации. В целом «человек изображенный» растворен в текстовой ткани анекдотов и его совокупный образ складывается из небольших деталей текстовых зарисовок персонажей. Вместе с тем существенно подчеркнуть, что он характеризуется стабильным набором черт, регулярно воспроизводимых в тех или иных конкретных текстах анекдотов.

«Человек изображенный» характеризуется с точки зрения сенсорной и ментальной сферы, которые достаточно фрагментарны. Что касается ментальной сферы, то интеллектуальные личности практически не встречаются в качестве персонажей анекдота. Сенсорная образность в тексте анекдота наиболее выпукло просматривается лишь в приложении к характеристике «человека изображенного». Сенсорная сфера в юмористическом дискурсе не имеет устойчивой актуализации, но, тем не менее, затрагивает почти все каналы чувственного восприятия. В зависимости от того, как человек чувствует запахи, воспринимает цветовые и звуковые сочетания, зависит его отношение к собеседнику и к людям в целом. Такой характер поведения человека и составляет основу юмористического эффекта.

Как показало исследование, антропоцентризм юмористического дискурса влияет на эволюцию его жанровой формы, требует использования новых графических возможностей, освоения новых информативных ресурсов, расширение его семиотического диапазона для передачи всей гаммы чувств, эмоций и настроений человека. Анекдот уже не всегда можно квалифицировать как короткую смешную историю. Не переставая быть смешной, она может значительно увеличиваться в объёме, воспроизводя какую-либо текстовую форму. Текст анекдота, в современных публикациях

принимает самые разнообразные формы, такие как объявления, реклама, SMS сообщения, письма, инструкции (управление автомобилем, пользование компьютером), рецепты, выписки из приказа и т.д. По сути дела, каждая из таких форм, воплощаемая на ниве юмористического дискурса, становится носителем соответствующего блока юмористической информации, которой фактически принадлежит приоритет в создании юмористического эффекта. В соответствии со своими новыми графическими возможностями анекдот освоил и информативные ресурсы перечисленных форм (шрифты, цифры, символы, рисунки, цветные картинки и т.д.), поспособствовавших расширению его семиотического диапазона. За эти новые веяния, отразившиеся на текстовой форме «анекдота» также ответствен «человек говорящий» как продуцент текста, принадлежащий обществу, отмеченному соответствующим уровнем развития.

Исследование также выявило важную особенность юмористического дискурса, которая заключается в его политематичности или в диффузии тем в анекдоте. Анекдот, главным компонентом которого является человек, не может отображать только один аспект его жизнедеятельности. При высмеивании какой-то одной стороны его сущности, невольно затрагиваются и другие. Вместе с тем, нельзя не заметить, что отображенный в тексте анекдота человек («человек изображенный») сам по себе не смешон. Он может быть умным, глупым, красивым или некрасивым, отвечать наивно, не попадать, недопонимать смысла, т.е. вести себя так же, как персонажи художественного текста. Именно «человек говорящий» как продуцент текста комбинирует ответы и действия «человека изображенного» и тем самым создает юмористический эффект анекдота.

Отмеченные национально-специфические особенности отображения человека в тексте анекдота средствами русского и французского языков не слишком значительны и в состоянии маркировать определённые стандарты при его воплощении в тексте анекдота в общетеоретическом плане. Таким образом, можно заключить, что антропоцентрическая парадигма анекдота

репрезентирует его концептуальные характеристики, ставшие обязательными для ряда лингвокультур.

Список использованной литературы

1. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. : Учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2010. – 288 с.
2. Алефиренко, Н.Ф. Современные проблемы науки о языке: Учеб. пособие / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 416 с.
3. Алпатов, В.М. Об антропоцентрическом и системоцентрическом подходе к языку/ В.М. Алпатов // Вопросы языкознания. – 1993. – № 3. – С. 15-26.
4. Альварес Солер, А. А. Концепт "женщина" в оценочной системе испанского языка: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. – М., 2013 г. 252 с.
5. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
6. Арнольд, И. В. Лексико-семантическое поле в языке и тематическая сетка текста // Текст как объект комплексного анализа в ВУЗе. – Л., 1984 – С. 3-11.
7. Арнольд, И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И.В. Арнольд // Иностранный язык в школе. – 1978. – № 4. – С. 23
8. Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс. Вступительная статья / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 5-32.
9. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М.: «Языки русской культуры», 1999. – 896с.
10. Атаева, Е.А. Поэтический текст как источник информации // Лингвистические исследования художественного текста. – Ашхабад, 1987. – С. 83-91.

