

КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ДИАЛОГАХ РУССКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ (на примере сказок о животных)

COGNITIVE-PRAGMATIC ANALYSIS
OF THE COMIC EFFECT IN THE DIALOGUES
OF THE RUSSIAN FOLK TALE (on the
example of fairy tales about animals)

Chen Lifang

Annotation

This work is devoted to the cognitive and pragmatic study of the dialogue in the Russian folk tale including the category of humor. The text of the fairy tale does not only organize language material of the specific content, but also expresses the speaker's attitude to it with a variety of language means including humorous relation. The ways of creating the comic effect in dialogue used in a fairy tale are revealed.

Keywords: Russian folk tale, speech communication, dialogue in a fairy tale, pragmatic aspect, comic effect.

Чэнь Лифан

*Санкт-Петербургский
государственный университет*

Аннотация

Данная работа посвящена когнитивно-прагматическому исследованию диалога в русской народной сказке, реализующего категорию комического. Текст сказки не только организует языковой материал определенного содержания, но и выражает отношение говорящего к общаемому разнообразными средствами языка, в том числе и юмористическое отношение. Выявлены способы создания комического эффекта в диалоге, используемые в сказке.

Ключевые слова:

Русская народная сказка, речевая коммуникация, диалог в сказке, прагматический аспект, комический эффект.

Среди важнейших и актуальных задач, которые ставит перед собой современная лингвистика, – понимание того, как человек способен участвовать в речевой коммуникации, какова природа этой коммуникации как социального процесса, в котором центральное место занимает личность коммуниканта в ее необходимом отношении и существенно значимой связи с личностью партнера. Без осознания этой взаимосвязи, сущности коммуникативного процесса, его связи с концептуальной системой личности невозможно и понимание механизма возникновения комического эффекта.

В рамках антропологической парадигмы делаются попытки моделирования речевой коммуникации, основанного на синтезе научных представлений о когнитивно организованной языковой личности и теорий о деятельности-интерактивной природе речевой коммуникации.

Осмысление деятельностного представления о структуре речевой коммуникации приводит к ее пониманию в рамках интерактивно-деятельностной интерпретации за счет введения понятий личностей коммуникантов – носителей концептуальной и языковой картин мира, отличающихся этнокультурными особенностями и реализующих себя в функции коммуникативных личностей. По справедливому замечанию Н.В. Иванова, коммуникация осу-

ществляется исключительно от личности к личности, и межличностное сопряжение составляет ее высший смысл [2, С. 138].

В рамках лично-коммуникативной перспективы структура речевого акта, по мнению И.Н. Тупицыной, представляется в виде следующей триады: *коммуникативная деятельность языковой личности отправителя сообщения - текст (высказывание) - коммуникативная деятельность языковой личности адресата сообщения.*

Уже на этапе организации своей коммуникативной деятельности языковая личность отправителя сообщения прогнозирует ее наиболее вероятные результаты благодаря имеющимся у нее концептам коммуникации. Кроме того, на начальном этапе коммуникации личность отправителя конструирует образ будущих действий языковой личности адресата с учетом содержания концепта коммуникации.

В процессе формирования образа действий личности адресата личность отправителя сообщения получает возможность, благодаря концепту коммуникации, привлечь во внимание мотивы деятельности личности адресата, его коммуникативный и жизненный опыт, специфику свойственной ему картины мира, реальные условия смыслового восприятия текста, свой собственный образ

в сознании личности адресата, смысл, который с наибольшей вероятностью придаст адресат его словам. Это составляет основу в речевом сознании личности отправителя, на которой строится образ будущих действий личности адресата.

В зависимости от концепта коммуникации той или иной личности адресата личность отправителя каждый раз продуцирует разные тексты. Таким образом, текст, как и весь процесс коммуникации, приобретает интерактивную направленность. В плане когнитивного осмысления интерактивной сущности текста (высказывания, дискурса) его следует рассматривать в качестве совокупной знаковой модели личностных концептов коммуникации, которые присущи отправителю и адресату сообщения.

Концепт коммуникации адресата, в свою очередь, представляет собой преемственное изменение концепта коммуникации текста и его изменение по форме, выражающегося в обратном переходе от концептуальности знаков к концептуальности психомыслительной деятельности. В итоге мы видим, что коммуникативные деятельности личностей и текст закономерным образом связываются сохранением единого коммуникативно-концептуального плана при изменениях формы [7].

Личностно-когнитивная интерпретация процесса коммуникации позволяет объяснить природу и роль пресуппозиций, которые, как правило, включаются в качестве функционально наиболее важных звеньев в коммуникативную ситуацию. Это связано с тем, что наличие таких звеньев предполагается коммуникантами благодаря коммуникативному сознанию, отражающему их социальный и индивидуальный опыт, с такой высокой степенью вероятности, что их вербальное обозначение становится избыточным.

