

ГАРИПОВА Диана Алмазовна,
Студент
Казанский федеральный университет
e-mail: dianaa.garipova@mail.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРИЕМОВ ВЫРАЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО В АНГЛИЙСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ КОРОТКИХ ВИДЕО ПЛАТФОРМЫ YOUTUBE)

Аннотация. Современная медийная культура нацелена на предоставление пользователям легкодоступных и быстрых форм развлечения, и часто используемыми становятся юмористические жанры, позволяющие пользователям отвлечься от проблем. Благодаря развитию технологий, феноменом, объединяющим данные потребности, стали формы короткого комического контента, позволяющие за короткое время ощутить эффект мгновенного удовольствия. Такой жанр медийного сетевого дискурса, как «короткое видео» уже стал широко используемым средством развлечения в интернет-пространстве и продолжает набирать популярность. Данный формат малоформатного полимодального видеоконтента характеризуется непрерывной сменой преобладающих тенденций и требует постоянного изучения и расширения научной базы в этой области, что обуславливает актуальность данного исследования. Научная новизна работы охарактеризована отсутствием комплексного изучения лингвистических стратегий выражения комического в английском и испанском языках в сопоставительном аспекте на примере анализа жанра «короткое видео», а также необходимостью регулярного обновления данных в этой области по причине изменчивости особенностей сетевых текстов. Статья посвящена рассмотрению и описанию лингвистических особенностей выражения комического в английском и испанском языках на примере жанра сетевого дискурса «короткое видео».

Ключевые слова: стилистический анализ, английский язык, испанский язык, короткометражные видео, сетевой дискурс.

GARIPOVA Diana Almazovna,
Student
Kazan Federal University

LINGUISTIC ANALYSIS OF COMIC EXPRESSION TECHNIQUES IN ENGLISH AND SPANISH (BASED ON SHORT YOUTUBE VIDEOS)

Annotation. Modern media culture is aimed at providing users with easily accessible and fast forms of entertainment and humorous genres are often used to distract users from problems. Thanks to the development of technology, forms of short comic content have become a phenomenon that combines these needs, helping to experience the effect of instant pleasure in a short time. Such a genre of media network discourse as «short video» has already become a widely used means of entertainment in the Internet and continues to gain popularity. This short polymodal video content is characterized by a continuous change in prevailing trends and requires constant study and expansion of the scientific base in this field, which determines the relevance of this research. The scientific novelty of the work is characterized by the lack of a comprehensive study of linguistic stylistic strategies for expressing the comic in English and Spanish in a comparative aspect within the genre of «short video», as well as the need for regular updating of data in this area due to the variability of the features of network texts. The article is devoted to the study and description of the stylistic features of the expression of the comic in English and Spanish languages based on the material of the genre of «short video» of network discourse.

Key words: stylistic analysis, English language, Spanish language, short videos, network discourse.

В современном мире медийный сетевой дискурс выступает одной из самых стремительно развивающихся областей. Пользователи часто прибегают к созданию комического контента, который позволяет человеку отдохнуть от окружающей действительности. Так, на про-

сторках сети Интернет возникли формы малоформатного полимодального комического контента, позволяющие пользователю в сжатые сроки ощутить эффект мгновенного удовольствия. Такой формат начал существовать относительно недавно, к тому же социальные медиа одними из первых

реагируют на социальные изменения, вследствие чего их наполнение также является изменчивым – этим объясняется потребность их непрерывного изучения. Так, формат короткометражных видео и лингвистические способы создания комического эффекта в них все еще являются малоизученными, что подчеркивает актуальность и новизну данного исследования. В ходе работы нами были отобраны 90 англоязычных и 90 испаноязычных видео “shorts” юмористической направленности на платформе Youtube с целью изучения и сопоставления особенностей их лингвостилистического оформления.

В современном медийном пространстве пользователи сталкиваются с проблемой чрезмерного смешения особенностей различных сетевых жанров и языковых пространств, что усложняет процесс изучения каждого отдельного языкового поля. Гипотеза исследования основывается на предположении, что в различных языковых пространствах преобладают различные способы создания и выражения комического эффекта. Так, может стать возможной некоторая степень предугадывания наиболее релевантных способов создания комизма в конкретном языковом пространстве.