11. Бабенко, Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: учебник; практикум / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 496 с.
12. Бабенко, Л.Г. Филологический анализ текста: Основы теории, принципы и аспекты анализа: учебник для вузов / Л.Г. Бабенко. – М.: Академический проект, 2004. – 464с.
13. Бабушкин, А. П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж, 2001.
14. Багаутдинова, Г.А. Человек во фразеологии: антропоцентрический и аксиологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Багаутдинова Г.А. – Казань, 2007. – 45 с.
15. Баландина, М.Р. Юмор, его соотношение с другими эстетическими категориями и средства их передачи во французско-русских переводах: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – М. , 2000. – 197 с.
16. Баранов, А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов // Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М.: Институт русского языка АН СССР, 1991 – С. 184-193.
17. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С. 250-296.
18. Белл, Р. Социолингвистика / Р. Белл. – М.: Междунар. отношения, 1980. – 320 с.
19. Белянин, В. П. Основы психолингвистической диагностики: модели мира в литературе. – М., 2000.
20. Белянин, В. П. Психолингвистические аспекты художественного текста / В. П. Белянин. – М.: МГУ, 1988. – 121 с.
21. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
22. Бергсон, А. Смех / Авт. предисл. и примеч. Вдовина И.С. – М.: Искусство, 1992. – 127 с.

23. Богданов, В.В. Предложение и текст в содержательном аспекте. – СПб.: Филологический факультет СПб 24, 2007. – 280с.
24. Бодуэн де Куртенэ, И.А. Избранные труды по общему языкознанию. Т. 2. М., 1963.
25. Болдырев, Н.Н. Антропоцентричность языка с позиции разных культур / Н.Н. Болдырев // Филология и культура : материалы 3-й межд. конф. – Томбов, 2001. – С. 15-20.
26. Болотнова, Н.С. Филологический анализ текста: Учеб. пособие. – 4-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 520.
27. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2001. 1536с.
28. Бондалетов, В.Д. Социальная лингвистика: Учебное пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 «Рус. яз и лит.». – Москва.: Просвещение 1987. – 160с.
29. Борботько, В.Г. Элементы теории дискурса. Учебное пособие. – Грозный., 1981. – 113 с.
30. Борейко, В.Е. Прорыв в экологическую этику. Киевский эколого-культурный центр: Серия: Охрана дикой природы. – Киев, 1999.
31. Брагин, Н.Г. Память в языке и культуре / Н.Г. Брагина. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 560 с.
32. Булатова, Э.В. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ТЕАТР» В МЕДИАТЕКСТАХ AD UTILITATEM И AD QUAESTUM // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2014, № 1 (123). С. 12-20.
33. Валгина, Н.С. Теория текста: Учебное пособие. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
34. Ван Дейк, Т.А. и Кинч, В. Стратегии понимания связного текста. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка: Пер. с англ. / Сост., ред., вступ. Ст. В.В. Петрова и В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1988. – 320 с.

35. Васильева, Т.Ю. О понятиях «текст» и «дискурс» // Лингвистика и межкультурная коммуникативная практика. – Липецк, 2008. – С. 8-19.
36. Вежбицка, А. Речевые Жанры // Жанры речи. – Саратов, 1997. С. 90 - 111.
37. Веревкина, Т.А. Юмор как условие выживания в изменившемся обществе // Личность в меняющемся обществе. – Комсомольск-на-Амуре, 1998. – Ч. 2. – С. 45-49.
38. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г.. Язык и культура. Три лингвострановедческих концепции: лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы / Под редакцией и с послесловием академика Ю.С. Степанова. – М.: «Индрик», 2005. – 1040 с.
39. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г.. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.
40. Виноградов, В.А. Социолингвистическая типология / В.А. Виноградов, А.И. Коваль, В.Я. Порхомовский. Изд. 3-е. – М.: Книжный дом « ЛИБРОКОМ», 2009. – 136 с.
41. Виноградов, В.С. Виды экстралингвистической информации/В.С. Виноградов. Перевод: Общие и лексические вопросы: Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: КДУ, 2006. – 240 с.
42. Виноградова, В.Н. «Образ автора» и его выражение в сатирической прозе // Лингвистика и поэтика: преодоление границ: Сб. науч. тр. памяти Н.А. Кажевниковой. – М.; Тверь, 2008. – С. 282-292.
43. Винокур, Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. – М., - 1993. – 172с.
44. Вишневский, К.Д. Мир глазами поэта. М.: Просвещение, 1979. – 176 с.
45. Владимирова, Е.В. Фоновые знания как семантическая категория в коммуникативно-прагматическом аспекте: : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Владимирова Е.В. – Москва, 2003. – 45 с.

46. Воркачев, С.Г. Специфика восприятия культурных концептов: счастье как объект юмора // Синтез. – Краснодар, 2003. – № 2. – С. 56-65.
47. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64-72.
48. Воробей, Ю.Д.; Арутюнян Т.Н. Смех как социокультурная характеристика человека // Роль государства в формировании современного общества. – М., 1998. – С. 41-44.
49. Ворожбитова, А.А. Теория текста. Антропоцентрическое направление : учебное пособие для вузов по направлению 520300 и специальности 021700 "Филология" / А.А. Ворожбитова – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высшая школа, 2005 . – 367 с.
50. Воронкова, Н.Н. Понятия дискурса и его стратегия // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Псков, 2003. – Вып. 3. – С. 21-26.
51. Воронюк, О.В. Паронимическая аттракция в заголовке текстов англоязычной массовой коммуникации: Дисс... канд. филол. наук. 1998. – 190с. // О.В. Воронюк [Электронный ресурс: режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/vved/30199.html>].
52. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 3-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2005. – 144с.
53. Гальцова, Е.Д. Французский сюрреализм: проект абсолютной трансгрессии и понятие "черного юмора" // Кануны и рубежи. – М., 2002. – Ч. 2. – С. 338-349.
54. Ганапольская, Е.В. Воздействие диалогической речи на адресата // Речевое общение: искусство убеждать. – СПб. СПб ГТУ, 1999. С. 6-35.
55. Гончарова, Е.А. Пути лингвостилистического выражения категорий автор-персонаж в художественном тексте / Е.А. Гончарова. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 1984. – 149с.