Таким способом осуществляется координация когнитивных миров, концептов коммуникации деятельностью коммуникативных личностей в речевом общении. Подобная организация предписывается самой необходимостью коммуникации и воспроизводится в любом коммуникативном акте. Личностно-коммуникативная модель речевой коммуникации многоаспектна и объединяет языковую, когнитивный и прагматический подходы к исследованию коммуникации.

Приемы привлечения художественного текста как материала для исследования речевой коммуникации активно разрабатываются в научной литературе. Например, Н.Г. Кайгородова отмечает важность использования результатов анализа художественного текста в качестве фактического материала при изучении форм реализации коммуникативного намерения говорящего, поскольку художественная коммуникация предоставляет дополнительный набор коммуникативных средств. Как известно, литература способна воссоздать реальную речевую деятельность; с ее помощью мы имеем возможность составить представление и о речевой ситуации, включая участников диалога, отношения между ними, обстоятельства, при которых происходит коммуникация. Все это по-

зволяет нам рассматривать диалог в художественном произведении как полноценный живой диалог [3, С.163].

Большинство исследователей сказки определяют её как художественное произведение, которое по всем основаниям (эстетичность, историзм, экспрессивность, прагматизм и т.д.) можно отнести к национальному художественному достоянию. Текстовая организация сказки включает не только языковой материал для передачи определенного содержания, но и выражает отношение говорящего к сообщаемому разнообразными средствами языка. Текст этого фольклорного произведения относительно стабилен, и он передает особенности исторически и национально детерминированной речевой коммуникации. Поэтому коммуникативно-прагматический аспект сказки становится важным и интересным объектом лингвистического поиска.

В центре нашего исследования находится проблема реализации средствами языка понятийной категории комического в диалогах русской народной сказки. Когнитивный подход к изучению природы юмора основан на лингвокогнитивных теориях А. Кестлера, В. Раскина, С. Аттардо [11] [6] [9]. В соответствии с данными теориями комическая информация строится на совмещении двух фреймов (матриц/сценариев). В ходе получения информации, в соответствии с концептом коммуникации и фоновыми знаниями, сознание реципиента соотносит ее с имеющейся стереотипной схемой. В случае если информация не соответствует ни одному из прогнозируемых решений, происходит нарушение ожиданий адресата сообщения.

А.В. Уткина пишет, что в этом случае у адресата возникают следующие вопросы, требующие оперативного решения: Соответствует ли полученная информация реальной действительности? Соответствует ли знание реальному миру? Соответствует ли полученная информация данной ситуации общения? Положительные решения двух первых вопросов являются знаками возникновения комического эффекта. Таким образом, несоответствие стереотипной схемы новой информации инициирует механизм ее параллельного восприятия, контрастирующего с первоначальным, и может запустить "пусковой механизм" комического эффекта [8, С. 37–41].

Категория комического получает яркое выражение в тексте русской народной сказки. В сказке мы встречаем юмористическое отношение к жизни, персонажам, проблемам. Е. Масленникова считает, что в разных жанрах русской народной сказки присутствуют различные виды и функции смеха, юмористические приемы. Например, в сказках-былинах юмор направлен против врагов Руси, вражеских богатырей, и главным средством создания комического эффекта выступает гиперболлизация. В волшебных сказках в качестве основных сатирических героев выступают страшные мифологические персонажи, например, Змей Горыныч и Баба Яга. Древние образы русской мифологии подвергались трансформации через народную смеховую культуру. Своеобразным видом сказок

являются сатирические и бытовые сказки, в которых высмеиваются прежде всего общественные пороки [4].

Сказка наглядно подтверждает, что в древности смех выполнял ритуальную функцию, смеховые и официальные обряды в равной степени присутствовали в жизни народа. Так, В.Я. Пропп отмечает, что в сказке мы наблюдаем явление запрета на смех при вступлении в иной мир или состояние, например, в царство мертвых или переход в новый статус в результате обряда посвящения/инициации. В первом случае смех рассматривается исключительно как прерогатива живых, а смеясь в царстве мертвых, живой человек рискует быть опознанным, а во втором – обряд посвящения считается симуляцией смерти, а засмеявшийся обнаруживает, что не вполне очистился от земного. Царевна Несмеяна в одноименной сказке симулирует образ богини плодородия, от смеха которой оживает вся природа [5].