Комическое как категория обозначает «все то, что является противоположностью серьезного и трагического и что порождает реакцию смеха» [5, с. 103]. Основой создания комического эффекта является игра со смыслом, определяющая разнообразие способов создания комизма, которые в свою очередь тесно связаны с социальными, временными и культурными особенностями среды возникновения (в дальнейшем это отражается в возникновении особенностей национального юмора). При этом понимание человеком смысла юмористического предложения зависит от двух факторов: использованной лексики и знаний о мире, в котором он живет [1, р. 329].

Лингвистами выделяются различные подходы к описанию юмора. Например, Андрей Владимирович Карасик приводит разделение этого явления на 3 фундаментальные группы:

1. универсальный юмор, в основе лежит комизм самой ситуации;
2. юмор, основанный на знаниях об определенной культуре;
3. лингвистический юмор, чаще всего построенный на игре слов и касающийся внутренних связей между элементами разделов языка [7, с. 27].

Базовым жанром комического считается анекдот, и его композиционная структура может быть двух- или трехчастной. В первом типе в анекдоте выделяются экспозиция и пунта – ударная, завершающая часть, характеризующаяся неожиданностью. В трехчастной структуре к вышеописанным единицам добавляют разрешение анекдота.

Далее важно рассмотреть понятие средства

выражения комического, а также разграничить понятия «средства» и «приемы». В узком смысле средствами комического являются языковые средства (фонетические, лексико-семантические и грамматические). Под приемом комического подразумевается способ «организации того или иного высказывания с определенной целью», это понятие является более общим, и средства комического выступают в качестве инструментов, с помощью которых реализуются различные приемы. Польский ученый Богдан Дземидок выделяет основные приемы создания комического эффекта:

- видеоизменение и деформация явлений;
- неожиданные эффекты;
- несоразмерность в отношениях между явлениями;
- мнимое объединение разнородных явлений;
- отклонение от логической нормы [6, с. 208].

Широкая вариативность при использовании, а также возможность совмещения нескольких средств и приемов комического в одной фразе помогают вызвать эффект нарушенного ожидания и, как следствие, реакцию смеха [2, с. 4635]. Также стоит отметить, что важной составляющей в ходе создания комического эффекта является интонация, придающая любым отдельным словами или выражениям юмористическое, ироническое или сатирическое звучание. Особенностью использования данного инструмента является то, что комический эффект может создаваться и на примере общеупотребительных слов с нейтральной коллокацией, которые не заключают в себе языковых средств комического [8, с. 39].

Теперь обратимся к анализу структурных и лингвистических особенностей жанра сетевого дискурса «shorts», представляющей собой короткометражный видеофрагмент длительностью до 3 минут, отличающийся сюжетным единством и передающей определенную идею. Структурной особенностью «shorts» является наличие текстового компонента – надписей, субтитров, являющихся полноправной частью видео. К другим характеристикам также относятся небольшой объем, смонтированный сюжет аттрактивного характера, краткость передачи заложенной информации, структурная целостность, информационная насыщенность. Важной характеристикой этой единицы выступает поликодовость, то есть совмещение в тексте фактуры вербальной и невербальной. Языковые и визуальные компоненты образуют сложное смысловое единство, воздействуя на адресата комплексно при помощи различных каналов [3, с. 2388].

В ходе работы мы отобрали и проанализировали англоязычные и испаноязычные видеофрагменты “shorts”, опираясь на озвученные ранее теоретические положения. Видео были разделены на группы согласно типу используемого юмора. Исследование показало, что в англоязычном пространстве чаще прибегают к употреблению

универсального юмора (удельный вес составил 37%), а в испаноязычном наиболее популярным стал юмор, подразумевающий обладание знаниями об исходной культуре (также 37% от общего числа видеофрагментов):

- “– I have a 30-day streak on Duolingo, I don’t need your help. – You need professional help!” (У меня 30-дневный ударный период в Дуолинго, мне не нужна твоя помощь. Тебе нужна помощь профессионала! – Здесь и далее перевод наш. – Гарипова Д.А.).

- “Españoles cuando viajan a otro país de Europa: Y aquí ¿dónde se sale la fiesta? Es que son las ocho y parece las doce y está todo vacío (Испанцы, когда едут в другую страну в Европе: А где тут проходит вечеринка? Дело в том, что сейчас восемь часов вечера, по ощущениям – все двенадцать, и на улицах пусто).