56. Горелов, И.Н. Невербальные компоненты коммуникации / Отв. ред. В.Н. Ярцева. Предисл. В.И. Карасика. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 112с.
57. Григорьева, В.С. Когнитивно-прагматические аспекты конструирования дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. – Вып. №2, 2007 – 135с.
58. Григорьева, В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты / Тамб. гос. тех. ун-т. – Тамбов, 2007. – 287с.
59. Гумбольдт, В. фон. Язык и философия культуры. М., 1985.
60. Гюнтер, Х. Эстетика государства и трагедия смеха // ОНС : Обществ. науки и современность. - М., 1992. - N 4. - С. 87-96.
61. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация. – М.: Гнозис, 2006. – 376 с.
62. Дмитриев, А.В. Социология политического юмора. – М.: РОССПЭН, 1998. – 334 с.
63. Дорофеев, Ю.В. Антропоцентризм в лингвистике и предмет когнитивной грамматики/Ю.В. Дорофеев//Актуальные проблемы современной когнитивной лингвистики: мат. XV междунар. лингвистической конф. « Язык и мир». – Таврический национальный ун-т им. В.И. Вернадского. – 2008.
64. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. – М. : Издательство «Наука», 1984. – 268 с.
65. Дридзе, Т. М. Язык и социальная психология. Учеб. пособие для фак. журналистики и филолог. фак. ун-тов / Под ред. проф. А. А. Леонтьева. – М. : Высш. школа, 1980. – 224 с.
66. Дударева, З.М. Антропоцентрический подход как основа выделения языковых моделей времени // Современная парадигма лингвистических исследований: методы и подходы. – Стерлитамак, 2007. – С. 47-49.

67. Ермоленко, Г.Н. Функция комической поэмы XVII-XVIII вв. в становлении жанра нового французского романа // Переходные эпохи в историческом развитии. – Смоленск, 2001. – С. 140-145.
68. Ерошенко, А.Р. Концепт «человек» в антропологической лингвистике: особенности интерпретации / А.Р. Ерошенко // Антропологическая парадигма в философии. – Ставрополь, 2003. – ч. 2 : Филология. – С. 18 – 20.
69. Ефимова, С.С. Лингвокультурологический аспект обучения чтению в иностранной аудитории. На материале породий. Дис.... канд. пед. наук. М./С.С. Ефимова. – 2005. – 152 с.
70. Журавлева, Е.И. Языковые средства создания текста. Сенсорные образы и их значение (статья) // Проблемы культуры, языка, воспитания: Научные статьи и материалы преподавателей и аспирантов СГИ ПГУ. Вып. Архангельск: ПГУ, 1996.
71. Залевская, А.А. Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию / А.А. Залевская // Языковое сознание и образ мира. – М.: Прогресс, 2000. – С. 39-54.
72. Золотова, Г.А. Грамматика как наука о человеке/Русский язык в научном освещении// Г.А. Золотова. №1. – М., 2001. – С. 107-113.
73. Золян, С.Г. Язык и дискурс: что нового в « новой» дискурсивной парадигме? // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век. – СПб., 2009. – С. 13-21.
74. Зорькина, О.С. О психолингвистическом подходе к изучению текста [Электронный ресурс]: русский филологический портал // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. С.205-210.
<http://www.philology.ru/linguistics1/zorkina-03.htm> .
75. Зубкова, Л.Г. Общая теория языка в развитии. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 472с.

76. Иванищева, О.Н. Актуализация фоновых знаний носителя языка в художественном тексте // Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н.А. Некрасова. – Кострома, 2008. – № 1. – С. 152-156.
77. Иванова, Е.В. Антропоцентризм в пословице // Антропоцентризм в языке и речи. – СПб., 2003. – С. 162-168.
78. Иванушкін, В. Проблема читачівства та її вивчення. – К.: УНІК, 1926. – 32с.
79. Иеронова, И.Ю., Трофимова, О.А. Текстовый концепт «общество потребления» в романе Фредерика Бегбедера «99 франков». Вестник Балтийского федерального университета им. И.Канта. – 2012. – вып. 2. – С.38-43.
80. Исаева, Л.А. Виды скрытых смыслов и способы их представления в художественном тексте: автореф. дис.....д-ра филол. наук: 10.02.01., 10.02.19/Л.А. Исаева. – Краснодар, 1996. – 38с.
81. Казакова, Т.А. Художественный перевод. Теория и практика / Т.А. Казакова. – СПб.: ООО «ИнГъязиздат», 2006. – 544 с.
82. Каламбет, Е.В. Проявление антропоцентризма в современной отечественной лексикографии: на материале лингвистических словарей: : Дис. ... канд. филол. наук / Каламбет Е.В. – Кубань – 2007. – 177 с.
83. Калачина, Л.В. Маска как составляющая языковой личности [Электронный ресурс]: типы языковой личности // Языковая личность: проблемы значения и смысла: сб. научных трудов. – Волгоград, 1994. <http://meropr.ropryal.ru/liter2007/img/tom2.pdf>.
84. Каменская, О.Л. Текст и коммуникация: Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. яз. – М. : Высш. школа, 1990. – 152 с.
85. Каминская, Э.Е. Фоновые знания и интеграция текста // Ученые записки Института непрерывного педагогического образования. – Вел. Новгород, 2003. – Вып. 5., кн. 1. – С. 156-159.