Обратимся к когнитивно-прагматическому анализу диалога в русской народной сказке. Важно отметить, что к релевантным прагмалингвистическим параметрам коммуникативного акта относятся роли, исполняемые говорящим и слушающим, предмет речи, обстоятельства общения (время, место и т.п.), канал общения, речевой код (язык, стиль), цель речевого взаимодействия, коммуникативное событие, ключ как оценка эффективности коммуникации [9, С.35–71]. Иногда мы видим, что в случае нарушения эффективности коммуникации не только в сказке, но и в других фольклорных и литературных жанрах, а также в повседневном общении может иметь место комический эффект, вызванный этим нарушением.

Рассмотрим комические ситуации, возникшие в вопрочно-ответном комплексе в русской народной сказке о животных "Лисичка-сестричка и волк". Когда волк увидел у лисы много рыбы и спросил, откуда она взялась, лиса ответила ему: *"Эка, ведь я же наловила; ты, куманёк, ступай на реку, опусти хвост в прорубь, сиди и приговаривай: "Ловись, рыбка, большая и маленькая. Ловись, рыбка, большая и маленькая"*. Она сама, мол, так наловила. Волк поверил лисе и опустил хвост в реку. Когда волк не смог вытянуть хвост из замершей реки, он радостно воскликнул: *"Вот сколько рыбы привалило - и не вытацишь!"* В данной коммуникации мы наблюдаем эффект обманутого ожидания, противоречие, непредсказуемость действий персонажа сказки. Этот пример доказывает, что диалог представляет собой сложное взаимодействие коммуникантов, и языковая игра (каламбур и, как следствие, комический эффект) может возникнуть в результате неожиданного исхода речевого события.

Когда волк интересуется, где лиса взяла столько рыбы, читатели хотят узнать, каким способом лиса получила эту рыбу, и активируют соответствующий из имеющегося набора фрейм, например, "купила, ей подарили, украли, поймала" и т.д. Но вместо этого лиса дает фантастическое объяснение – "ловила хвостом" – и советует то же сделать волку. Ожидание читателя обмануто, он понимает, что волк тоже обманут. Модус непосредственного

восприятия информации, позволяющий соотнести содержание высказывания с действительностью, переключается на модус фиктивности, не соответствующий стереотипным представлениям, сложившимся в результате усвоенных знаний и жизненного опыта, и, как реакция на возникшую двойную интерпретацию, возникает смех.

Волк же верит лисе, поступает по ее совету и попадает в глупое положение. В сознании читателя активируются фреймы "хитрая лиса" и "глупый волк". Когда же у волка примерзает хвост и тот сам себе с радостью говорит: "Сколько рыбы привалило!" в сознании читателя-адресата речи комический эффект достигается путём объединения двух проекций: традиционным образом глупого волка и тем, что в итоге волк оказался еще глупее, чем предполагалось.

В другой русской народной сказке о животных "Лиса и тетерев" лиса ласково обращается к тетереву, называя его *"тетеровочек, мой дружок"*, прося его спуститься вниз – по травушке походить, с кумушкой поговорить, а то она плохо слышит. В сознании читателя, как и у догадливого тетерева, активируется фрейм "хитрая лиса хочет съесть тетерева". Лиса пытается окончательно убедить птицу и приводит убедительный аргумент: *"Нынче указ объявлен, чтобы по всей земле мир был. Нынче уж звери друг друга не трогают"*. На что тетерев, зная, что лиса страшно боится собак, отвечает: *"Вот это хорошо, а то вот собаки бегут; кабы по-старому, тебе бы уходить надо, а теперь тебе бояться нечего"*. Мозг читателя работает в автоматическом режиме прогнозирования: либо лиса дальше будет хитрить, либо сразу убежит. Диалог разрешается комической ситуацией: Лисица услышала про собак, навострила уши и хотела бежать. *"Куда ж ты? - сказал тетерев. - Ведь нынче указ, собаки не тронут"*. *"А кто их знает! - сказала лиса. - Может, они указ не слышали"*. В данном коммуникативном акте эффект комического возникает в связи с ответной хитростью тетерева, который сумел изловчиться и обмануть лису, чтобы спасти себя.

В сказке "Журавль и цапля" журавлю одному скучно стало жить и он решил посвататься к цапле. Долго шел, семь верст болото месил, пока к цапле не пришел. Между ним и цаплей происходит следующий диалог:

- Дома ли цапля?

- Дома?

- Выдь за меня замуж.

- Нет, журавль, не пойду за тебя замуж, у тебя ноги долги, платье коротко, прокормить жену нечем. Ступай прочь, долговязый!