Такое распределение можно объяснить функционированием английского языка в качестве интернационального – то есть далеко не всегда мы говорим о культуре одной страны или ряда стран (как на примере с испанским языком), а скорее о различных культурах, связанных общим языковым пространством. Именно поэтому юмор становится максимально универсальным.

Далее мы установили, что в испаноязычных видео структура чаще является двухчастной (43% видеофрагментов) – есть небольшое погружение в ситуацию и ударная часть, вызывающая комический эффект. В англоязычных субвидах включается разрешение с объяснениями или комментариями (33%):

- “Estoy casado con una latina y por supuesto ella no grita, sino que tiene la voz ruidosa” (Я женат на латиноамериканке и, конечно, она не кричит на меня, у нее просто громкий голос).

- “Verbs in past tense. What about “go”? The past of the verb “go” is “went”! How would I know that? It’s not even close! There’s not one letter in “go” that is also in “went”!” (Глаголы в прошедшем времени. Что насчет “go” (идти)? Форма прошедшего времени – “went”!! Откуда мне было это знать? Они рядом друг с другом не стоят! В слове “go” нет ни одной буквы, которая была бы и в слове “went”!).

Вероятно, эта тенденция обусловлена национально-культурной спецификой испаноязычной коммуникации, характеризующейся повышенной экспрессивностью. Вследствие этого именно кульминационная часть видеофрагмента играет более важную роль в реализации комического потенциала. В англоговорящем пространстве трехчастная структура может быть обусловлена влиянием именно британской культуры юмора, который обычно характеризуется как «тонкий». Так, первоначально лежащий в основе видео анекдот не обладает достаточным комическим потенциалом, и к нему добавляют третий композиционный компонент для усиления комического эффекта.

Рассмотрев употребление средств и приемов

достижения комизма в каждой из языковых сред, мы сделали следующие выводы:

В обоих языках часто используемыми стали обсценная лексика (23% в английском языке и 7% в испанском), каламбуры (23% и 3%), омофония (13% и 7%), помогающие достичь эффекта нарушенного ожидания, вызывающего реакцию смеха. Императивные конструкции чаще представлены в испанском языке – 17% и почти в 2 раза меньше в английском языке, 7%.

- “Lorna? What your last name, the Rings? Lorna the Rings” (омофония вариантов “Lord of the Rings” и “Lorna the Rings”, а также аллюзия к кинотрилогии «Властелин Колец»).

- “¿Cómo se queda un mago después de comer? Magordito” (Как выглядит маг после того, как поест? Магромным (каламбур заключается в объединении слов с общей частью “go” – “mago” (маг) и “gordito” (толстенький)).

Наиболее популярным приемом передачи комического стало создание эффекта неожиданности (37% и 20% соответственно) и видоизменение явлений, в основе чего лежит гиперболизация (20% и 17%), а наименее используемыми – прибегание к несоразмерности (3% в обоих языках) и отклонению от логической нормы (феномен нашел отражение только в англоязычной среде, 3% случаев). Можно утверждать, что эти два приема достаточно универсальны, к тому же важную роль играет креолизованность фрагментов – комический эффект передается не только лингвистически, но и благодаря использованию звука и видеоряда. Оставшиеся приемы, не получившие такого широкого использования, рассчитаны на меньшую аудиторию, которой заложенный юмористический эффект показался бы понятным.

Таким образом, в ходе исследования были рассмотрены и проанализированы видео “shorts” юмористической направленности, выступающие в качестве не так давно возникшего жанра сетевого медийного дискурса и представляющие собой малоформатный полимодальный элемент, воздействующий на адресата посредством различных каналов.

По результатам исследования, мы пришли к выводам, что в подобных видео в англо- и испаноязычных средах чаще прибегают к использованию юмора универсального или основанного на знаниях об определенной культуре. В испаноязычных роликах структура чаще является двухчастной, и ударная часть анекдота не требует дополнительного объяснения, в то время как в англоязычных – трехчастной, включая разрешение анекдота.