86. Карасик, В. И. Анекдот как предмет лингвистического изучения. – Жанры речи. – Саратов, 1997.
87. Карасик, В.И. Религиозный дискурс / В.И. Карасик //Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 1999. – С. 5-19.
88. Карасик, В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
89. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
90. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263с.
91. Квета Кожевникова. Об аспектах связности в тексте как целом // Синтаксис текста. – М.: Наука, 1979. – с. 49-67.
92. Кибрик, А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. ... д-ра филол. наук / А.А. Кибрик. – М., 2003. – С. 30–35.
93. Кибрик, А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – № 2. – С. 3-22.
94. Кирнозе, З.И. Россия и Франция: диалог культур. – Нижний Новгород: изд-во НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2002. – 272с.
95. Киров, Е.Ф. Теоретические проблемы моделирования языка. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – 256 с.
96. Киров, Е.Ф. Теоретические проблемы моделирования языка. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – 256 с.
97. Кожина, М.Н. Об отношении стилистики к лингвистике текста / М.Н. Кожина // Функциональный стиль научной прозы: Проблемы лингвистики и методики преподавания. – М., 1980. – С. 23-24.
98. Кожина, М.Н. Семантика и структура заголовка / Н.А. Кожина. – М., 1984. – С. 56-62.

99. Колшанский, Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. Серия «Лингвистическое наследие XX века». Изд. 3., стереотипн. – 2006. – 128с.
100. Колшанский, Г.В. Паралингвистика / Г.В. Колшанский. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 96 с.
101. Конецкая, В.П. Социология коммуникации: учеб. / Конецкая В.П. – М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с.
102. Костецкий, А.Г. Материальная природа поэтического текста и его восприятие// Лингвистика и поэтика. М.: Наука, 1979. – С. 200-206.
103. Красавин, И.Т. Текст. Дискурс. Контекст. Введение в социальную эпистемологию языка / И.Т. Красавин. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2008. – 544с.
104. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты «страх» и «одиночество» в романе Роберта Музиля «Душевные смуты воспитанника Тёрлеса» [Текст] / Н. А. Красавский // Современная филология: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). — Уфа: Лето, 2014. — С. 115-118.
105. Красных, В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология / В.В. Красных – М.: Гнозис, 2002. – 283 с.
106. Кривоносов, А.Т. «Лингвистика текста» и исследование взаимоотношения языка и мышления // Вопр. Языкознания. 1986. № 6. – с. 23
107. Кубрякова, Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности / Отв. ред. Б.А. Серебренников. Изд. 2-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 160 с.
108. Кубрякова, Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор) / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. – М., 2000. – С. 7-25.
109. Кубрякова, Е.С. О тексте и критериях его определения / Е.С. Кубрякова // Текст. Структура и семантика. – М., 2001. – С. 72-81.

110. Кузнецова, Т.Я. Об одном средстве сатирического изображения персонажа у Ги де Мопассана // Проблемы теории и методики преподавания иностранных языков. – Архангельск, 1997. – С. 62-71.
111. Кузьминская, С. И. Фоновые знания в массовой культуре. Г. Орел, 2002. 177с.
112. Курганов, Е. Анекдот как жанр. СПб, 1997.
113. Кухаренко, В.А. Интерпретация текста / В.А. Кухаренко. – М.: Просвещение. – 1988. – 192 с.
114. Лаврентьева, Е.А. Текст и контекст в графическом дизайне: Актуальные проблемы и тенденции визуализации текста. – М.: МГХПУ им. С.Г. Строгонова, 2008. – 231 с.
115. Левицкий, Ю.А. Лингвистика текста: Учеб. пособие / Ю.А. Левицкий. – М.: Высшая школа, 2006. – 2007 с.
116. Леонтьев, А.А. Язык, речь, речевая деятельность. Изд. 4-е, стереотипное. М.: Комкнига 2007. – 216с.
117. Лещак, О.В. Очерки по функциональному прагматизму: Методология – онтология – эпистемология. – Тернополь-Кельце, 2003. – 255с.
118. Лотман, Ю.М. Анализ поэтического текста / Ю.М. Лотман. – Л.: Просвещение, 1972. – 271 с.
119. Лотман, Ю.М. Семиотика культуры и понятие текста / Ю.М. Лотман // Избранные статьи. Т. 1. – Таллинн: Александра, 1992. – С. 129–132.
120. Лутовинова, О.А. Анекдот в смеховом мире Интернета: [Электронный ресурс: режим доступа:] // Аналитика культурологии. – М., 2007.
121. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
122. Манаенко, Г.Н. Дискурс в его отношении к речи, тексту и языку (статья) Язык. Текст. Дискурс: Межвуз. сборник научных статей. –