В этом примере моделируется социальная ситуация сватовства, но реализуется она комичным образом. Вначале мы видим журавля, запланировавшего женитьбу на цапле и идущего на противоположный берег болота. У читателя формируется образ решительного и целеустремленного персонажа, готового преодолевать препятствия для достижения поставленной цели. Без какого-либо приветствия (стереотипный фрейм "когда приходишь в гости, нужно здороваться") он сразу же делает цапле

предложение (стереотипный фрейм "сватовство должно проходить по определенному ритуалу"). Неожиданное речевое поведение журавля-жениха включает у читателя механизм параллельного восприятия предполагаемой ситуации, вступающей в противоречие с исходной, что ведет к созданию комического эффекта.

Комичность ситуации, в которой происходит коммуникативный акт, продолжается в связи с ответными действиями цапли: *"Нет, журавль, не пойду за тебя замуж, у тебя ноги долги, платье коротко, прокормить жену нечем"*. У читателя при восприятии ее отрицательного ответа активируются соответствующие фреймы, связанные с возможными речевыми реакциями на предложение о замужестве ("согласие, отказ, при отказе: у жениха нет своего дома, работы, нет любви к нему" и т.п.). Представляется, что появление нового фрейма "у тебя ноги долги, платье коротко, ты долговязый и поэтому не сможешь жену прокормить" может и не являться прогнозируемым решением современного читателя и в связи с этим вызвать у него реакцию смеха.

Стереотипное восприятие информации основано на опыте человека в виде совокупных когнитивных правил, моделей, идей, аккумулирующих его знания об определенном фрагменте действительности. Многократное повторение существующего опыта создает в картине мира языковой личности устойчивые причинно-следственные связи, способствуя воспроизводимости опыта и автоматизации поиска ответов на возникающие вопросы. Комическая информация нарушает стереотипный образ и коммуникативные ожидания, сложившиеся в концепте коммуникации адресата сообщения.

Согласно постулатам общения Г. Грайса (количество, качество, отношение, способ) [1], собеседник должен уметь выстраивать свое речевое общение по законам коммуникативного сотрудничества, речевой кооперации. В ходе диалога, как известно, намерения коммуникантов образуют сложное взаимодействие, и языковая игра может возникнуть в результате несоответствия иллюкутивной направленности речевого акта и его перлокутивного эффекта, в ходе которого адресат сообщения по-своему интерпретирует намерения говорящего.

Таким образом, мы видим, что наличие или отсутствие комического эффекта зависит от различных факторов: нарушения коммуникации, характер героев, готовность к хитрости, обману и др. В русской сказке в диалогах можно проследить характер русского человека, его особенности.

Диалог в русской народной сказке, как наиболее значимая и объемная ее часть, типично вызывает комический эффект следующим образом: в результате неожиданного исхода речевого события; в результате того, что обманываемый сам становится жертвой ответного обмана; в результате объединения двух проекций: традиционного образа объекта и того, чем в итоге он оказался. Неожиданное речевое поведение включает у читателя механизм параллельного восприятия предполагаемой ситуации, вступающей в противоречие с исходной, что ведет к созданию комического эффекта; появление нового фрейма может и не являться прогнозируемым решением современного читателя и в связи с этим вызвать у него реакцию смеха.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение//Новое в зарубежной лингвистике. Вып.16. – М., 1985. –С.217–237.
2. Иванов, Н.В. Проблемные аспекты языкового символизма/ Н.В. Иванов. – Мн: Поропилеи, 2002. – 176 с.
3. Кайгородова, Н.Г. Эффективность диалога в художественном произведении/ Н.Г. Кайгородова // Политическая лингвистика, 2005. – № 16. – С. 161–169
4. Масленникова, Е.В. Смех и юмор в русской народной сказке [Электронный ресурс] / Е.В. Масленникова. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/_Maslenn_Smeh.php – [Дата обращения 05.09.2017]
5. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха/ В.Я. Пропп. – М.: Лабиринт, 2007. – 256 с.
6. Раскин В. К теории языковых подсистем./ В. Раскин. – М.: Издательство ЛКИ, 2008, 424 с.
7. Тупицына, И.Н. Речевая коммуникация: личностно-когнитивное измерение: дис. ... д-ра филол. наук / И.Н. Тупицына. – Москва, 2005. – 264 с.
8. Уткина, А.В. Обоснование когнитивного подхода к категории комического/ А.В. Уткина // Вестник Адыгейского государственного университета, 2007. – № 2. – С. 37–41
9. Attardo, S. Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representational model I S. Attardo, V. Raskin II Humour: International Journal Humour Researchh. 1991. – Vol. 19.293–347.
10. Hymes D. Models of the Interaction of Language and Social Life/ D. Hymes // Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication. – New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972. – PP. 35–71.
11. Koestler, A. The Roots of Coincidence I A. Koestler. – L.: Hulchinson, 1972. – PP. 138–139.