Стилистическими средствами, наиболее эффективно реализующими эффект комического воздействия, являются обсценная лексика, каламбуры и омофония, представляющие лексический и фонетический уровни языка. Подобное преобладание также встречается в литературных формах комического, например, в сказках [4, с.

94], что иллюстрирует универсальность данных средств для различных информационных сред. В испаноязычном пространстве чаще прибегали к употреблению императивных конструкций — это компонентом грамматического уровня. Самыми частотными приемами стали эффект неожиданности и гиперболизация явлений, выступившие в качестве более универсальных инструментов.

В заключение, стоит отметить, что проведённый анализ демонстрирует тенденцию к использованию возможностей поликодовости, то есть совмещения текста вербального, аудиального и

визуальных элементов. Это значительно расширяет набор инструментов достижения комического эффекта и иллюстрирует, что такой формат вышел за пределы обыкновенных текстовых анекдотов. Также мы отметили употребление сразу нескольких средств достижения комического эффекта в одном видеофрагменте и одновременное использование испанского и английского языков, говорящее о постепенном размытии границ между языковыми пространствами в сетевом дискурсе.

Список литературы:

- [1] Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor* / V. Raskin. – Dordrecht: Reidel, 1985. – 335 p.
- [2] Алексеева О.П. К анализу передачи комического эффекта при переводе с английского языка на русский / О.П. Алексеева, М.Н. Козлова, Е.Л. Ковалева // *StudNet*. – 2022. – №5. – С. 4632 – 4639.
- [3] Анисимов В.Е., Анисимова Е.Д. Шортс, рилс и клип как субвидеа интернет-, кино- и медиадискурса / В.Е. Анисимов, Е.Д. Анисимова // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2024. – Т. 17. – №7. – С. 2386 – 2398.
- [4] Асланова К.М. Лингвостилистические средства выражения комического в английской детской литературе / К.М. Асланова, Т.Г. Станчуляк, Е.В. Кожевникова // *Власть истории – История власти*. – 2023. – №48. – С. 88-96.
- [5] Бачинин В.А. Эстетика. Энциклопедический словарь / В.А. Бачинин. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2005. – 287 с.
- [6] Дземидок Б.О комическом: перевод с польского / Б. Дземидок. – М.: Прогресс, 1974. – 224 с.
- [7] Карасик А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: дис. ... канд. филол. наук / А.В. Карасик. – Волгоград, 2001. – 193 с.
- [8] Пушкарёва Е.А. Языковые средства создания комического эффекта в сериале «The office»: выпускная квалификационная работа / Е. А. Пушкарёва. – 2022. – 57 с.

References:

- [1] Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor* / V. Raskin. – Dordrecht: Reidel, 1985. – 335 p.
- [2] Alekseeva O.P. K analizu peredachi komicheskogo effekta pri perevode s angliiskogo iazyka na russkii / O.P. Alekseeva, M.N. Kozlova, E.L. Kovaleva // *StudNet*. – 2022. – №5. – S. 4632 – 4639.
- [3] Anisimov V.E., Anisimova E.D. Shorts, rils i klip kak subvidema internet-, kino- i mediadiskursa / V.E. Anisimov, E.D. Anisimova // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. – 2024. – T. 17. – №7. – S. 2386 – 2398.
- [4] Aslanova K.M. Lingvostilisticheskie sredstva vyrazheniia komicheskogo v angliiskoi detskoj literature / K.M. Aslanova, T.G. Stanchuliak, E.V. Kozhevnikova // *Vlast' istorii – Istoriia vlasti*. – 2023. – №48. – S. 88-96.
- [5] Bachinin V.A. Estetika. Entsiklopedicheskii slovar' / V.A. Bachinin. – SPb.: Izdatel'stvo Mikhailova V.A., 2005. – 287 s.
- [6] Dzemidok B.O komicheskom: perevod s pol'skogo / B. Dzemidok. – M.: Progress, 1974. – 224 s.
- [7] Karasik A.V. Lingvokul'turnye kharakteristiki angliiskogo iumora: dis. ... kand. filol. nauk / A.V. Karasik. – Volgograd, 2001. – 193 s.
- [8] Pushkareva E.A. Iazykovye sredstva sozdaniia komicheskogo effekta v seriale «The office»: vypusknaia kvalifikatsionnaia rabota / E. A. Pushkareva. – 2022. – 57 s.