- Ставрополь: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2003. С. 26 – 40.
123. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие / В.А. Маслова. – М.: Флинта. Наука, 2007. – 296 с.
124. Милевская, Т.В. О понятии «дискурс» в русле коммуникативного подхода / Т.В. Милевская // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах «Коммуникация-2002». – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2002. – Ч.1 – с.188–190.
125. Миллер, Л.В. Элементы структуры художественного дискурса: (К проблеме описания) // Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер. 2., История, языкознание, литературоведение. – СПб., 2002. – Вып. 1. – С. 71-78.
126. Миловидов, В.А. От семиотики текста к семиотике дискурса: пособие по спецкурсу / В.А. Миловидов. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. – 98 с.
127. Миронова, Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики / Н.Н. Миронова. – М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с.
128. Михилев, А.Д. Проблемы развития сатиры во французской литературе XX века: (Послевоен. проза). Автореф. дис. ...д-ра филол. наук / МГУ им. М.В. Ломоносова. Филол. фак. – М., 1989. – 36 с.
129. Михилев, А.Д. Жанрово-композиционное своеобразие современной французской сатирической прозы: (П. Данинос, Р.Эскарпи, Р.Фалле) // Жанр и композиция литературного произведения. – Петрозаводск, 1986. – С. 167-175.
130. Морозова, А.М. Специфика юмористического дискурса: Жанр анекдота. *Lingua mobilis* № 4 (18) 2009, с. 52.
131. Набокова, Ю. Речевая характеристика. Как разнообразить речь персонажа. – М. – 2008. [Электронный ресурс. Режим доступа: <http://litclub.cvclinton.com/viewtopic.php?f=19&t=12657>].
132. Нелюбин, Л.Л. Лингвостилистика современного английского языка / Л.Л. Нелюбин. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 128 с.

133. Нелюбин, Л.Л. Наука о переводе (история и теория с древнейших времен до наших дней) / Л.Л. Нелюбин, Г.Т. Хухуни. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 416 с.
134. Новиков, А.И. Семантика текста и ее формализация. Издательство «Наука». – М., 1983. – 213 с.
135. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка под ред. Т.Ф. Ефремовой, 2000.
136. Огнева, Е. А. Структурирование религиозного дискурса: субконцепт «молитва» // Фил. науки. Вопр. теории и практики. – Тамбов, 2008. – № 1 (1), ч.1. – С. 132-135.
137. Олизько, Н.С. Интертекстуальность как системообразующая категория постмодернистского дискурса (на материале произведений Дж. Барнса): автор. дис...канд. фил. наук [Текст]/Н.С.Олизько. – Челябинск, 2002 – 27 с.
138. Олизько, Н.С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе: автор. дис...докт. фил. наук [Текст]/Н.С.Олизько – Челябинск, 2009 – 43 с.
139. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: Монография. – М.: Гнозис, 2007. – 407с.
140. Орлова, О.В. Когнитивно-стилистический анализ текстовых концептов в контексте современных лингвоконцептологических исследований. Вестник Томского государственного университета. Вып. 326. – 2009. – С.34-37.
141. Падугова, Е.В. Тема языковой коммуникации в сказках Льюиса Кэрролла // Семиотика и информатика: Вып. 35. – М., 1997. – С. 192.
142. Пескова, Е.К. Об антропоцентризме прециозного стиля. Материалы международной научной конференции «Психосистематика в России и зарубежом» Памяти Л.М. Скрелиной. [Электронный

- ресурс. Режим доступа: <http://17v-euro-lit.niv.ru/17v-euro-lit/articles/peskova-ob-antropocentrizme.htm>].
143. Петренко, М.С. Современный анекдот в текстовом, жанровом и дискурсивном аспектах. Дисс..... канд. филол. наук/М.С. Петренко. – Таганрог, 2004. – 38с.
144. Пешковский, А.М. Объективная и нормативная точка зрения на язык // Избр. труды. – М. 1959. С. 58.
145. Пищальников, В.А. Текст и дискурс: к вопросу о содержании лингвистических понятий // Рус. яз. В шк. – М., 2008. – № 8. – С. 60-66.
146. Покровская, Е.А. Человек в языке и культуре. Новые аспекты изучения / Е.А. Покровская // Антропоцентрическая парадигма в филологии – Ставрополь, 2003. – ч. 2: Филология. – С.11-18.
147. Попова, Е.А. Человек как основополагающая величина современного языкознания / Е.А. Попова // Филологические науки. 2002. № 3. С. 69-77.
148. Проскурина, А.А. Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе. Дис. ... канд. филол. наук / Лутовинова, О.А. – Самара – 2004.
149. Прохоров, Ю.Е. Действительность: Текст. Дискурс: учеб. Пособие / Ю.Е. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Флинт: Наука, 2009. – 224 с.
150. Растье, Франсуа. Интерпретирующая семантика. Перевод с французского, примечания, предметно-именной указатель А.Е. Бочкарева. – Нижний Новгород: «Деком», 2001. – 368 с.
151. Реферовская, Е. А. Лингвистические исследования структуры текста. Издательство «Наука», Ленинградское отделение, 1983. – 214 с.
152. Рождественский, Ю.В. Лекции по общему языкознанию .Учеб. пособие для филол. спец. ун-тов. — М.: Высш. шк. , 1990. — 381 с.

153. Рожков, В.В. Метафорическая художественная картина мира А.и Б. Стругацких (на материале романа «трудно быть богом»). Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Новосибирск, 2007. – 177 с.
154. Рудяков, А.Н. Лингвистический функционализм и функциональная лингвистика. – Симферополь, 1998.
155. Рухленко, Н.Н. Концепт "семья" в жанре семейных родословных: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Белгород, 2005 г. 265 с.
156. Садун, Д.М. Лексико-фразеологическое поле "Наименования лиц по речевой деятельности" в современном русском языке (структура, семантика и функционирование): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Воронеж, 2006 г. 189 с.
157. Сарычев, В.В. Текст как закрытая система языковых знаков // Вестн. Моск. гос. гуманит. ун-та. – М., 2008. – № 2. – С. 5-8.
158. Седов, К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. – М.: лабиринт, 2004. – 320 с.
159. Седов, К.Ф. Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров // Жанры речи: Сборник научных статей. Вып. 3. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. С. 40-52.
160. Седых А.П. Языковая личность и этнос: (национально-культурные особенности коммуникативного поведения русских и французов). – М.: Спутник+, 2004. - 268 с.
161. Седых А.П. Французская языковая личность: когнитивно-коммуникативный аспект: монография. - Белгород: Белгородск. гос. ун-т, 2013. - 242 с.
162. Серио, П. Русский язык и советский политический дискурс: Анализ номинаций [Текст] / П.Серио // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М., 1999.
163. Сёрль, Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Сёрль // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 17. – С. 151–169.

164. Сидоров, Е.В. Онтология дискурса. Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232с.
165. Славинский, Я. К теории поэтического языка / Я. Славинский // Структурализм: «за» и «против»: Сб. статей. – М.: Прогресс, 1975, – с. 256-277
166. Словарь литературоведческих терминов. М. «Просвещение» 1974 г. 509с.
167. Словарь русского языка: в 4-х т./АН СССР, Ин-т рус. яз., Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981-1984. Т. 4. С-Я. 1984, 794 с.
168. Смирнов, В.П. Франция: страна, люди, традиции. – М.: «Мысль», 1988. – 286 с.
169. Солганик, Г.Я. Стилистика текста: учеб. Пособие / Солганик Г.Я. – М.: Флинта, Наука, 1997. – 256 с.
170. Солодовникова, О.В. Генезис понятия "юмор" // IV Сибирская школа молодого ученого. – Томск, 2001. – Т. 5. – С. 26-31.
171. Сулименко, Н.Е. Текст и аспекты его лексического анализа: Учеб. пособие /Сулименко Н.Е. – С. Петербург. гос. политехн. ун-т. – СПб., 2007. – 212 с.
172. Сулимов, В.А. Когнитивные стратегии в современном русском литературном тексте. Вестник международной академии наук (русская секция). – 2007. – С. 75-79.
173. Сургутян, К.К. Лингвориторические средства выражения антропоцентризма в русском и переводном эзотерическом дискурсе. Дис.....канд. филол. наук. – Сочи. 2007, 180с.
174. Суринова, Е. А. Формирование литературных фоновых знаний как компонента иноязычной культуры в практическом курсе языка (Английский язык, языковой вуз, 1-й курс) : Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 : Орел, 2001. – 228 с.

175. Сычев, А.А. Роль смеха и чувства юмора в гуманизации и гуманитаризации вузовского образования // Обновляющаяся Россия: формирование нового гуманитарного пространства. – Саранск, 1997. – С. 245-250.
176. Тарасенко, Т.В. Лингвистические аспекты анекдота (статья) // Т.В. Тарасенко. Лингвистический ежегодник Сибири. Вып.7. – Красноярск, 2005. с. 114-123.
177. Тарасова, И.П. Структура личности коммуниканта и речевое воздействие // Вопросы языкознания. – 1993. – №5 – С. 70-83.
178. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – 2-е изд., доработанное. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 352 с.
179. Томахин, Г.Д. Реалии – американизмы / Г.Д. Томахин. Пособие по странов. Учеб. пос. для инст. и фак. ин. яз. – М.: Высш. шк., 1988. – 239 с.
180. Тураева, З.Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика). Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 «Иностр. яз.». – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
181. Факторович, А.Л. Научное наследие Г.Г. Инфантовой и тенденции исследования дискурса // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах ставропольского отделения РАЛК /Под редакцией Г.Н. Манаенко Вып. 8. –Ставрополь. – Издательство СГПИ, 2010. 582 с.
182. Федосюк, М.Ю. Неявные способы передачи информации в тексте: Учебное пособие по спецкурсу. – М.: МГПИ им. В.И. Ленина, 1988. – 83 с.
183. Фефилов, А.И. «Философия тождества» и некоторые когнитологические выводы / Современные технологии обучения иностранным языкам. Сборник научных трудов УлГТУ. – Ульяновск, 2011. – С.113-125
184. Филиппов, К.А. Лингвистика текста и проблемы анализа устной речи: Учеб. Пособие. – Л., 1989. 97 с.

185. Формановская, Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М.: Изд-во ИКАР, 1998. – 292 с.
186. Французская философия и эстетика XX века: Анри Бергсон. Эмманюэль Мунье. Морис Мерло-Понти. Пер. с фр. / Предисл.: Морель П.; Коммент.: Густырь А.В., Вдовина И.С. – М.: Искусство, 1995. – 271 с.
187. Фуко, М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: Сборник / М. Фуко. – М.: Магистериум: Изд. дом «Касталь», 1996. – 446 с.
188. Хализев, В.Е. Теория литературы [Текст]/ В.Е.Хализев – М.: Высшая школа. – 2002. – 437 с.
189. Халиков, М.М. Дискурсивно-прагматические аспекты антропонимической номинации // Филологическая проблематика в системе высшего образования. – Самара, 2007. – С. 56-60.
190. Харченко, В.К. Лингвосенсорика: фундаментальные и прикладные аспекты. Либроком. – 2012г. –216с.
191. Холкидзе, Ю.В. Вербальные репрезентации фоновых знаний Москва. – 2009. –151с.
192. Хорошева, Н.В. Социальные диалекты и смеховые архетипы: лингвокультурологическое исследование // Национальный менталитет и языковая личность. – Пермь, 2002. – С. 38-45.
193. Черемухин, А.Г. Конструирование юмора / А.Г. Черемухин – М.: Воентехиниздат, 2005. – 3-е изд., доп. – 116 с.
194. Чернухина, И.Я. Лирика И.Бунина в аспекте речевого мышления / И.Я.Чернухина // Филологические записки. Воронеж, 1995. - Вып.4. - С.36-47.
195. Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. тр. – СПб., 2001. – С. 11 - 22 с.

196. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
197. Чуланова, Г.В. Статус читателя как субъекта коммуникации / Г.В. Чуланова // «Вестник Сум Ду» № 11 (95) 2006. Том 2. – С. 87-94.
198. Шабес, В.Я. Событие и текст. - М.: Высшая школа, 1989. — 175 с.
199. Шапошников, Ю.С. Анекдот в художественной и автобиографической прозе А.С. Пушкина. – М., 2005. – 154с.
200. Шаховский, В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – Воронеж, 1987.
201. Шаховский, В.И. Языковая личность в лингвистике эмоций // Языковая личность: проблемы семантики и прагматики. – Волгоград: РИО, 1997. – С.3-10.
202. Шелякин, М.А. Язык и человек: к проблеме мотивированности языковой системы: учеб. пособие / М.А. Шелякин. – М.: Флинта, 2005. – 296с.
203. Широ́ва, И.А., Гончарова, Е.А. Текст в парадигмах современного гуманитарного знания / Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб.: Кн. дом, 2006. – 171 с.
204. Шмелева, Е.Я., Шмелев, А.Д. Мы и они в зеркале анекдота // Отечественные записки, – М., – 2007г.
205. Шмелева, Е.Я., Шмелев, А.Д. Рассказывание анекдота как жанр современной речи: проблемы вариативности. – Жанры речи, II. – Саратов, 1999.
206. Шмелева, Т.В. Модель речевого жанра / Т.В. Шмелева // Жанры речи: сборник науч.ст. – Саратов: колледж, 1999. – С. 88-98.
207. Язык, дискурс и личность: Межвуз. сб. науч. тр. / Редкол.: И. П. Сусов / Тверь: Тверской государственный университет, 1990. – 134 с.
208. Adam, J.-M. Les textes : types et prototypes, Paris, Nathan. 1992.
209. Anthropologie d'un point de vue pragmatique, Paris, Vrin, 1984, p.17.

210. Attardo, S. & Raskin, V. Script theory revis (it) ed : Joke similarity and joke representational model / S. Attardo, V. Raskin // *Humour: International Journal of Humour Research*. – 1991. – Vol. 4. – P. 293-347.
211. Attardo, S. *Linguistic Theories of Humor*. Berlin, N.Y., Mouton de Gruyter, 1994. – 426 p.
212. Barbier, P. Jeux et enjeux du discours rapporté pour le discours argumentatif // *Analisi ling. E lett.* – Milano, 2008. – A. 16, № 1. – P. 403-413.
213. Baylon, Chr. *Sociolinguistique: Soc., langue et discours.* / Sous la direction de Mitterand H. – 2 ème éd. – P. : Nathan, 2003. – 300 [4] p.
214. Benveniste, E. « L'appareil formel de l'énonciation ». In *Problemes de linguistique Generale* № 2, Paris : Gallimard, 1974. P. 79-88.
215. Brown, S. H. *Discourse analysis and the short story in short story theory* / S. H. Brown. – Louisiana State University Press, 1989. – P. 217-248.
216. Charaudeau, P. *Langage et discours*, Paris, Hachette. – 1983.
217. Charaudeau, P. et Maingueneau, D. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris. Seuil. – 2002.
218. Emmanuel Kant. *Anthropologie d'un point de vue pragmatique* (1798).
219. François-George Dreyfus, «Ecologie et religion», in *La revue politique indépendante*, septembre 193, pp. 23-27.
220. Greimas, A.; Courtés, J. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette. – 1979.
221. Guespin, L. *Problématique des travaux sur le discours politique*, *Langages* № 23, 1971. P. 3-24.
222. Gustave Guillaume, *Temps et verbe. Théorie des aspects, des modes et des temps suivi de l'architectonique du temps dans les langues classiques*, Paris, 1984 (original 1929)

223. Harris, R. J. A cognitive psychology of Mass Communication. Mahwah, N.J. Lawrence Erlbaum associates. Publishers, 1999. – 440 p.
224. Jackendoff, Ray. Patterns in the Mind: Language and Human Nature, USA, Basic Books, 1994, p. 246.
225. Kristeva, J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman // Critique, 1967. T. 23, № 239, p. 438-465.
226. Kristeva, J. Une initiation à la linguistique. Paris, 1981.
227. Lakoff, G. Linguistique et logique naturelle (Linguistics and natural logic, 1970), trad. par Judith Milner, coll. "Semiosis", Klincksieck 1976.
228. Lane, P. La Linguistique textuelle: perspectives actuelles de recherches // La linguistique textuelle dans les études françaises : Actes du colloque LITEF (Debrecen, les 12 et 13 nov. 1999). – Debrecen, 2001. – P. 9-26.
229. Le monde du rire et le rire du monde à Paris. 10^e congrès international sur l'humour. 6-9 juillet 1992 Paris.
230. Le Rire. Entretiens avec Michel Onfray et Catherine Kintzler. Printemps-Été 2002. – Numéro 17.
231. Lyons, J. Language and Linguistics / J. Lyons. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 356 p.
232. Maingueneau, D. L'analyse du discours en France aujourd'hui, Moirand, S. (éd.), 1996. P. 8-15.
233. Maingueneau, D. Nouvelle tendance en analyse du discours. Paris : Hachette. 1987.
234. Martinet, A. la linguistique synchronique. Études et recherches. – P. : Presses universitaires de Paris, 1965. – 248 p.
235. Michel Serres, Le contrat naturel, op. cit., p. 53.
236. Patrick Charaudeau. Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social, 1997, Paris, Nathan / institut national de l'audiovisuel (coll. « médias-recherches »).

237. Pêcheux, M. et Fuchs, C. « Mise au point et perspective à propos de l'analyse du discours », *Langages* № 37, 1975. P. 7-80.
238. Raskin, V. *Semantic Mechanisms of Humor*. - Dordrecht: Reidel, 1985. – 284 p.
239. René Dubois, *Les Dieux de l'écologie*, Fayard, 1973, pp. 116-120.
240. Saussure L. De Oswald S. L'engagement comme notion cognitive associée au destinataire // *Analisi ling. E lett.* – Milano, 2008. – A. 16, № 1. – P. 476-488.
241. Schiffrin, D. *Approaches to Discourse*. — Oxford: Blackwell, 1997.
242. Teilhard de Chardin, *Le Phénomène humain*, 1955, p. 154.
243. Van Hoof J. A. R. A. M. A comparative approach to the phylogeny of laughing and smiling. In R.A. Hinde (ed.), *nonverbal communication*. – Cambridge, UK: Cambridge University Press. – 1972. – p. 209-241.
244. Vignaux, G. *L'argumentation. Essai d'une logique discursive*, Genève, Droz, 1976, 338p.

Список источников примеров

1. Анекдоты от Вовочки. – Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2001. – 224с.
2. Анекдоты: Бегемот. – Мн.: Харвест, 2002. – 224с.
3. Свежайшие отборные анекдоты. Самые смешные и прикольные / авт. – сост. Н.В. Белов. – Минск: Харвест, 2007. – 607с.
4. Тонна анекдотов про преступников / сост. Р Трахтенберг. – М.: АСТ; СПб: Астрель-СПб, 2005. – 316с.
5. Mina et André Guillois *Le grand livre des histoires drôles* 2005. Édition du club France Loisirs, Paris. – 2004. – 477p.

Список электронных источников примеров

1. Анекдоты из России, электронный ресурс, режим доступа <http://www.anekdot.ru/last/j.html/>
2. Травим анекдоты, электронный ресурс, режим доступа : <http://www.funny-anekdot.ru/>
3. Анекдоты, электронный ресурс, режим доступа <http://anekdoty.onru.ru/>
4. Анекдотов. Net, электронный ресурс, режим доступа <http://anekdotov.net/>
5. Анекдоты, электронный ресурс, режим доступа <http://www.anekdoti.lv/>
6. Анекдоты, электронный ресурс, режим доступа <http://www.anekdots.ru/>
7. Смешные анекдоты, электронный ресурс, режим доступа <http://anekdot.yaxy.ru/>
8. Смешные истории каждый день, электронный ресурс, режим доступа <http://anekbook.ru/>
9. Анекдоты из Подтишка, электронный ресурс, режим доступа <http://www.sporu.net/>